

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN  
DE LA EMPRESA “MOSTRETICOS”, EN LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS A BASE DE MATERIALES RECICLABLES  
EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ TOLIMA**

Presentado por:

Martha Isabel Bonilla Buenaventura

Edicson Albeiro Guillen Parra

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Ibagué –Tolima

2022

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE  
LA EMPRESA “MOSTRETICOS”, EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE ARTESANÍAS A BASE DE MATERIALES RECICLABLES EN LA CIUDAD DE  
IBAGUÉ TOLIMA**

Martha Isabel Bonilla Buenaventura

Edicson Albeiro Guillen Parra

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador Financiero

Asesor

Magnolia Rodríguez

Profesional

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Administración Financiera

Mayo de 2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

Director

---

Coordinador de la facultad

---

Presidente de Trabajo de grado

Ibagué Tolima, 2022

## **DEDICATORIA**

A Dios, primeramente, sin Él nada sería posible, a mis dos hijos Elian Andrey y Juan Esteban, que esta bella experiencia para mí sea un ejemplo que todo en la vida es posible, a mis padres Blanca y Alberto por haber forjado con valor, amor y apoyo la mujer y madre que hoy soy.

Con el amor de siempre, Martha Isabel

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Teresa Parra, a mi abuela María Jesús, por ser los pilares más importantes y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

Con Amor, Edicson Albeiro

## **AGRADECIMIENTOS**

Infinitas gracias a mis hermanos que con sus palabras me hacían sentir orgulloso de lo que soy y de lo que les puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en su fuerza para que puedan seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a la señora Martha, amiga y compañera, que gracias a sus consejos y correcciones hoy culminamos este trabajo, gracias por abrirme las puertas de su hogar y un rinconcito en su corazón y llevar a cabo este proceso que se empezó desde el primer semestre.

Por otro lado, a los profesores que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichoso.

Muchas Gracias, Edicson Albeiro

## AGRADECIMIENTOS

Cuánto que agradecer y no sé cuántos seres humanos excepcionales que hicieron parte de este proceso y que quizás no podré nombrar, pero que saben que dentro de mi corazón estarán por todo el apoyo dado. Muchas gracias.

A ti Octavio, que un día me impulsaste a culminar este sueño, gratitud inmensa. A ti mi querido Rodrigo Alberto por ser amigo y soporte incondicional en mi vida. A mis docentes que no se podrán nombrar a todos, pero sí a los que llevo dentro de mi corazón, por brindarme su amistad y dentro de los miles de contratiempos me dieron aliento para no desfallecer. Mi querida Martha Lucy, Martha Isabel, Adriana, Juan Felipe y Heriberto, lo que hacen en su labor es invaluable y Dios los tendrá siempre en bendición. A mis chicas súper poderosas Angy, Nata y Liseth, sin ustedes nada hubiera funcionado, las aprecio y deseo que estén completas de éxitos en sus vidas.

Mi agradecimiento total a la profesora Magnolia, gracias por ser constante apoyo en este proceso que se culmina con mucha dedicación.

A los que partieron y no vieron este sueño cumplido, mi querida Dra. Amparo y mi Ingeniero Evelio, allá desde el cielo festejaran conmigo.

Con aprecio y gratitud.

Martha Isabel.

## TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción.....	17
2	Resumen Ejecutivo.....	19
3	Planteamiento del Problema, o Idea de Producto y Formulación de la Pregunta de Investigación.....	21
4	Formulación de la Pregunta de Investigación.....	23
5	Determinación de Objetivos del Proyecto.....	24
5.1	Objetivo General.....	24
5.2	Objetivos Específicos.....	24
6	Justificación e Impacto Central del Proyecto.....	25
6.1	Estado del Arte.....	26
7	Marco Referencial.....	32
7.1	Marco Teórico:.....	32
7.2	Marco Conceptual.....	39
7.2.1	Artesanía.....	39
7.2.2	Artesano.....	40
7.2.3	Diseño:.....	40
7.2.4	Oficio Artesanal.....	40



7.2.5	Producto Artesanal.....	41
7.2.6	Tradición Artesanal.....	41
7.3	Marco Legal .....	41
8	Metodología.....	50
8.1	Tipo de Investigación .....	50
8.1.1	Técnicas de Recolección de la Información .....	51
9	Muestra y Tipo de Mercado.....	52
9.1	Técnica para la Recolección de la Información .....	52
10	Técnicas de Recolección de la Información .....	56
11	Estudio de Mercado .....	67
11.1	Análisis de la Oferta.....	71
11.2	Análisis de la Demanda.....	73
11.3	Identificación de la Demanda para el Proyecto.....	74
11.4	Producto. ....	75
11.5	Definición del Valor Agregado:.....	80
11.6	Etiqueta.....	81
11.7	Empaque.....	82
11.8	Cliente .....	84
11.9	Competencia.....	84

11.10 Canales de Distribución.....	88
11.11 Precio.....	89
11.12 Presupuesto de Distribución.....	90
11.13 Servicio Postventa.....	92
11.14 Presupuesto de Ventas.....	93
12 Estudio Técnico.....	94
12.1 Ficha Técnica.....	94
12.2 Flujograma del Proceso del Bien o Servicio.....	103
12.3 Localización de la Empresa.....	103
12.4 Distribución de la Planta Física.....	106
12.5 Requerimiento de Maquinaria y Equipo.....	106
13 Requerimientos de Insumos y Producción.....	109
13.1 Materias Prima.....	109
13.2 Mano de Obra.....	111
13.3 Costos Indirectos de Fabricación.....	113
14 Estudio Organizacional.....	115
14.1 Misión.....	115
14.2 Visión.....	115
14.3 Valores Corporativos.....	116

14.4	Tipo de Empresa.....	116
14.5	Organigrama.....	118
14.5.1	Descripción de las Funciones.....	118
14.5.2	Presupuesto de Gastos Administrativos.....	119
15	Estudio Financiero .....	121
15.1	Presupuesto de Costos de Insumos del Bien o Servicio.....	121
15.2	Presupuesto de Mano de Obra.....	123
15.3	Presupuesto de Costos Indirectos.....	123
15.4	Presupuesto Costos de Distribución.....	124
15.5	Presupuesto Gastos de Administración.....	124
15.6	Presupuesto del Costo Unitario.....	124
15.7	Balance Inicial.....	128
15.8	Presupuesto de Punto de Equilibrio .....	129
15.9	Presupuesto de Flujo de Fondos.....	130
16	Conclusiones.....	133
17	Recomendaciones .....	135
18	Referencias Bibliográficas .....	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	29
Figura 2. ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.....	30
Figura 3. Escultura de Miquel Aparici.....	33
Figura 4. Artesanías creadas por Cyclus.....	35
Figura 5. Intención de adquisición de productos artesanales según edad.....	56
Figura 6. Intención de adquisición de productos artesanales según sexo .....	57
Figura 7. Intención de compra de productos artesanales .....	58
Figura 8. Interés de los compradores según el tipo de artesanía.....	59
Figura 9. Criterios del comprador al momento de adquirir una artesanía .....	60
Figura 10. Frecuencia de compra de artesanías .....	61
Figura 11. Presupuesto destinado a la compra de artesanías .....	62
Figura 12. Aspectos relevantes al comprar productos elaborados manualmente .....	63
figura 13. Intención de compra de artesanías a base de productos reciclados.....	64
Figura 14. Intención de compra virtual de artesanías .....	65
Figura 15. Alineación del sector artesanal con el Plan Nacional de Desarrollo.....	68
Figura 16. Ejes estratégicos del sector Comercio, Industria y Turismo .....	69
Figura 17. Modelo de artesanía.....	76
Figura 18. Modelo de artesanía.....	76

Figura 19. Modelo de artesanía.....	77
Figura 20. Modelo de artesanía.....	77
Figura 21. Modelo de artesanía.....	78
Figura 22. Modelo de artesanía.....	78
Figura 23. Modelo de artesanía.....	79
Figura 24. Modelo de artesanía.....	79
Figura 25. Logotipo de la empresa “mostreticos” .....	81
Figura 26. Bolsa ecológica para empaque .....	82
Figura 27. Caja de cartón ecológico para empaque .....	83
Figura 28. Guacal en madera para empaque sitio de artesanos en ibagué (Tolima).....	83
Figura 29. Sitio de artesanos en Ibagué (Tolima).....	85
Figura 30. Sitio de artesanos en Ibagué (Tolima).....	85
figura 31. Almacén El Cabuyal.....	86
Figura 32. Artesanos informales, carrera 3 de Ibagué (Tolima).....	87
figura 33. Artesanos informales, carrera 3 de Ibagué (Tolima).....	87
Figura 34. Popochas.....	95
Figura 35. Bombera .....	96
Figura 36. Ingeniera.....	97
Figura 37. Enfermera .....	98

Figura 38. Muñecas.....	99
Figura 39. Frida.....	100
Figura 40. Chapoleras .....	101
Figura 41. Recordatorio .....	102
Figura 42. Flujograma de la empresa “mostreticos”.....	103
Figura 43. Localización de la empresa (municipio).....	104
Figura 44. Localización de la empresa en el espacio urbano de Ibagué (Tolima).....	105
Figura 45. Distribución de la planta física de la empresa “mostreticos” .....	106
Figura 46. Organigrama de la empresa creaciones “mostreticos” .....	118

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición leyes, decretos y resoluciones.....	41
Tabla 2. Proyección de línea de tiempo fijación de precio .....	89
Tabla 3. Proyección presupuesto distribución .....	90
Tabla 4. Proyección presupuesto producción por periodos .....	93
Tabla 5. Requerimiento de bienes para puesta en marcha del proyecto .....	107
Tabla 6. Lista de materiales utilizados.....	109
Tabla 7. Lista de materiales utilizadas proyectada a 5 años .....	110
Tabla 8. Lista de proveedores .....	111
Tabla 9. Presupuesto mano de obra .....	112
Tabla 10. Proyección de otros gastos de fabricación.....	114
Tabla 11. Información constitución de la empresa .....	117
Tabla 12. Información cargos empresa y funciones .....	118
Tabla 13. Gastos administrativos.....	120
Tabla 14. Costos de insumos proyectados a cinco años .....	121
Tabla 15. Presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	123
Tabla 16. Proyección presupuesto para precio artesanía grande .....	125
Tabla 17. Balance inicial.....	128
Tabla 18. Punto de equilibrio.....	129

Tabla 19. Estado de resultados integral ..... 130



## 1 Introducción

El plasmar la idea de realizar la factibilidad para la creación y estructuración de la empresa “MOSTRETICOS” en la producción y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables en la ciudad de Ibagué Tolima, se encamina a generar conciencia de cuidado del medio ambiente, buscar nuevas formas de ingresos y sobre todo el encaminar acciones tendientes a la reactivación económica a partir de reutilización de productos reciclados.

Este proyecto tiene su importancia en el valor agregado que deseamos con la oferta de nuestros productos, ya que se enfoca en la producción manual de productos con materiales que sean reutilizados y amigables con el medio ambiente, dando a los clientes la oportunidad de obtener productos exclusivos.

Así mismo se plasma de manera clara y sencilla la idea de negocio abarcando todos los espacios como son los culturales, políticos, sociales y sobre todo económicos, para así buscar la obtención de los objetivos propuestos.

Se recopila los principales aspectos que deben ser tenidos en cuenta al momento de desarrollar e implementar una microempresa para la comercialización de artesanías, evaluando su viabilidad tanto comercial, técnica, administrativa y económica, además de la evaluación financiera.

El desarrollo de esta investigación, debido a sus características, es de tipo descriptivo ya que se basa en una serie de cifras estadísticas, en comportamientos de consumo, períodos de alta demanda e información de fuentes primarias y secundarias, pretende establecer qué tan viable

puede ser el montaje y puesta en marcha de un proyecto de artesanías por la naturaleza del proyecto y amarrado a sus objetivos, estas fuentes proporcionarán información de tipo cualitativo y cuantitativo.

## 2 Resumen Ejecutivo

La reducida brecha económica en la que se encuentra el país para la generación de ingresos y empleos, crea la necesidad de proponer la idea de negocio de factibilidad para la creación y estructuración de la empresa “MOSTRETICOS” en la producción y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables en la ciudad de Ibagué (Tolima) que sean amigables con el medio ambiente, buscando generar conciencia de la importancia de alternativas de manejo de residuos para la constitución de empresa..

Es así como se apunta a la inclusión de sectores de la economía circular, pensando esta idea de negocio que incluya mecanismos de reciclaje y reutilización de residuos que logren crear un impacto ambiental.

Basados en la metodología con características descriptivas, se estudiará los comportamientos de consumo, períodos de demanda e información de fuentes primarias y secundarias, para así viabilizar el proyecto de artesanías.

Se busca innovar con artesanías, fruto de todos aquellos materiales reutilizables, dando valor agregado a este proyecto en la concienciación de cuidado del medio ambiente y como plus adicional generaremos educación ambiental en las comunidades donde se ejecutará el proyecto y se ofertarán las artesanías, ya que serán ellos quienes aportarán al desarrollo de la idea de negocio.

## **Abstract**

The reduced economic gap in which the country finds itself for the generation of income and jobs, creates the need to propose the feasibility business idea for the creation and structuring of the company "MOSTRETICOS" in the production and commercialization of handicrafts based on of recyclable materials in the city of Ibague (Tolima) that are friendly to the environment, seeking to generate awareness of the importance of waste management alternatives for the constitution of a company.

This is how the inclusion of sectors of the circular economy is pointed out, thinking of this business idea that includes mechanisms for recycling and reusing waste that manage to create an environmental impact.

Based on the methodology with descriptive characteristics, consumption behaviors, periods of demand and information from primary and secondary sources will be studied, in order to make the handicraft project viable.

It seeks to innovate with handicrafts, the result of all those reusable materials, giving added value to this project in raising awareness of caring for the environment and as an additional bonus we will generate environmental education in the communities where the project will be carried out and the handicrafts will be offered, since They will be the ones who will contribute to the development of the business idea.

### **3 Planteamiento del Problema, o Idea de Producto y Formulación de la Pregunta de Investigación.**

Dentro de lo expuesto por el DANE frente a la realidad de empleabilidad en el municipio de Ibagué y las pocas oportunidades dentro del territorio departamental y nacional, hace que se visionen oportunidades de negocio que sean mecanismos de fuente de ingresos y a su vez aporten de manera contundente en la concienciación del cuidado, del entorno y medio ambiente.

La creación de arte expresado por medio de artesanías confeccionadas a base de materiales reciclados visiona de manera clara una idea de negocio innovadora y que puede suplir con los ingresos generados muchas de las necesidades básicas insatisfechas -NBI- de la población que hará parte de su fortalecimiento empresarial.

La imperiosa necesidad de reactivación económica frente al descenso de la misma por la aparición del Covid-19, hizo que la población, a nivel mundial, reactivara su economía de muchas formas.

En este orden de ideas no se debe ser ajeno a esta problemática, sin embargo, se busca alternativas auto sostenibles partiendo primero del bien que la idea de negocio puede hacer al medio ambiente y segundo reactivar un sector que, aunque existe hace muchos años y siglos no ha tenido el auge esperado en la economía.

Es por esta razón que se da la importancia de ejecutar esta propuesta de emprendimiento, con el fin de cambiar la forma de producir y consumir, visionando el crecimiento económico en

la extracción de materias primas de lo que se desecha teniendo como concepto base la **ECONOMÍA CIRCULAR** que viene siendo un modelo de gestión de recursos, bienes y servicios potencializados como fuente de ingresos, minimizando la crisis medio ambiental y sirviendo como soporte fundamental de creación de forma manual artesanías innovadoras.

Dentro de lo que se evidencia como consecuencias del proyecto, se tiene la seguridad de que todo apunta de manera positiva tanto en lo económico, cultural y ambiental ya que no solo se ve la posibilidad de un modelo de negocio innovador sino también todas las connotaciones que puede tener en los sectores antes mencionados.

Sabiendo de la gran carga contaminante que maneja nuestra sociedad y dando aplicabilidad a lo que los estamentos nacionales y departamentales traducen en el estudio de la misma, podemos decir que, sin lugar a dudas tenemos un proyecto con posibilidad de hacer resurgir el sector de las artesanías en lo local, nacional y porque no internacional, ya que se plantea vender artesanías innovadoras apoyadas en la economía circular definida por la fundación Ellen MacArthur citada por Ecoembes (2018) como una opción "reparadora y regenerativa, que pretende conseguir que los productos, componentes y recursos en general mantengan su utilidad y valor en todo momento". Esta propuesta funciona imitando los sistemas naturales, donde no se generan residuos, sino que la materia fluye y se convierte en un modelo cíclico; como una cadena alimenticia: se aprovechan los recursos y no se altera el equilibrio, pero si se fortalecerá el sector económico.

#### **4 Formulación de la Pregunta de Investigación**

¿Es viable y sostenible el estudio de factibilidad para la creación y estructuración de la empresa “MOSTRETICOS”, en la producción y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables en la ciudad de Ibagué Tolima?

## **5 Determinación de Objetivos del Proyecto**

### **5.1 Objetivo General**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación y estructuración de la empresa “MOSTRETICOS”, en la producción y comercialización de artesanías a base de materiales reciclables en la ciudad de Ibagué Tolima.

### **5.2 Objetivos Específicos**

- Identificar por medio de un estudio de mercado cuál es el tipo de cliente y la demanda del servicio.
- Analizar la inversión que se necesitará para la elaboración del proyecto.
- Evaluar económicamente el proyecto de acuerdo con la información financiera.
- Realizar el análisis de la ubicación y el contexto del proyecto.
- Considerar los aspectos legales que pueden afectar el proyecto.
- Ejecutar una evaluación social y ambiental del proyecto.
- Hacer un estudio de mercado que permita conocer los gustos y las preferencias con relación a las compras de artesanías en la ciudad de Ibagué
- Determinar la viabilidad financiera que determine el monto de la inversión y el retorno de la misma en un tiempo estipulado.



## **6 Justificación e Impacto Central del Proyecto**

Los reportes dados según investigaciones hechas por un medio local como lo hace el *Nuevo Día* para la vigencia 2021, nos da como precedente que la Ciudad de Ibagué ha presentado un índice de reactivación económica aún muy bajo.

El proyecto se sectorizará en la comuna 4 de la ciudad de Ibagué, barrio San Carlos ya que está compuesto por estratos socioeconómicos que pueden ser impactados tanto en lo comercial como en lo sociocultural, haciendo de vital importancia visualizar nuevas formas de activación económica desde el ámbito de la artesanía, y dando una pauta a gran cantidad de comunidad que necesita fortalecer sus ingresos.

A su vez busca tener un impacto ambiental positivo de gran magnitud, pues aporta para la protección y conservación de la biodiversidad a la protección de agua, suelo, flora y fauna a nivel local y que se mantengan las fuentes hídricas libres de contaminación esto beneficiando a la comunidad que se localizan en sus proximidades.

Una de las Buenas prácticas que se implementara para la comunidad será el reciclaje en el sector y barrios aledaños esto evitando que se sigan arrojando escombros a las fuentes hídricas que se encuentran en áreas cercanas al Barrio San Carlos con el fin de brindar y fortalecer a la comunidad en proyectos ciudadanos de educación ambiental importantes para los gobiernos locales.

## 6.1 Estado del Arte

En Colombia los grupos étnicos han sido los precursores de esta esfera social y la transmisión de una gran diversidad de saberes asociados a la elaboración de su cultura materializada y sus prácticas tradicionales a través de la fabricación de obras de arte con los recursos que brinda la naturaleza, desde un árbol, la hoja de una planta, barro o arcilla, entre otros; hoy en día las llamamos artesanías como forma de expresión de vida y como herramienta para generar ingresos para sus familias. Para algunas de estas comunidades, la comercialización de las artesanías se ha constituido en la posibilidad de fomentar la supervivencia de su herencia ancestral y de sus economías limitadas.

De la misma manera, como lo muestra en su presentación, Artesanías de Colombia (2020):

Artesanías de Colombia a través de su Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal consolidó junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el “Programa de fortalecimiento empresarial, productivo y comercial de iniciativas artesanales de grupos étnicos de Colombia”, con el propósito de generar oportunidades de negocio, promover nuevos mercados, así como fortalecer el rescate y reconocimiento de las prácticas productivas propias de los pueblos étnicos.

A lo largo de seis años, esta iniciativa ha logrado fortalecer la labor artesanal de más de 5 mil artesanos de grupos artesanales étnicos, con una extensa cobertura nacional, logrando \$5.108 millones en ingresos directos para las comunidades. (p)

Las actividades del programa contemplan desde los acuerdos previos y socialización de las actividades, levantamiento/actualización de diagnósticos cualitativos, determinación conjunta de líneas de productos acorde a mercados identificados, fortalecimiento de los procesos productivos y preparación y acompañamiento a eventos comerciales.

Estas actividades vienen respaldadas transversalmente por acciones de gestión administrativa y financiera, logística, comunicación, divulgación, seguimiento y monitoreo, con el fin de garantizar el adecuado cumplimiento de las actividades a desarrollar en el marco del proyecto.

En este estudio realizado por Artesanías de Colombia (2020), también se presenta claramente cómo “en el año 2019, esta iniciativa contó con una cobertura de 42 grupos étnicos, entre pueblos indígenas, comunidades negras, afrocolombianas y raizales, realizando asesorías puntuales con el pueblo Palenquero”.

El promedio de mejora de la productividad de los grupos vinculados fue del 40,2%, con un desarrollo de 84 líneas de productos bajo la metodología de diseño colaborativo. Los 855 artesanos vinculados, tuvieron una totalidad de ventas de \$1.464 millones, con una tasa de efectividad de sus ventas proyectadas del 33%.

Artesanías de Colombia fue creada el 6 de mayo del año 1964, como una entidad estatal, cuyo objeto era promocionar y desarrollar todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal.

Desde su creación la entidad ha funcionado en Bogotá, la capital colombiana, y durante estos 50 años se ha encargado de cumplir su objetivo, elevando la calidad, productividad y competitividad de la artesanía tanto en los mercados nacionales como internacionales.

Dentro de las actividades desarrolladas en estos años, la entidad se ha encargado de definir políticas de desarrollo, liderar y coordinar planes y programas estratégicos, concertar con entidades públicas y privadas la inversión de recursos físicos, humanos y financieros, para impulsar el sector.

Adicionalmente entre una de sus más importantes tareas, Artesanías de Colombia ha divulgado la identidad de nuestro país y preservado el patrimonio cultural de cada uno de sus rincones.

La sede principal de Artesanías de Colombia adquirida por Artesanías de Colombia hace más de cuatro décadas, es el Claustro de Las Aguas, en pleno centro de Bogotá. Este lugar ha venido guardando historias, leyendas y testimonios nacionales en sus paredes. Esta edificación fue declarada Monumento Histórico y Patrimonio de la Nación por su importancia en la construcción de memoria de Bogotá.

Por otro lado, el portal virtual de artesanías Colombia expone de manera colaborativa para los artesanos colombianos, diversidad de las mismas y donde abren una ventana importante para los que se realizan con material reciclado.

Empresas como ASOCIA nace como un ecosistema para fortalecer las capacidades de las organizaciones, proyectos o áreas de sostenibilidad, generar eficiencias y lograr mayores impactos para la ciudad y el país. Para nosotros es clave facilitar la integración entre los diferentes actores para que encontremos soluciones en equipo de cara a los nuevos retos ambientales y sociales aportando un musculo estratégico para la comercialización de nuestros productos; con carácter de protección al medio ambiente son una propuesta atractiva para otros mercados.

En el año 2015, la Organización de la Naciones Unidas (ONU) aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos sin dejar a nadie atrás. La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente y el diseño de nuestras ciudades.

En este sitio (figura 1) mostramos la información sobre cuáles son esos objetivos y los esfuerzos que la ONU y sus socios están llevando a cabo para construir un mundo mejor.

**FIGURA 1**

*ODS Objetivos de desarrollo Sostenible*



*Nota:* la figura muestra los objetivos de desarrollo sostenible. Fuente:

<https://asociaecosistema.org/>

Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles, ODS 11 (figura 2) este objetivo nos ubica en el contexto de factibilidad del proyecto y el material de reciclaje que producen las ciudades es el insumo primordial para el desarrollo del proyecto ofreciendo nuevamente propuesta con un componente protector de nuestro ecosistema reutilizando materiales que otros ya no usan.

## FIGURA 2

*ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles*



*Nota:* la figura muestra el ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles. Fuente:

<https://www.gob.mx/agenda2030/articulos/11-ciudades-y-comunidades-sostenibles>.

Según Laura Farré Burgos (2020) *lavanguardia.com*, “cuando pensamos en la palabra reciclaje, normalmente nos viene a la mente la acción de verter los residuos y envases en el contenedor correspondiente: azul, amarillo, verde o marrón”.

La recogida selectiva es imprescindible para cuidar el medio ambiente, sin embargo, se puede reciclar de forma mucho más creativa y aprovechar material que aparentemente ya no tiene más utilidad, para proyectos artísticos.

Por necesidad o de forma intencionada, los artistas han reciclado muchos objetos a lo largo de la historia, lo hicieron, por ejemplo, los cubistas en sus collages con páginas de periódicos, Pablo Picasso o George Braque fueron dos de los pintores más representativos que produjeron obras de vanguardia con materias primas muy modestas. posteriormente, los ejemplos han sido abundantes y se han dado en múltiples disciplinas.

Para finalizar podemos decir que, en la actualidad el uso de materiales reciclados es el elemento cosmopolita que está fortaleciendo la conciencia global hacia la conservación de nuestros ecosistemas y luchar para instruir a nuevas generaciones en el consumo de elementos con dichos materiales que ayudan a tener conciencia progresiva por la salud de nuestro planeta.

## 7 Marco Referencial

### 7.1 Marco Teórico:

En el año 2019 la empresa colombiana *My Green Life* realiza una propuesta de diseño sustentable en ropa para bebés elaborada con algodón orgánico y teñida con tintes naturales como remolacha y clorofila. Según Zuluaga citada por Twenergy en su artículo *Cuatro casos de eco-emprendedores colombianos que basan su éxito en el reciclaje* (s.f.), “Hay una tendencia de moda ecológica en el mundo que es muy poco explotada en Colombia y por eso decidí crear una empresa que usa algodón orgánico y tintes naturales”, explicaba su creadora, Paola Catalina Zuluaga, a La República. Perfecto para papás y niños verdes.

En otras partes del mundo también se han presentados algunos casos de éxito que se forjan a partir de materiales reciclados como son:

#### **Pintura y escultura**

Según manifiesta Laura Farré Burgos en su artículo de La Vanguardia (2020):

La basura puede convertirse en algo bello. Los artistas de algunas de las vanguardias de principios del siglo XX fueron de los primeros en utilizar residuos para crear obras y en reivindicar los deshechos como creaciones artísticas válidas.

Marcel Duchamp fue uno de los artistas que más defendió el reciclaje como herramienta artística y uno de los pioneros en utilizar materiales cotidianos o residuos en sus obras.



Según el artista, era arte cualquier cosa que se reconociese como tal y ocupase su lugar dentro de instituciones como museos. Desafió la idea misma de “arte” con sus ready-mades, objetos que encontraba y que elevaba a la categoría de obra de arte al exponerlos y darles otro significado.

Creadores tan célebres como el norteamericano Robert Rauschenger o el catalán Antoni Tàpies utilizaron todo tipo de objetos cotidianos en sus creaciones: muebles, ropa, complemento.

Las esculturas del artista contemporáneo Miquel Aparici (figura 3) están hechas a partir de metales y maderas residuales, utilizados anteriormente para fines distintos. El artista convierte elementos aparentemente inútiles en animales que son auténticas obras de arte.

(p)

### **FIGURA 3**

*Escultura de Miquel Aparici*



*Nota:* la figura muestra una escultura de Miquel Aparici

## Moda

En el mismo artículo de La Vanguardia, Laura Farré Burgos continúa (2020):

Los grandes referentes de la moda basaron sus colecciones en elementos exclusivos, de lujo. Sin embargo, con el tiempo, las nuevas generaciones incorporaron sin complejos materiales reciclados.

Desde marcas internacionales como Nudie Jeans hasta proyectos más personales, como el de Juanjo Oliva, han manifestado su compromiso con el medioambiente. Oliva, por ejemplo, ha creado prendas fabricadas con fibras de plástico PET reciclado.

La misma inspiración mueve iniciativas de proximidad, como el festival de verano White Summer Festival que tiene lugar en la Costa Brava (España). En él se combina arte, moda, música y gastronomía. En él ha participado la marca allSisters, pionera en trajes de baño eco-friendly: bañadores y bikinis tejidos con materiales sostenibles.

“En Colombia se puede hablar de un desarrollo artesanal marcado desde la conquista española por eminentes procesos de hibridación” (Quiñones y Barrera, 2006).

En la actualidad en nuestro país existen variedad de empresas dedicadas a la manufactura de diversos elementos de moda y artesanías a partir de la base se materiales reciclados. Respecto a esto, Diana (2010) hace un recorrido por la empresa colombiana CYCLUS:

Empresas como CYCLUS que fue creada en Colombia en el año 2002, con una visión que pretende llevar un mensaje a través del diseño de productos, que tengan como principios básicos: la reutilización de materiales urbanos, el reciclado de materias primas y la reducción de consumo de recursos y generación de desperdicios.

CYCLUS empezó con dos personas y hoy cuenta con un equipo de más de 25 en Colombia, y muchas más alrededor del mundo en países como Reino Unido, Francia, España, Escandinava, Italia, Costa Rica, Canadá y Estados Unidos, entre otros. Además, posee talleres satélites entrenados en el manejo del material para expandir la producción. CYCLUS pretende con esto mostrar que en Colombia si hay conciencia ecológica y por eso, el eco-diseño nacional, y los diferentes materiales o materias primas que se encuentran en el medio ambiente, se utilizan para todo; hace uso del diseño como herramienta para lograr el ecodesarrollo y pretende a futuro llegar a desarrollar un laboratorio nacional de eco-diseño, donde junto con otras disciplinas se realicen investigaciones para desarrollar materiales y diseñar procesos industriales de acuerdo con los materiales locales y las necesidades del país. Figura 4.

#### **FIGURA 4**

Artesanías creadas por CYCLUS



*Nota:* la figura muestra trabajos creados por CYCLUS. Fuente: Pagina Cyclus

Con productos de alta calidad, gran durabilidad, impermeabilidad y diseños modernos e innovadores, CYCLUS se abre un nicho importante en el mundo, sumándose a los numerosos aportes en el ámbito ecológico, una forma de vida a la cual todas las personas,

de una u otra forma, deberían entrar, y por ello fue galardonada con el Premio Nacional de Exportaciones 2009 en la modalidad de pequeña empresa.

Es hora de replantear nuestra relación con el mundo y reconectarnos con la naturaleza y el mundo. Valiéndonos del diseño, el arte y la ciencia, podemos convivir con nuestro entorno de manera inteligente, ayudando a construir un estilo de vida que nos lleve a vivir con sentido común, esta es la razón fundamental por la cual CYCLUS existe.

García, M. (2005). Afirma que, “de alguna manera, y désele la explicación que se quiera, los atenienses consiguieron impulsar esta idea de lo útil y bello, de lo “funcional”. Las formas de los objetos, siendo como eran variadísimas, se ajustaban siempre a sus funciones”.

Suarez (2013) en *Artesanía: Historia, Concepto y Dinámicas Adaptativas a Través de la Cadena Oro-Joya*, expresa que:

En Europa, a partir de la Revolución Industrial, la tradición de los gremios artesanales fue desplazada por un nuevo sistema de organización del trabajo especializado, inserto en la fábrica. Nuevas dinámicas productivas, económicas y de consumo alejaron al producto artesanal del marco cotidiano de las sociedades industriales.

La artesanía indígena, sus símbolos y cosmogonía, fue remplazada por las técnicas, formas y referentes estéticos y religiosos de occidente, cuya fusión generó resultados estéticos que no pueden considerarse nunca como reproducciones europeas del arte y la artesanía, evocando no solo un proceso de “transculturación”; también un proceso de generación de nueva identidad, formas, colores e imaginarios que hoy siguen presentes en la artesanía tradicional.

Suarez (2013) continúa diciendo que:

En Colombia, a partir de los años 60 se dieron importantes procesos de reflexión, reconceptualizando la artesanía como forma de producción tradicional de importante rol cultural. Artesanías de Colombia, entidad creada por el gobierno colombiano en el año de 1964, estableció 3 categorías que subdividen los tipos de artesanía, así: Tradicional popular, Indígena y Contemporánea. Ellas están referidas esencialmente a la comunidad y el contexto productivo en el cual se resuelve el producto artesanal, agregando, como subcategorías la rural y la urbana.

Sin embargo, la actividad artesanal antes de tender a su desaparición encontró formas de supervivencia en procesos de identidad que posibilitan una estética particular diferenciada de la industrial. Surge así la noción diferenciada entre la artesanía y la industria, que va de la mano experta y habilidosa del maestro a la mecánica de una acción predeterminada y repetitiva del obrero.

Exuberantes jarrones, candelabros, sillas, mesas, espejos, entre otros objetos decorativos, eran producidos industrialmente a bajo costo como falsas reproducciones basadas en aquellas originales, producidas por maestros artesanos y que decoraban las habitaciones de las mansiones de aristócratas y burgueses. John Ruskin, escritor, crítico de arte y sociólogo británico, propone ante el fatídico panorama objetual de finales de siglo XIX, el retorno a la vida y a los sistemas de producción medieval.

En el manifiesto modernista de 1897, desde el principio de la creación plástica el arte y la artesanía creativa tuvieron una función de soporte mutuo de colaboración “fueron de la mano”. La industrialización provoca una separación de hecho y establece una incógnita sobre la supervivencia de ambos.

También desde la antigüedad, el arte y la artesanía o lo que es lo mismo, los artistas y los artesanos en su relación productiva vivieron diferentes etapas: la identificación unívoca al principio, la subordinación del artesano al arte desde el Renacimiento hasta el Modernismo y la forma autónoma en la que coexisten actualmente.

### **Artistas-artesanos**

En el manifiesto modernista de 1897 evoca que los bajorrelieves egipcios, los frisos del Partenón, las pinturas de las ánforas griegas, las mismas ánforas, las tallas, tablas y frescos románicos, góticos o renacentistas y multitud de obras realizadas a lo largo de la historia, manifiestan la importancia de la habilidad y la técnica al servicio de las ideas estéticas.

Desde un principio, sus autores se caracterizan por un gran dominio del oficio, apreciación que se mantiene a través de la historia, considerándose esto como algo propio de individuos especialmente dotados para las filigranas y virtuosismos manuales. Para los griegos clásicos, no existía una forma diferente o una distinción entre artista o “arte” y artesano o “artesanía”, tampoco tenían vocablos para hacer tal separación.

### **Grecia, arte público, funcional y popular**

Citando a García (2005):

Lo primero que hemos de considerar, es que no obstante por ser una época brillantísima, no todos los templos, ni todas las estatuas griegas resultaron obras de arte, como tampoco cada pieza teatral, ni cualquier vasija o cualquier monumento funerario. En la Grecia clásica, por ejemplo, la cerámica tenía varios cánones y tipos propios que dieron origen a

unos característicos prototipos. (...) Sin embargo, zonas enteras en que la calidad fue siempre pobre, como, la de la cerámica del sur de Italia, que se hacía imitando, tal cual, la de Atenas. En este tiempo pasó algo verdaderamente revolucionario: los escultores, los ceramistas y los pintores, adquirieron el hábito de firmar sus obras. No eran individualistas, eran individuales, porque aceptaban en su tarea disposiciones generales y cánones concretos y solo después exploraban sus posibilidades libremente, utilizando su habilidad, su imaginación y su inventiva. Los ceramistas atenienses sobresalieron pintando las superficies curvas de las ánforas con escenas, a menudo de complicada composición. (p. 1)

## **7.2 Marco Conceptual**

### **7.2.1 Artesanía**

Se dice que el trabajo del artesano se basa en la transformación manual de toda clase de materiales algunos con el apoyo de maquinaria pero que generalmente son fabricados de manera manual dando como resultado piezas de distintos materiales y formas.

Es así como las artesanías son definidas como “toda técnica manual, creativa, para producir individualmente bienes y servicios” (Wikipedia, s.f.), esto quiere decir que no es más sino el conjunto de creatividad y arte en un solo oficio, mostrando la laboriosidad de las personas que tienen como eje central de su economía este oficio.

El sector de Artesanía se encuentra con una gran competencia pues ya existen empresas manufactureras de productos que en un principio tenían su esencia en la manualidad, hecho que hace cada vez más difícil sostenerse en el mercado, así mismo la forma de organización en

muchos casos de manera individual y con personas con poco conocimiento de comercialización hacen que sea difícil la permanencia en el mercado por la falta de técnicas y métodos efectivos para su venta.

### **7.2.2 Artesano**

El artesano, según Richard Sennett citado por Álvarez del Valle (2015), “es aquél que se enorgullece de su trabajo y se compromete con él. El artesano se caracteriza por sus habilidades: el repertorio de procedimientos que muestra una constante interrelación entre el conocimiento tácito y reflexivo”.

### **7.2.3 Diseño:**

El diseño de artesanías es, según la Universidad de Guadalajara, “una disciplina orientada al desarrollo de procesos creativos, diseños y producción de artesanías, mediante la enseñanza de técnicas y la innovación de modelos y prototipos, reforzando la vocación cultural”

### **7.2.4 Oficio Artesanal**

La definición de oficio artesanal es una creación específica que involucra la creatividad, el conocimiento y las prácticas de acciones que dan como resultado un producto con características específicas siendo esto el componente más importante de los artículos.



### 7.2.5 *Producto Artesanal*

Se diferencian según su tipo y origen, el cual puede ser aborígen, folclórico, urbano y suntuario, pueden ser productos como alimentos u orfebrería, joyería, cestería, cuero, vestimenta, alfarería, pintura, esculturas, carpintería, tejidos, entre otros.

### 7.2.6 *Tradición Artesanal*

Es en lo que se enmarca la transmisión de cultura dentro de las generaciones de un pueblo sin permitir que estas se pierdan en la evolución constante del mundo, dándole una connotación de hábitos y costumbres que para muchos pueblos se hacen ancestrales.

## 7.3 Marco Legal

**TABLA 1**

*Definición Leyes, Decretos y Resoluciones*

<b>Norma</b>	<b>Organismo</b>	<b>Contenido</b>
Constitución Política de 1991	Asamblea Nacional Constituyente	Contiene 49 artículos alusivos al medio ambiente dentro de los cuales se cita el deber del Estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente y de prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, así como el derecho de toda persona a gozar de un ambiente sano y la prohibición de introducir al territorio nacional residuos nucleares y residuos tóxicos.
Ley 23/1973	Congreso de la República	Concede facultades extraordinarias al Presidente de la República para expedir el código de recursos naturales y

Norma	Organismo	Contenido
		<p>de protección al medio ambiente para la prevención y control de la contaminación del medio ambiente. La búsqueda del mejoramiento, conservación y restauración de los recursos naturales renovables y la defensa de la salud y el bienestar de los habitantes del territorio nacional. Esta fue la primera norma en imprimirle responsabilidades a quienes causan daño al medio ambiente, entre otras razones, por la inadecuada disposición de los residuos sólidos.</p>
Ley 09 de 1979	Congreso de la República	<p>Esta ley expide el código sanitario nacional y de protección del medio ambiente, dicta medidas sanitarias para la protección del medio ambiente que ayude a la responsabilidad que tienen los generadores de residuos durante la recolección, transporte y disposición final, así mismo ante los perjuicios ocasionados sobre la salud pública y el ambiente establecen normas para la protección y seguridad de las personas contra los riesgos que se derivan de la manipulación, fabricación, almacenamiento, uso, transporte, comercio y disposición de plaguicidas, como también de la importación y fabricación de muestras para fines investigativos y de experimentación. También decreta el manejo y control de elementos quirúrgicos provenientes de actividades de salud y residuos de origen doméstico.</p>
Ley 60 /93	Congreso de la República	<p>Dicta normas orgánicas sobre la distribución de competencias de conformidad con los artículos 151 y 288 de la Constitución Política y se distribuyen recursos. Esta ley delega en los municipios la responsabilidad de manejar el sistema de apeo. Posteriormente la ley 715</p>

Norma	Organismo	Contenido
Ley 99 de 1993	Congreso de la República	<p>del 2001 modificatoria de la ley 70 de 1993 ratifica esta responsabilidad al otorgar a los municipios el deber de asegurar la debida prestación del servicio público de aseo urbano, se descentraliza esa función pero se reduce las posibilidades de financiación de proyectos de gestión de residuos con recursos del presupuesto nacional.</p>
Ley 99 de 1993	Congreso de la República	<p>Crea el Ministerio del Medio Ambiente, reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables y se organiza el Sistema Nacional ambiental SINA, globalmente abarca el tema del manejo de los residuos sólidos regulando las condiciones generales para el saneamiento del medio ambiente con el fin de mitigar e impedir el impacto actividades contaminantes al entorno natural, determina que el establecimiento de límites máximos será con base en estudios de emisión, descarga, transporte o depósito, fabricación, distribución, uso, disposición o vertimiento de sustancias que causan degradación al medio ambiente, como en los productos químicos o biológicos utilizados en actividades productivas. Establece como función del Ministerio del Medio Ambiente la responsabilidad de evitar regulaciones para impedir la introducción al territorio nacional de residuos nucleares y residuos tóxicos o subproductos de los mismos..</p>
Ley 142/94	Congreso de la República	<p>Contiene el régimen de los servicios públicos domiciliarios y fundamentalmente abre el mercado privado la contratación de la prestación de los servicios de aseo, alcantarillado, agua potable, energía eléctrica,</p>

Norma	Organismo	Contenido
		<p>gas natural y telefónica. Establece para las empresas prestadoras de servicios públicos obligaciones específicas para garantizar la preservación de la calidad ambiental.</p> <p>Define lineamientos para que sus actividades se desarrollen, garantizando la función social de la propiedad pública o privada y la función ecológica de proteger la diversidad e integridad del ambiente señala acá la recolección y disposición de residuos de estas entidades que será según las normas ambientales y de salud públicas vigentes. En la práctica esa norma no se ha cumplido adecuadamente especialmente en cuanto al manejo de los sitios de disposición final, la aplicación de tarifas y la participación comunitaria en el control de los servicios públicos.</p>
Ley 253 de 1996	Congreso de la República	Esta Ley acoge y adopta para Colombia el “Convenio de Basilea” sobre el control de movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos y su eliminación. Fue suscrito en Basilea el 22 de marzo de 1989. Su contenido transcribe el texto del Convenio.
Ley 86 de 1996	Congreso de la República	Modifica la Ley 142 de 1994 estableciendo un periodo de ajuste, para que las empresas de servicios públicos se transformen en empresas por acciones y se ajusten gradualmente a la norma.
Ley 388 de 1997	Congreso de la República	Dentro de sus objetivos está establecimiento de los mecanismos que permitan al municipio promover ordenamiento del uso equitativo y racional del suelo, la preservación y defensa del patrimonio localizado en su

Norma	Organismo	Contenido
		<p>ámbito territorial y la prevención de desastres en asentamientos de alto riesgo, como la ejecución de acciones urbanísticas. Aboga además porque se ejerza la función pública de ordenamiento del territorio municipal mediante la acción urbanística de las entidades distritales y municipales, clasificando el territorio en suelo urbano, rural y de expansión urbana y localizando y señalando las características de la infraestructura para el transporte, los servicios públicos domiciliarios, la disposición y tratamiento de los residuos sólidos tóxicos peligrosos y los equipamientos de servicios de interés público y social tales como centros docentes y hospitalarios, aeropuertos y lugares análogos. Define marco regulatorio para garantizar los diferentes usos del suelo y permitir el emplazamiento de empresas y sitios donde se gestionan los residuos sólidos.</p>
<p>Ley 430 de 1998</p>	<p>Congreso de la República</p>	<p>Regula la introducción de los residuos peligrosos al territorio nacional, en cualquier modalidad según lo establecido en el Convenio de Basilea y la responsabilidad por el manejo integral de los residuos generados en el país en el proceso de producción, gestión y manejo de los mismos. Adicionalmente, regula la infraestructura de la que deben ser dotadas las autoridades aduaneras y zonas francas y portuarias, con el fin de detectar de manera técnica la introducción de estos residuos, se centra en los principios de minimización de la generación de residuos peligrosos, el impedimento del ingreso y tráfico ilícito de residuos peligrosos de otros países, el diseño de estrategias para</p>

Norma	Organismo	Contenido
		<p>estabilizar su generación en industrias con procesos obsoletos y contaminantes y el establecimiento de políticas e implementación de acciones para sustituir procesos de producción contaminantes por procesos limpios. Establece la obligación del generador o productor de este tipo de residuos de realizar su caracterización fisicoquímica en laboratorios debidamente autorizados por la autoridad ambiental.</p>
Ley 511 de 1999	Congreso de la República	<p>Establece el 1 de marzo como el día de los recicladores, establece la condecoración del reciclador y ordena al SENA, el diseño de un programa de capacitación, al INURBE promover programas de vivienda, al ICBF asigna la atención de madres lactantes y los hijos de recicladores y a las alcaldías y empresas de servicios públicos, la promoción de campañas periódicas para involucrar a la comunidad en actividades de reciclaje. Estas disposiciones tienen un limitado alcance y no representan un marco normativo que realmente promueva la actividad. En particular el INURBE no cumplió con la obligación de promover programas de vivienda para recicladores y hoy el acceso al sistema de subsidios es prácticamente imposible, por los requisitos de acceso.</p>
Ley 491 de 1999	Congreso de la República	<p>Ley que establece por primera vez la tipificación de los delitos penales orientada a sancionar a los responsables de la contaminación. Se busca garantizar la protección al medio ambiente y define como novedad la creación del seguro ecológico.</p>

<b>Norma</b>	<b>Organismo</b>	<b>Contenido</b>
Ley 632 de 2000	Congreso de la República	Modifica la ley 142 de 1994. Reglamenta los subsidios y contribuciones para los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo; establece un ajuste al porcentaje necesario para asegurar que el monto de las contribuciones sea suficiente para cubrir los subsidios que se apliquen, de acuerdo con los establecidos en dicha ley, para que se mantenga el equilibrio; define que las entidades prestadoras deben destinar los recursos provenientes de la aplicación de este factor ,para subsidios a los usuarios atendidos por la entidad dentro de su ámbito de operaciones y establece un periodo de ajuste para asignación de los mismos. Sucesivas normas del Plan de Desarrollo han mantenido el régimen de subsidios a los servicios públicos, sin embargo, no se han utilizado subsidios para promover directamente programas de reciclaje.
Ley 689 de 2001	Congreso de la República	Por la cual se modifica parcialmente la Ley 142 de 1994. Modifica régimen de actos y contratos suscritos por las Empresas de Servicio Público, reglamenta la contratación especial para la gestión de los servicios públicos, define el régimen tarifarlo y la liquidación de las ESP. Adicionalmente establece que deberán ejecutarse actividades de control y vigilancia sobre los servicios públicos mediante la creación de Comités de Desarrollo y Control Social de los Servicios Públicos Domiciliarios, organismo de participación comunitaria que tiene una presencia informativa y no decisoria.
Ley 715 de 2001	Congreso de la República	Establece el Sistema General de Participaciones (SGP), constituido por los recursos que la Nación

Norma	Organismo	Contenido
Ley 1176 de 2007	Congreso de la República	<p>transfiere a las entidades territoriales. Los artículos 3 y 76 establecen la "participación de propósito general que incluyen los recursos para agua potable y saneamiento básico entre otros, para promover, financiar y cofinanciar proyectos de descontaminación de corrientes afectadas por vertimientos, así como programas de disposición, eliminación y reciclaje de residuos y es la principal fuente para programas de reciclaje que en varias ciudades se incorporaron a los PGIRS y que se programan anualmente en los presupuestos municipales.</p>
Ley 1252 de 2008	Congreso de la República	<p>Se creó una bolsa independiente de agua potable y saneamiento en el Sistema General de Participaciones (SGP) para un uso más eficiente de los recursos. Es reglamentada por los decretos 313 de 2008 y 276 de 2009. Destina el 5.4% de los recursos de SGP para agua potable y saneamiento básico; es la base de los Planes Departamentales de Agua, que incluyen la financiación de proyectos de gestión de residuos.</p> <p>Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos, la responsabilidad de manejo de residuos y obligaciones de los diferentes actores involucrados en el manejo de este tipo de residuos. Establece como principios el diseño de planes, sistemas y procesos adecuados, limpios y eficientes de tratamiento, almacenamiento, transporte, reutilización y disposición final de residuos peligrosos que propendan al cuidado de la salud humana y el ambiente. Debido a la peligrosidad</p>



Norma	Organismo	Contenido
Ley 1259 de 2008	Congreso de la República	<p>de este tipo de residuos su recuperación y reutilización debe realizarse por personal capacitado.</p> <p>Establece el comparendo ambiental, como instrumento de cultura ambiental para el adecuado manejo de escombros y residuos sólidos. Establece sanciones y normas de conducta en la manipulación de los residuos. En las demandas de constitucionalidad se garantizó el derecho de los recicladores a desarrollar su actividad, cumpliendo con el mantenimiento del aseo de los espacios públicos y las zonas de trabajo de las bodegas. Se declaró Inexequible la facultad de decretar la suspensión o cancelación del registro o licencia de funcionamiento de los establecimientos de comercio (Numeral 6, Artículo 7).</p>
Ley 36 de 1984. (noviembre 19)	Congreso de la República	Por la cual se reglamenta la profesión de artesano y se dictan otras disposiciones.

*Nota:* elaboración propia a partir de la normatividad colombiana.

## **8 Metodología**

### **8.1 Tipo de Investigación**

El desarrollo de esta investigación tiene su enfoque descriptivo, debido a que son basados en cifras estadísticas de comportamientos de consumo de potenciales compradores en diferentes rangos de edad, para lograr de esta manera focalizar las preferencias comerciales según su edad.

El carácter de la investigación es de tipología mixta que servirá para tabular la información y tener un diagnóstico del adecuado para el desarrollo del proyecto. Con la recopilación de todos ellos lograremos ampliar el espectro comercial y metodológico para el desarrollo acertado del mismo.

Así mismo, también con recopilación de información de fuentes primarias, que pretende establecer su aceptación, ofreciendo este emprendimiento inclusivo de artesanías regionales colombianas elaboradas con materiales reciclados, conformados por documentos de proyectos similares que hayan tenido éxito para lograr de esta manera robustecer la materialización del proyecto.

Para enfocar la naturaleza del proyecto y su puesta en marcha, logrando los objetivos fijados, como lo es el de ser uno de los productos de innovación con los más altos estándares de calidad en la transformación de materiales reciclados en artesanías decorativas para todos los espacios en hogares, oficinas, lugares exteriores e interiores y de la misma manera, lograr posicionar el producto en mercados comerciales nacionales y si fuera posible en comunidades internacionales.

### **8.1.1 Técnicas de Recolección de la Información**

8.1.1.1 **Fuentes Primarias.** -Encuesta sobre el consumo de artesanías.

- Consulta sobre nivel de ventas en establecimientos dedicados a la actividad de comercialización de *artesanías*.

- Entrevista a empresarios de este Sector.

8.1.1.2 **Fuentes Secundarias.** - Información estadística financiera en Super sociedades.

- Información de comerciantes establecidos en la Cámara de Comercio de Barranquilla.

- Estudios del Sector.

- Documentales en televisión regional.

Se utilizará como base de cálculo para la determinación de la muestra a una población de 2.500 personas en diferentes grupos etarios y de diversas condiciones y capacidad de compra.

## **9 Muestra y Tipo de Mercado**

La edad promedio de clientes que adquieren los productos o está interesado en adquirirlos, corresponde a personas que se encuentran entre 17 y 55 años de la comuna 4, barrio san Carlos del municipio del Ibagué en el departamento del Tolima El muestreo es aplicado de manera probabilística debido a que todos los habitantes de este sector tienen la posibilidad de ser consultados.

### **9.1 Técnica para la Recolección de la Información**

#### **Evaluación de Mercados Artesanías**

En la siguiente encuesta se llevará a cabo una serie de preguntas con el fin de hacer un análisis de los gustos de las personas en cuanto a las artesanías y así evaluar el mercado potencial.

**\*Obligatorio**

**NOMBRES Y APELLIDOS \***

**EDAD \***

**GENERO \***

Marca solo un óvalo.

MASCULINO\_\_\_\_\_

FEMENINO\_\_\_\_\_

Prefiero no decirlo\_\_\_\_\_

**¿LE GUSTA COMPRAR ARTESANÍAS? \***

Marca solo un óvalo.

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Tal vez\_\_\_\_\_

**¿QUÉ TIPO DE ARTESANÍA ES DE SU INTERÉS? \***

Típicas/Tradicionales\_\_\_\_\_ Artículos decorativos/ hogar u oficina\_\_\_\_\_

Bisutería\_\_\_\_\_

Cerámica\_\_\_\_\_Orfebre\_\_\_\_\_ Tejidos\_\_\_\_\_

**¿QUÉ BUSCA CUANDO VA A COMPRAR UNA ARTESANÍA? \***

Marca solo un óvalo.

Economía\_\_\_\_\_ Color\_\_\_\_\_ Antigüedad\_\_\_\_\_

**¿CADA CUÁNTO COMPRA USTED ARTESANÍAS? \***

Marca solo un óvalo.

Regular\_\_\_\_\_ Frecuentemente \_\_\_\_\_ No adquiero \_\_\_\_\_

**¿QUÉ PRESUPUESTO DESTINA PARA LA COMPRA DE SUS ARTESANÍAS? \***

Marca solo un óvalo.

\$10,000 A \$50.000 \_\_\_\_\_

\$60.000 A \$100.000 \_\_\_\_\_

Más de \$100.000 \_\_\_\_\_

**CUÁL O CUÁLES DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS LE LLEVARÍAN A COMPRAR**

**PRODUCTOS ELABORADOS**

manualmente? puede seleccionar máximo 2 \*

Exclusividad \_\_\_\_\_

Diseño atractivo \_\_\_\_\_

Que esté de moda \_\_\_\_\_

Que sea amigable con medio ambiente \_\_\_\_\_

**¿COMPRARÍA ARTESANÍAS A BASE DE PRODUCTOS RECICLABLES? \***

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Tal vez \_\_\_\_\_

**¿ESTARÍA DISPUESTO EN COMPRAR PRODUCTOS ARTESANALES EN MEDIOS VIRTUALES?(SIENDO ESTE CONFIABLE) \***

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

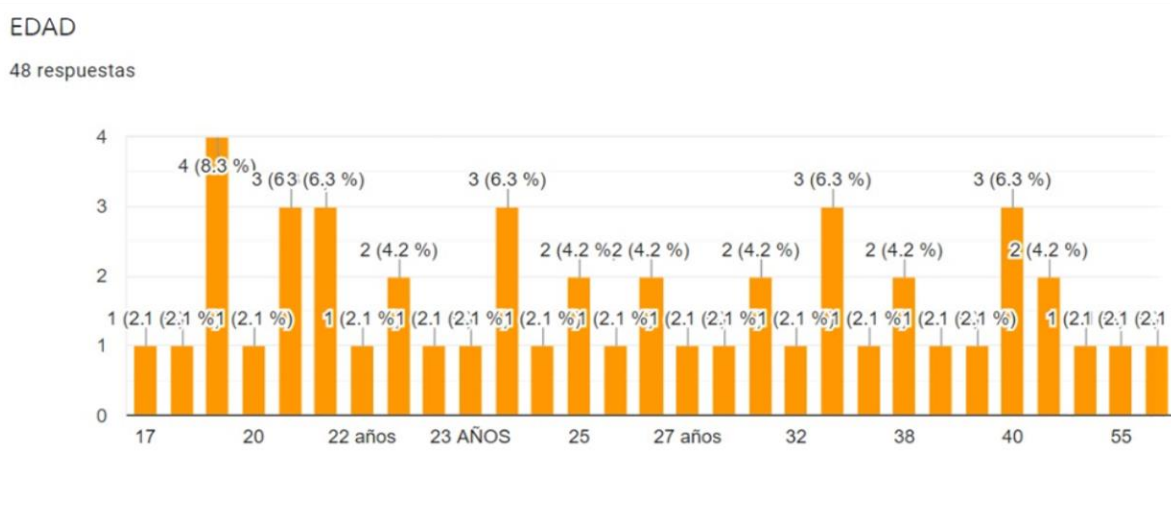
Tal vez \_\_\_\_\_

### 10 Técnicas de Recolección de la Información

En los datos de la figura 5 se muestra que la edad promedio de clientes que adquieren los productos o está interesado en adquirirlos corresponde a personas que se encuentran entre 17 y 55 años, de la totalidad de la muestra.

**FIGURA 5**

*Intención de adquisición de productos artesanales según edad.*



*Nota:* la figura muestra la intención de consumo de artesanías según el rango de edades.

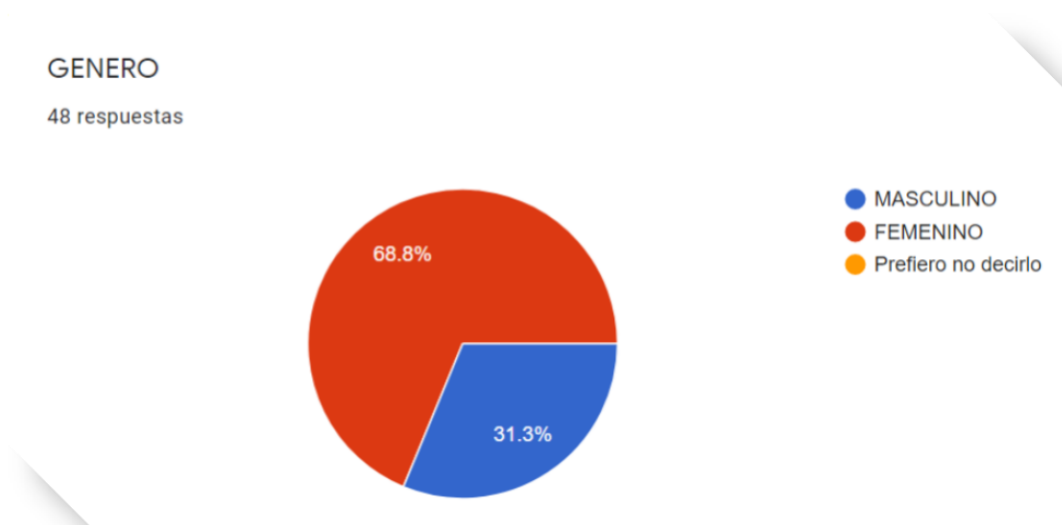
Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.



Tratándose de clientes que están interesados en la adquisición del producto como se muestra en la figura 6, el 68% son mujeres. Viendo así el mercado potencial al cual les llegaría a interesar el producto.

**FIGURA 6**

*Intención de adquisición de productos artesanales según sexo.*



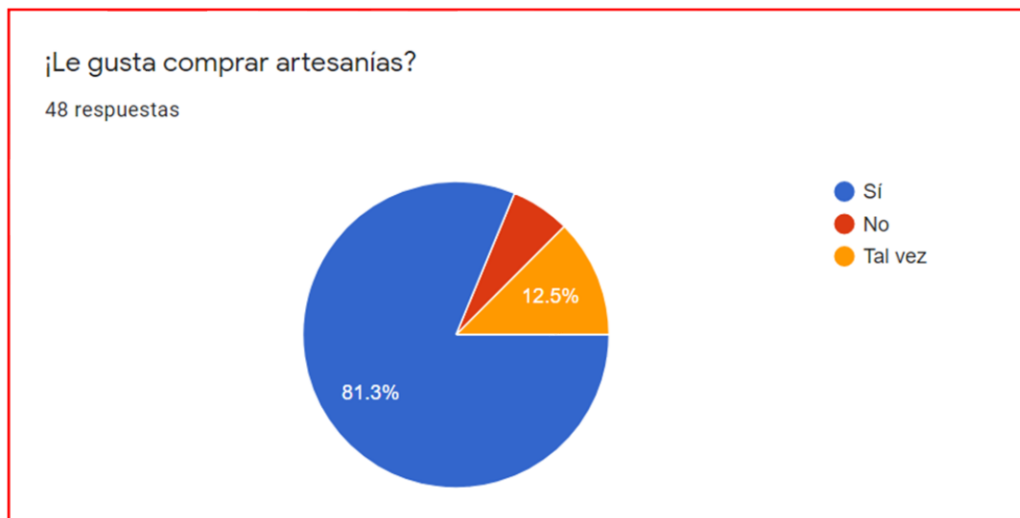
*Nota:* la figura muestra la intención de consumo de artesanías según sexo. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Tratándose de clientes que están interesados en comprar artesanías, como se muestra en la figura 7 el 81.3% le gusta la adquisición de dicho producto, el 12,5% tal vez le gustaría adquirir el producto y el 6.3% no está interesado

Nosotros nos tomamos la tarea de investigar por qué el porcentaje de las personas que contestaron que tal vez y no, están generando dudas de la adquisición de los productos, y sus respuestas fueron que no les interesaba en lo absoluto, otros contestaron que dependería del modelo y los gustos y otros contestaron que mejor gastaban su dinero en otras cosas.

**FIGURA 7**

*Intención de compra de productos artesanales*



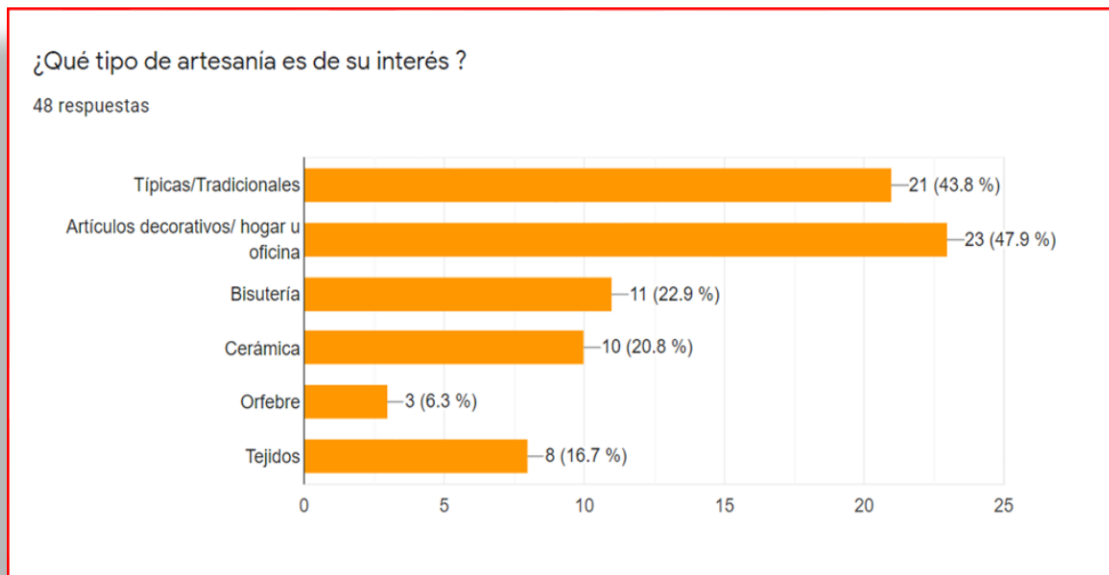
*Nota:* la figura muestra la intención de consumo de artesanías según sexo. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Como se puede identificar en la figura 8, los productos de mayor interés por parte de las personas que se encuestaron fueron los tipos de artesanías típicas/ tradicionales y artículos decorativos (hogar y oficina). Con estos resultados nos podemos dar cuenta el principal

competidor y así evaluar las posibles falencias de los competidores llegando a generar estrategias de mejoramiento a la empresa y así poder puntar como un producto inclusivo.

**FIGURA 8**

*Interés de los compradores según el tipo de artesanía.*



*Nota:* la figura muestra el tipo de artesanías por las cuales se interesan los compradores. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

En la figura 9 se puede evidenciar que, de todas las personas encuestadas el 46% al comprar algún tipo de artesanía lo que buscan es que se ajuste a su presupuesto (economía), lo cual es una gran oportunidad para la idea de negocio ya que los precios de nuestros productos son muy asequibles

También se evidencia que al 33,3% les interesa el color, por lo cual es una gran oportunidad para nuestros productos ya que se manejan variedad de colores, dando un aporte significativo a la hora de saberle llegar al cliente.

**FIGURA 9**

*Criterios del comprador al momento de adquirir una artesanía.*



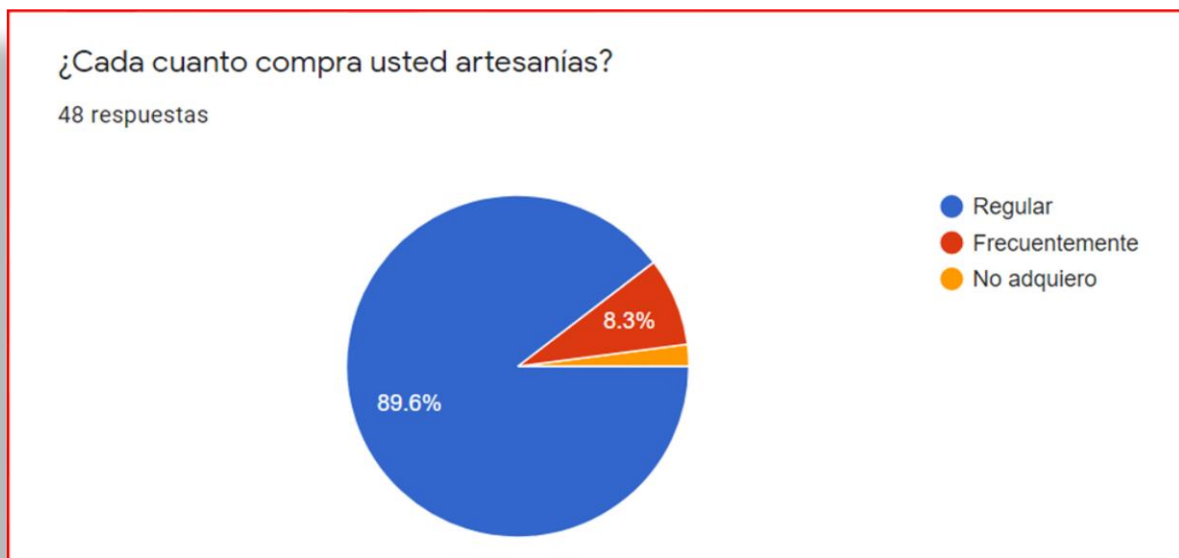
*Nota:* la figura muestra los principales criterios que tiene en cuenta el comprador al adquirir un tipo de artesanía. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Como se puede evidenciar en el análisis de la figura 10, el 89,6% adquiere artesanías regularmente, el 8,3% adquiere frecuentemente y el 2,1% no adquiere ya que tiene otros gustos. Podemos concluir que gracias a estos resultados se tiene un mayor margen de visualización en

cuanto a los clientes que comprarían regularmente y frecuentemente, esto llevaría a aumentar la demanda de los productos y así tener una mejor rentabilidad y esparcimiento demografico.

**FIGURA 10**

*Frecuencia de compra de artesanías*



*Nota:* la figura muestra la regularidad en la compra de artesanías. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

En la figura 11 se evidencia que el presupuesto que destinan las personas para la adquisición de productos artesanos está en el rango de precios que maneja la empresa, lo cual la hacen un producto asequible para todas las personas sin distinción de estrato social, por ende, se tendría gran oportunidad de esparcimiento de clientes.

**FIGURA 11**

*Presupuesto destinado a la compra de artesanías.*

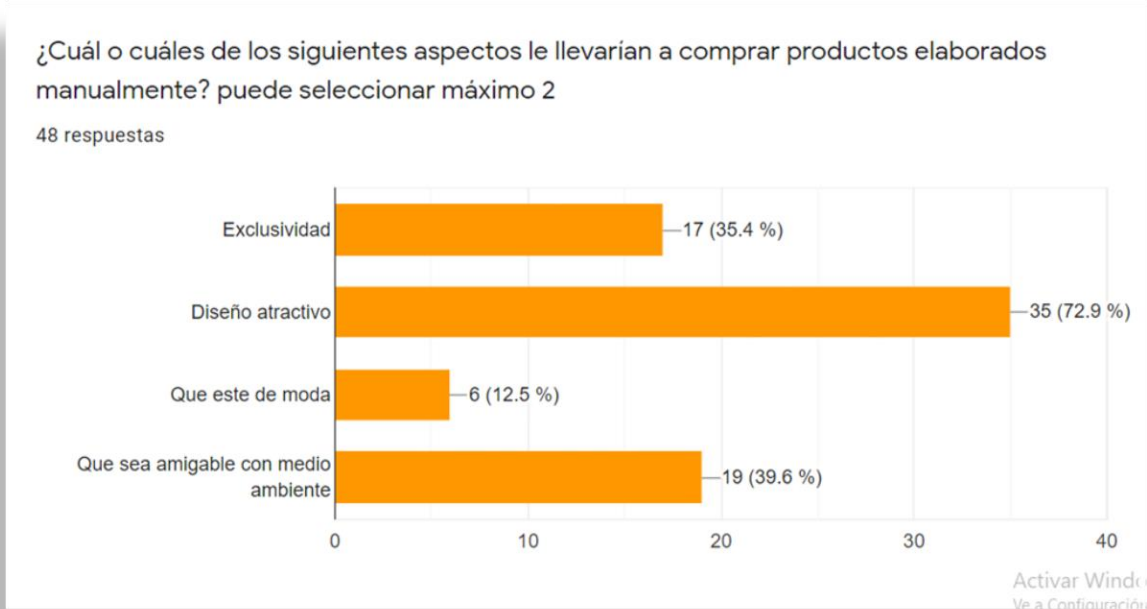


*Nota:* la figura muestra el presupuesto que destinan los compradores a la adquisición de artesanías. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Se puede evidenciar en el tamaño de la muestra tomada, en cuanto a los aspectos por los cuales comprarían productos elaborados manualmente que se destacan 3; exclusividad, diseño atractivo y que sea amigable con el entorno, los cuales son aspectos positivos hacia nuestra propuesta de negocio ya que los productos que se venden tienen exclusividad, no serán repetitivos para los clientes, su diseño es muy atractivo por su forma de fabricación y sus hermosos colores y que nuestra materia prima es amigable con el medio ambiente, ya que está hecha con materiales reutilizables, lo que contribuye a la economía circular. Figura 12.

**FIGURA 12**

*Aspectos relevantes al comprar productos elaborados manualmente.*



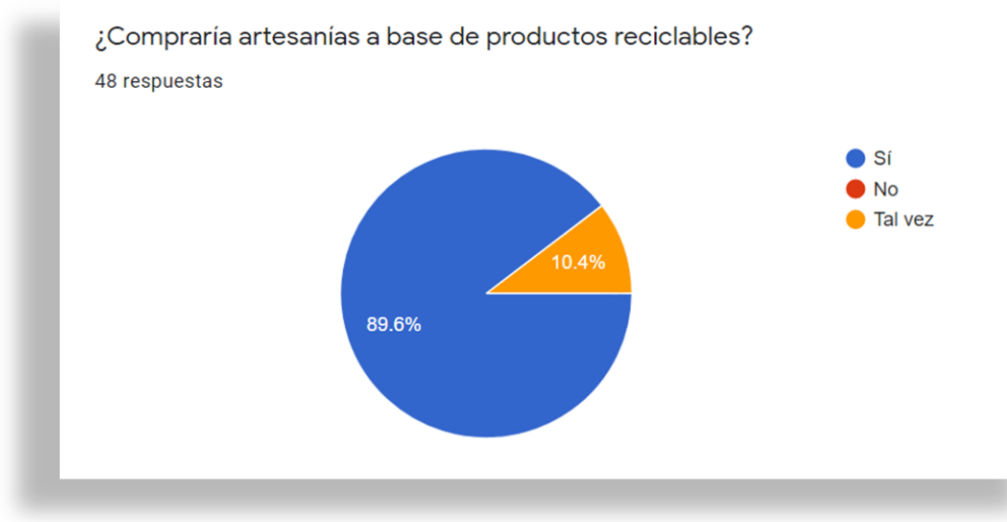
*Nota:* la figura muestra los aspectos que los compradores tienen en cuenta al adquirir artesanías. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

La figura 13 evidencia que el 89,6% compraría artesanías hechas a base de productos reciclables, lo cual nuestra empresa generaría un impacto positivo a la hora de comercializar nuestros productos generando impacto y contribución a la economía colombiana

El 10,4% de los encuestados que escogieron como opción tal vez, les cuesta un poco entender cómo se puede hacer una artesanía a base de productos reciclables pues son productos que las mismas personas desechan y que por ende ya no tienen uso alguno.

**FIGURA 13**

*Intención de compra de artesanías a base de productos reciclados.*



*Nota:* la figura muestra la intención de compra de artesanías a base de productos reciclados. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

La figura 14 muestra que el 64,6% compraría de manera virtual, lo cual es muy positivo y beneficioso puesto que un cliente que no esté en la ciudad de donde es la empresa, puede adquirirlo y nos da la confianza de que no será un fraude. Por medio de estas personas que compraron por medios virtuales tiene un impacto positivo, ya que se vuelven un portavoz de la calidad de nuestro producto y se verifica que es confiable hacer la compra

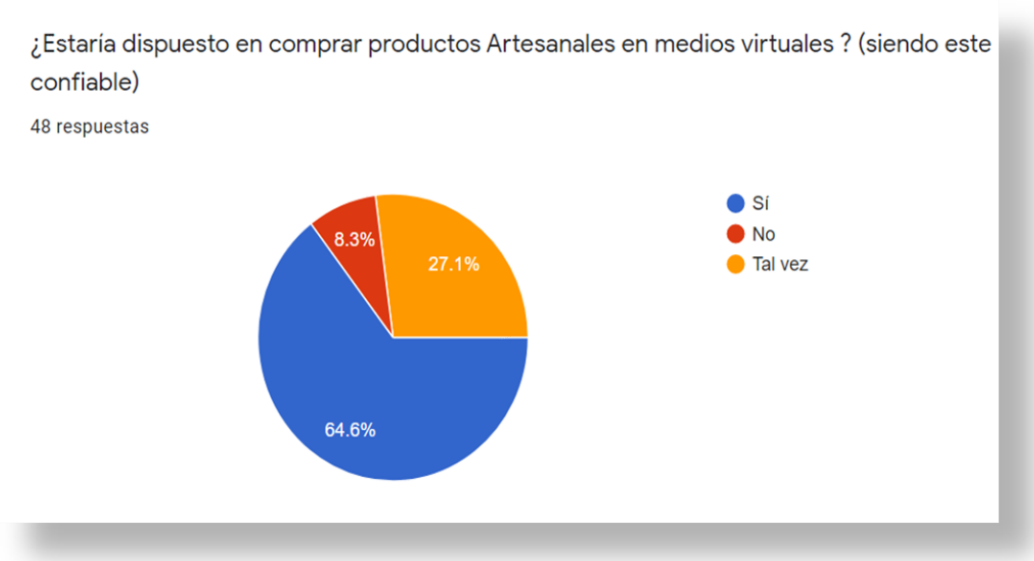
El 8,3% no está de acuerdo con comprar por medios virtuales ya que existe el miedo a perder el dinero, este punto es muy importante y que con el posicionamiento de la empresa y las valoraciones de nuestros clientes las personas comenzarán a disminuir



El 27,1% dice estar en una incertidumbre de si comprar o no por medios virtuales, ya que existen modelos de hurto donde las personas hacen compras y nunca llega, entonces queda esa incertidumbre de ese porcentaje de los clientes, por ende con las estrategias correspondientes haremos que esos clientes que están en duda confíen en nuestros valores corporativos y que así se conviertan en clientes.

#### FIGURA 14

##### *Intención de compra virtual de artesanías*



*Nota:* la figura muestra la intención de compra de artesanías por medio virtuales. Fuente: elaboración propia a partir de las encuestas.

Calculando la Muestra anteriormente descrita se utiliza la siguiente fórmula:

Para calcular el tamaño de la muestra de una población mediante el muestreo aleatorio simple, usamos la siguiente expresión:

$$\eta = \frac{\eta_0}{1 + \frac{\eta_0}{N}}$$

Donde la expresión  $\eta_0$  corresponde a:

$$\eta_0 = \frac{Z^2 \alpha^2 \hat{p} \hat{q}}{e^2}$$

e = error de diseño.

Z =  $z_{\alpha/2}$  = Obtenido de la Tabla de distribución normal.

$\hat{p}$  = Proporción estimada.

$\hat{q} = (1 - \hat{p})$ .

Z=	1,645	
P=	50%	0,5
Q=	50%	0,5
e=	0,1	
N=	170	
alfa=	0,1	

$\eta_0$ =	67,650625
$\eta$ =	48,392914

El total de encuestados fue de 48 personas, todas habitantes del barrio San Carlos, por lo difícil de conocer y definir de manera certera el total de habitantes hubo la necesidad de trabajar con un margen de error del 10%, aplicando las funciones de distribución normal.

## **11 Estudio de Mercado**

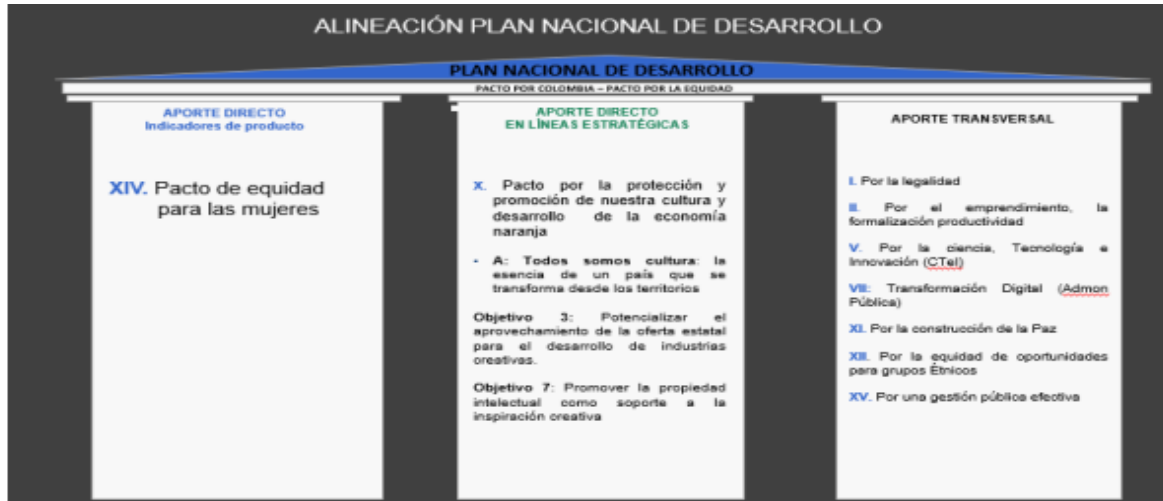
Los factores que influyen dentro de la conformación artesanal están encadenados a lo social, político, económico y cultural que hacen que los mercados de las mismas fluctúen de acuerdo con la región y la producción de cada una de ellas, siendo el sector artesanal de vital importancia en ciertas zonas del país. por la diversidad étnica y riqueza cultural.

Las artesanías, según informe de gestión (2021) de Artesanías de Colombia, para el año 2020, representaron como muchos sectores de la economía, un desbalance viéndose la necesidad de un reajuste en las expansión de mercados, obligando esto a la utilización de canales de fortalecimiento del sector dentro de iniciativas legales, formalización de productividad haciendo conexiones con la ciencia y la tecnología, concluyendo que el 2020 representó importantes resultados enmarcados en propósitos fijados y garantizar ingresos a los artesanos aun en medio de la crisis; esto a partir de nuevas estrategias de mercadeo y promoción.

De manera indirecta se buscó alinear el sector a las políticas públicas y buscándoles inclusión en el plan estratégico y plan de acción nacional, buscando que el Plan Nacional de Desarrollo se alinee con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como cabeza del sector, y las entidades adscritas y vinculadas. Figura 15.

**FIGURA 15**

*Alineación del sector artesanal con el Plan Nacional de Desarrollo.*



*Nota:* la figura muestra como va articulado el sector artesanal con el Plan Nacional de Desarrollo. Fuente: informe artesanías de Colombia.

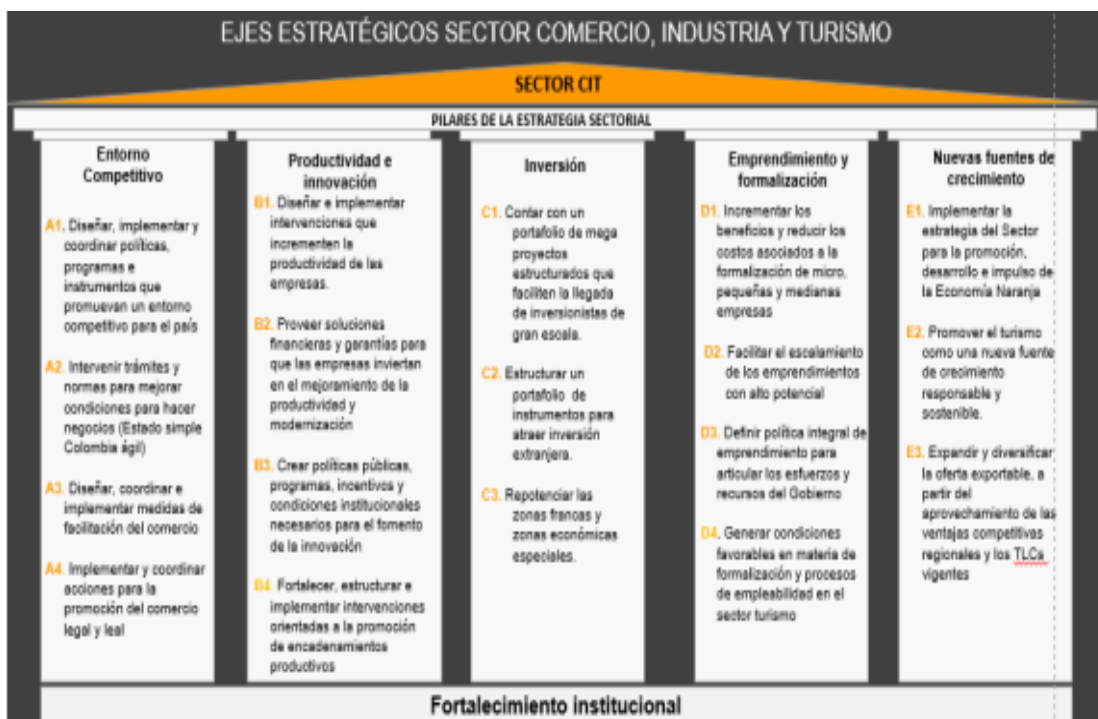
Todo lo anterior busca (ver figura 16):

1. Entorno Competitivo: crear condiciones habilitantes para lograr el crecimiento empresarial.
2. Productividad e Innovación: aumentar la productividad de las empresas y generar crecimiento económico y desarrollo.
3. Inversión: atraer inversión de alto impacto para el país.
4. Emprendimiento y Formalización: facilitar la formalización, el emprendimiento y su escalabilidad.
5. Nuevas Fuentes de Crecimiento: lograr crecimientos disruptivos en sectores con impacto significativo en el PIB y en el empleo.

6. Fortalecimiento Institucional: mejorar el desempeño sectorial, fortaleciendo el pensamiento innovador, el compromiso y el crecimiento del capital humano, en la búsqueda de resultados que aporten a la transformación del país y promuevan un desarrollo económico y empresarial incluyente y sostenible.

**FIGURA 16**

*Ejes estratégicos del sector Comercio, Industria y Turismo.*



*Nota:* la figura muestra los ejes estratégicos del sector Comercio, Industria y Turismo.

Fuente: informe artesanías de Colombia.

Teniendo en cuenta la contingencia derivada por la COVID-19 y el contexto organizacional y social derivado de la misma, las metas que aportan a este objetivo fueron ajustadas a la realidad mundial, lo que hizo que para la vigencia el indicador más que contemplar

un incremento, permitiera evidenciar que a través de numerosas iniciativas se garantizaran ingresos para los artesanos, aun en medio de las dificultades económicas, sociales y políticas que enfrenta el país.

Es así como la meta ajustada para 2020 fueron ingresos esperados por \$13.308 millones, resultado de un diagnóstico de espacios de promoción virtuales y una gran expectativa frente a los mismos, usados por primera vez en las iniciativas de promoción y generación de oportunidades comerciales. sumado a esto se busca encontrar resultados con iniciativas que fortalezcan e implementen otros canales de mercadeo como índices altos de participación en ferias, asociación con terceros, ruedas de negocios y una mayor inversión en las oportunidades de producción y comercialización.

El sector artesanal está incluido en la llamada ECONOMIA NARANJA, ya que esta pone en un alto nivel la creatividad y la innovación, la cual permite el crecimiento laboral. Estos nuevos espacios económicos obedecen a la globalización y la necesidad de crear canales de comercialización a nivel local, nacional e internacional de productos con un valor agregado enfocado a lo cultural.

El aporte económico de las artesanías en la Economía Naranja es de reconocer de manera intangible la riqueza cultural y social de muchos sectores de Colombia, esta es impulsada también por el sector turismo que en muchas regiones trabajan de la mano.

En el ámbito local según documentación de estudios realizados por estudiantes de contaduría pública de la Universidad Cooperativa de Colombia, se encuentran registradas en el registro mercantil cerca de 44 organizaciones para el año 2019, del estudio realizado se da información que el 92.5% de los artesanos encuestados tienen un nivel de producción menos a 50.000 y que en su gran mayoría no generan empleo.

### 11.1 Análisis de la Oferta.

Para hablar de la oferta de artesanías se debe tener claro que las personas que se dedican a esta actividad económica lo hacen por desarrollar un oficio que les propendan ingresos económicos y que garanticen el mínimo vital, es así como para muchos los frutos de este trabajo se reflejan en un nivel de ingresos de un salario medio para la subsistencia.

Aunado a lo anterior, se puede detectar que la oferta de artesanías viene altamente ligado al tipo de artículo que se oferte, sumado a esto está lo regional y lo socio cultural ya que, dependiendo del tipo de artesanía por región, así mismo será la oferta.

Para lograr consolidar la oferta es necesario centrar acciones que visibilicen a los artesanos como actores de regionalismo y a su cadena de valor, esto con el fin de generar desarrollo en las actividades que mantengan iniciativas innovadoras y diseño, manteniendo a flote el índice de oferta a nivel nacional y local.

Según estudios realizados por la Universidad Tecnológica de Bolívar, comparando el porcentaje de participación de las Artes y Patrimonio, con el porcentaje que deja la Economía Naranja en el PIB nacional, se evidencia que existe una baja representación de los productos asociados a esta categoría, especialmente a las artesanías. Esto, en parte, debido a la falta de recursos económicos para temas de distribución y mercadeo, ya que la mayoría de los talleres artesanales son de procedencia familiar y de estructuras informales. Al respecto Hurtado, Pineda, & Vásquez, (2018) plantean que:

La mayor parte de la producción artesanales vende en los talleres o viviendas. Un 0,30% se vende en plaza de mercado y únicamente el 11,58% vende en otros sitios; el 0,03% de

los artesanos participa en ferias artesanales y el 0,01% en forma ambulante. De igual manera, el 85,16% de la producción se vende en los municipios de origen, el 8,18% en otros municipios, y solamente el 3,45% en otros departamentos, lo que explica las grandes debilidades existentes en los procesos de comercialización” (Artesanías de Colombia, s.f.). (p. 22).

La comercialización de artesanía en el país aún cuenta con algunas barreras a nivel nacional e internacional, que dificultan que la misma sea aún mayor, se han establecido estrategias encaminadas a promocionar, visibilizar e impulsar la comercialización de estos productos con iniciativas claras de articulación oferta-demanda y generación de oportunidades comerciales, entre las que se destacan las ferias, las ruedas de negocios, la participación en eventos de promoción, entre otros, las cuales han permitido alcanzar logros significativos.

La situación de las artesanías y en lo atendido durante la pandemia Covid – 19 se conoce que hay 44.390 artesanos de los cuales están registrados 31.650 en los programas desde el 2019.

Dentro de estos procesos se han priorizado aquellos que ya tenía inventarios en la entrada de la crisis sanitaria, los cuales han sido impulsados por los sitios web de Artesanías de Colombia, creando un mercado de Marketplace (compra y venta de artículos) por plataformas como Facebook, al igual de campañas lanzadas en el año 2020 con aliados comerciales como Servientrega, Rappy y Amazon.

El Ministerio de Cultura a su vez ofrece talleres personales y de acceso a créditos por medio del Banco Agrario que ascienden a \$ 5.000.000 para su cobertura, esto con accesibilidad de acuerdo con las características de su actividad. Así mismo se brinda capacitación por parte de Artesanías de Colombia buscando un trabajo mancomunado que realice conexiones y así acceder a los servicios.



Ya para concluir se analiza que, se debe comenzar a crear canales que fortalezcan y ayuden al artesano en su legalidad laboral, para ello se debe reforzar la ley del artesano, que ésta sea más robusta, pues el artesano no cuenta con un gremio que verdaderamente los represente, no existe una verdadera alianza para la artesanía y muchos artesanos no tienen conectividad, un tema complejo y que se debe confrontar a través de capacitaciones acordes a las circunstancias actuales.

## **11.2 Análisis de la Demanda.**

Sin lugar a duda, las artesanías colombianas tienen una gran demanda, como son accesorios de mesa y decoración en madera, joyería contemporánea, filigrana y réplicas precolombinas, así como los sombreros de iraca y caña flecha, siendo una alta gama de productos que demandan países como Estados Unidos, Francia, España, Holanda, Japón, Brasil, Alemania y Aruba.

Teniendo un potencial artesanal en el sector manufacturero con 350.000 personas que se caracterizan por la fabricación, innovación con materiales que son apetecidos a nivel mundial por ser hechas a mano y con técnicas tradiciones de la artesanía.

La demanda registrada muestra valores cercanos a 3 millones de dólares teniendo a Estados Unidos y Ecuador como grandes compradores, también se han dado oportunidades de negocios de las artesanías colombianas en países como Rusia, Nueva Zelanda, Australia, suiza, Corea del Sur, Japón, Emiratos Árabes e Italia. A su vez los departamentos que más registran exportaciones en Colombia son Bogotá, Risaralda, Valle del Cauca y Antioquia.

En este orden de ideas, la demanda de artesanías colombianas surge a nivel mundial, sumado a esto la implementación en la oferta por medio de medios tecnológicos ha hecho que la demanda sea más fuerte y efectiva para el sector.

### **11.3 Identificación de la Demanda para el Proyecto.**

En el inicio del fortalecimiento del proyecto, se tiene planteado ofertar y encontrar demanda en la ciudad de Ibagué (Tolima), comuna 4, Barrio San Carlos, con una variable demográfica así:

Sexo: sin distinción de sexo, hombres y mujeres

Edad: entre 20 a 56 años. X cantidad de población ubicada en la comuna 4, barrio San Carlos de la ciudad de Ibagué.

Clase social: estratos 2, 3, 4 y 5: X cantidad de población ubicada en la comuna 4, barrio San Carlos de la ciudad de Ibagué.

Nivel de ingresos: entre 1 y 3 SMLMV.

Actividad económica: dependientes e independientes.

También se busca que los productos ofertados sean según los hábitos de consumo, encaminados a fechas especiales como cumpleaños, baby shower, profesiones etc., tratando de basar los sitios de compra por medio de anuncios en redes sociales y con una periodicidad de compra de acuerdo con las fechas especiales, ligando la demanda en precios de la competencia sin perder la calidad del producto.

#### 11.4 Producto.

Los productos que ofertaran al mercado son fabricados a base de cartón, vidrio, plástico y materiales con un bajo nivel de contaminación. Así mismo, la presentación de los productos será de acuerdo con los materiales reciclados.

Naturaleza:

- Productos secundarios, subproductos o desechos.
- Producto de consumo final o si es materia prima.
- Es de duración o perecedero.
- Es de primera necesidad o suntuario.
- Consumo habitual o esporádico.

Productos de material reutilizable como el papel, el cartón, el vidrio, el plástico y en general cualquier elemento que se pueda reutilizar y restaurar para seguir con una vida útil y bajo nivel de contaminación.

Le damos un valor agregado basados en el concepto que la basura puede convertirse en algo bello.

A continuación (figuras 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 24), damos una ficha técnica de algunos de nuestros productos ofertados:

**FIGURA 17**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Porcelana a base de Maizena y cola.

Cartón.

Pinturas.

Fibra de cabuya

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 18**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Madera.

Porcelana a base de maíz.

Pinturas.

Personaje: Bombero

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 19**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Madera

Porcelana a base de maíz

Pinturas

Personaje: Ingeniera civil

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 20**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Madera

Porcelana a base de maíz y cola

Pinturas

Personaje personalizado: Enfermera

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 21**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Botellas

Pintura

Sellantes

Porcelana a base de cola y Maizena

Madera

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 22**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Pintura

Materiales a base de cola y Maizena

Flores artificiales

Madera

Colbon

Madera

Tela

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 23**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Cemento blanco

Procela de cola y Maizena

Colbon

Pinturas

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

**FIGURA 24**

*Modelo de artesanía*



**Materiales:**

Porcelana a base de Colbon y Maizena

Ega

Pintura

*Nota:* la figura muestra un modelo de artesanía. Fuente: elaboración propia.

### **11.5 Definición del Valor Agregado:**

La dinamización de la economía Mundial, Nacional, Departamental y Local está compuesta por una revolución de compraventa de artículos fabricados con materiales extraídos de la madre tierra para ser transformados en el producto a comercializar, por lo cual debemos apreciar que todos los recursos se agotan, y vivimos en medio de recursos finitos, donde la madre tierra está sufriendo el rigor internacionalización de los comercios.

Es por ello que la globalización y el incremento del comercio de bienes y servicios, resultan en una amenaza para nuestra amada tierra, por alto niveles de contaminación, donde hoy, por hoy, el agua potable se está agotando, la inclemencia del clima altera los recursos naturales y forma en que vivimos.

Es imperante detener la contaminación, el cambio climático y el uso indiscriminado de los recursos naturales tarde o temprano, sino, nos detenemos, no vamos a tener donde vivir.

De esta manera como un aporte a la sociedad desde la creación de este proyecto se logrará tener un enfoque diferencial, a razón de que las materias primas para la elaboración de las artesanías, que se comercializarán en el proyecto, traerán un componente de sensibilización al comprador ya que alguna manera está comprando un producto, está ayudando a disminuir la contaminación de nuestro planeta.

La elaboración de productos a partir de materiales reciclado como propuesta constructiva de conciencia ambiental será el pilar, para que los clientes inclinen su preferencia a los productos de esta propuesta, ya que además de tener un componente social tan indispensables como es el cuidado del ambiente, son muy atractivos, decorativos y marcan la diferencia donde quieran que se encuentren. Lo más importante es la conexión entre el producto y la conciencia ambiental.



Todo esto sumado a que:

- **Evitamos la producción de nuevos productos** para el consumo, en los que, a su vez, las empresas invierten más recursos.
- **Contribuimos a reducir los niveles de contaminación** generados durante la quema de residuos orgánicos en las plantas tradicionales.
- **Ayudamos a reducir el consumo de ciertos recursos**, como el agua y la energía empleados en los procesos de fabricación de nuevos productos.
- **Impulsamos redes de Comercio Justo** o negocios alternativos que fomenten el respeto por el medio ambiente, las prácticas sostenibles, la igualdad, la justicia social y la reducción de la pobreza.

## 11.6 Etiqueta

Se proyecta como etiqueta del producto la siguiente (figura 25), que será de identificación de la empresa y con su eslogan que definirá el amor y compromiso con los clientes

### FIGURA 25

*Logotipo de la empresa “MOSTRETICOS”*



*Nota:* la figura muestra el logotipo de la empresa “MOSTRETICOS”. Fuente: elaboración propia.

**Eslogan:** Dios Bendice mis manos y te regala una sonrisa

### 11.7 Empaque

Los empaques propuestos para los productos serán en materiales amigables con el medio ambiente, los cuales son fabricados con materias primas de origen vegetal o biológico dependiendo la producción de artesanías. Así mismo se buscarán los proveedores de los mismos. Cajas ecológicas – Guacales- bolsas. Figuras 26, 27 y 28.

Se hará compra a empresas que tienen sede en ciudades como Cali, Bogotá y Medellín todos estos amigables con el medio ambiente.

#### FIGURA 26

*Bolsa ecológica para empaque*



#### **Materiales:**

Lona no tejida

Lona de algodón

Yute

Lona codra

*Nota:* la figura muestra el tipo de bolsa para empacar las artesanías. Fuente: Empaques ecológicos Medellín.

**FIGURA 27**

*Caja de cartón ecológico para empaque*



Caja de cartón ecológico

Material: cartón ecológico

*Nota:* la figura muestra el tipo de bolsa para empacar las artesanías. Fuente: Empaques ecológicos Medellín.

**FIGURA 28**

*Guacal en madera para empaque*



Guacal en madera

Material madera

*Nota:* la figura muestra el tipo de bolsa para empacar las artesanías. Fuente: Empaques ecológicos Medellín.

### **11.8 Cliente**

Se Busca hacer del cliente el centro de las acciones, es así como se pretende encontrar el equilibrio entre lo que se oferta y lo que se necesita al momento de adquirir los productos, el propósito principal es aprender a identificar haciendo un estudio de su personalidad, gustos y capacidad económica para así deleitarlos y fidelizarlos.

El propósito también se basa en categorizarlos, lo cual ayudara a interactuar con certeza y así llevarlos a la satisfacción y aceptación de los productos, haciéndolos embajadores de la marca y haciendo que exista beneficio para ambas partes.

### **11.9 Competencia.**

En el entorno local encontramos como competencia fuerte la llamada plazoleta de artesanos ubicada en la calle 10 con Avenida Quinta, un grupo de artistas se ha organizado para ofrecer a la comunidad ibaguereña durante todo el año, productos artesanales realizados con sus propias manos y a precios accesibles. Se encuentran 22 madres cabeza de hogar, quienes han desarrollado esta actividad durante varios años, siendo esta su principal fuente de ingresos.

Figura 29 y figura 30.

**FIGURA 29**

*Sitio de artesanos en Ibagué (Tolima)*



*Nota:* la figura muestra el lugar ocupado por los artesanos de Ibagué (Tolima). Fuente: el Cronista.co

**FIGURA 30**

*Sitio de artesanos en Ibagué (Tolima)*



*Nota:* la figura muestra el lugar ocupado por los artesanos de Ibagué (Tolima). Fuente: el Nuevo Día.

Aquí es donde se tiene la mayor competencia ya que se encuentran diversidad de productos artesanales fabricados con materiales propios de algunas regiones.

El almacén el Cabuyal, ubicado Cr 1 N° 13-38 Ibagué, Tolima (figura 31) representa una competencia para nuestro negocio ya que comercializa diversidad de artesanías, aun cuando los productos ofertados, como se ha venido diciendo, tienen un valor agregado que se basa en la personalización de las mismas.

### **FIGURA 31**

*Almacén el Cabuyal*



*Nota:* la figura muestra la tienda el cabuyal de Ibagué (Tolima). Fuente: página de la tienda el cabuyal.

También se encuentra competencia en los artesanos informales o llamados hipes (figura 32), los cuales se despliegan por la carrera 3 de la ciudad de Ibagué, quienes hacen presencia, algunos de manera esporádica, pero que representan una muestra artesanal que para muchos tiene gran acogida.

**FIGURA 32**

*Artisanos informales, carrera 3 de Ibagué (Tolima)*



*Nota:* la figura muestra artesanos informales o llamados hipes, los cuales se despliegan por la carrera 3 de la ciudad de Ibagué (Tolima). Fuente: Elaboración propia.

Ellos en su gran mayoría tienen su oficio artesanal como modelo de vida, expresan ser nómadas y basar su economía fruto del talento en la fabricación de filigrana, muy apetecida en muchas partes del país. Figura 33.

**FIGURA 33**

*Artisanos informales, carrera 3 de Ibagué (Tolima)*



*Nota:* la figura muestra artesanos informales o llamados hipers, los cuales se despliegan por la carrera 3 de la ciudad de Ibagué (Tolima). Fuente: Elaboración propia.

### **11.10 Canales de Distribución.**

Partimos del hecho que la distribución es la serie de relaciones comerciales sucesivas entre intermediarios que permitan poner los productos al servicio del consumidor, estos canales se definen como pasivos y activos, estos diferenciándose en el nivel de riesgo que se asume frente al conocimiento del mercado para poner el producto al usuario final.

Los canales de distribución pasivos suponen para nosotros un riesgo mínimo, incluimos en este concepto la minimización de gastos ya que se tiene de forma directa como fabricantes. El inconveniente que se tiene frente a este canal es la poca experiencia que se puede adquirir en el área de mercado.



En lo referente a los canales de distribución activos, aumenta el riesgo y así mismo la inversión, requiriendo el conocimiento de exportaciones y mercados, aumentando la necesidad de conocimiento de dichos mercados, conocimiento de consumidores y adaptándose de mayor manera a la demanda que se puede tener.

En este orden de ideas se busca implementar los dos modelos, el primero en la primera etapa del proyecto y el segundo al fortalecimiento del mismo.

### 11.11 Precio.

Para la fijación de precios, se tendrá en cuenta líneas de tiempo que avanzarán de acuerdo con la efectividad que se tenga en la oferta y la demanda, se hace necesario ajustarnos a factores como estructura de costos, competencia y al punto de equilibrio para así lograr los resultados esperados. Datos que se presentan en la tabla 2

**TABLA 2**

*Proyección de Línea de tiempo fijación de precio*

<b>Plazo</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades</b>
<b>Corto</b>	Introducir el producto al mercado	Usar costo como base más un margen	Implementar el uso de páginas web y redes sociales para promocionar el producto.

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividades
<b>Mediano</b>	Maximizar la participación de las artesanías en el mercado	Definir precios para penetrar en el mercado	Establecer precios de venta en lote, lo cual permite que se vendan los productos con facilidad y en cantidades.
<b>Largo</b>	Generar utilidades manteniendo la participación en el mercado	Definir Precios que iguallen o mejoren los de la competencia	Hacer reajustes de precios con el fin de competir el mercado y mejorar la participación.

*Nota:* elaboración propia.

### 11.12 Presupuesto de Distribución.

El comienzo de la distribución se proyectan tres gastos, estos sujetos a la demanda que se tenga de los productos. Se incluyen dos personas que serán las encargadas de fabricar y comercializar los productos.

**TABLA 3**

*Proyección presupuesto distribución*

Presupuesto de Distribución						
Costos	Mes	Año				
		1	2	3	4	5
Sueldo	830.752	9.969.027	10.965.930	12.062.523	13.268.776	14.595.653
Publicidad	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920

<b>Presupuesto de Distribución</b>						
<b>Costos</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Comisiones por ventas	80.000	960.000	1.056.000	1.161.600	1.277.760	1.405.536
<b>Total, presupuesto de distribución</b>	1.010.752	12.129.027	13.341.930	14.676.123	16.143.736	17.758.109

<b>Costeo Personal</b>	<b>Valor</b>
Sueldo	1.000.000
Transporte	117.172
<b>Total, sueldo</b>	1.117.172

<b>Prestaciones Sociales</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de Liquidación</b>	<b>Total</b>
Cesantías	8,33%	1.117.172	93.060
Intereses cesantías	1%	1.117.172	11.172
Prima	8,33%	1.117.172	93.060
Vacaciones	4,16%	1.000.000	41.600
<b>Total, prestaciones sociales</b>			238.893

<b>Seguridad Social</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de Liquidación</b>	<b>Total</b>
Salud	8,50%	1.000.000	85.000
Pensión	12%	1.000.000	120.000
Riesgos laborales	1,04%	1.000.000	10.440
<b>Total</b>			215.440

<b>Aportes Parafiscales</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de Liquidación</b>	<b>Total</b>
Sena	2%	1.000.000	20.000
Bienestar familiar	3%	1.000.000	30.000
Caja de compensación familiar	4%	1.000.000	40.000
<b>Total</b>			<b>90.000</b>

<b>Resumen Jefe Producción Mes</b>	
Sueldo	1.000.000
Transporte	117.172
Prestaciones sociales	238.893
Seguridad social	215.440
Aportes parafiscales	90.000
<b>Total</b>	<b>1.661.505</b>
<b>Total, medio sueldo</b>	<b>830.752</b>

*Nota:* elaboración propia.

### **11.13 Servicio Postventa.**

Aplicando el concepto de postventa como la parte de la atención al cliente que reúne todas las estrategias pensadas para mejorar la experiencia después de la compra y mantener una relación duradera con los clientes, siempre correspondiendo a sus expectativas y necesidades, haremos bases de datos de nuestros distribuidores y clientes y se mantendrá en continua comunicación con ellos ofertando los productos nuevos y manteniendo el mercado de los ya existentes de una manera personalizada o vía telefónica.

Para suplir cualquier tipo de inconveniente frente a los productos, lo más común para este tipo de servicio postventa es darle al cliente algunas opciones: retornar el producto y recibir uno nuevo, recibir a cambio un crédito para hacer otra compra y en otros casos, el reembolso de su dinero si así se requiriera.

### 11.14 Presupuesto de Ventas.

Se realiza la proyección de los productos ofertados de manera anual para así poder realizar proyección de ingreso y ventas, buscando el equilibrio de producción por mes y poder conocer el mercado de los mismos. Ver tabla 4.

**TABLA 4**

*Proyección Presupuesto producción por periodos*

Productos	Presupuesto de Ventas en Cantidades					Distribución
	Año					
	1	2	3	4	5	
Muñeco grande	600	660	726	799	878	13
Muñeco pequeño	600	660	726	799	878	13
Recordatorios	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757	26
Muñecos en botella	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757	26
Artesanía en madera	960	1.056	1.162	1.278	1.406	21

*Nota:* elaboración propia.

## **12 Estudio Técnico**

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar. Para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional.

### **12.1 Ficha Técnica**

La estructuración de la ficha técnica nos permite visualizar de primer plano la planificación de fabricación del producto, haciendo de manera clara para el comprador su adquisición del producto.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

**FIGURA 34**

*Popochas*



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Popochas

**Descripción:** artesanía realizada a base de papel mache, con presentación en muñeca, con base en madera decorada con encajes, figuras en porcelana fría y pinturas acrílicas.

**Formas de presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

*Nota:* la figura muestra la muñeca Popochas. Fuente: elaboración propia.

**Zonas de producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad a base de los materiales que se reciclan, dando formas que pueden ser propicias a la decoración.

**Usos:** uso decorativo.

Medida: 22 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 120 gramos.

Materiales: cartón, Ega, porcelana a base de colbón y Maizena, madera.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

### FIGURA 35

#### *Bombero*



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Bombero

**Descripción:** artesanía realizada a base de porcelana fría, con presentación en muñeca, con base en madera y pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

*Nota:* la figura muestra la muñeca Bombero. Fuente: elaboración propia.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración, y de forma personalizada.

**Usos:** uso decorativo.

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 250 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de colbón y Maizena, madera.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.



## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

**FIGURA 36**

*Ingeniera*



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Ingeniera

**Descripción:** artesanía Realizada a base de porcelana fría, con presentación en muñeca, con base en madera y pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

**Variedades:** variedad de estilos, color y formas.

*Nota:* la figura muestra la muñeca Ingeniera. Fuente: elaboración propia.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, Barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración, y de forma personalizada.

**Usos:** uso decorativo.

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 120 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de colbón y Maizena, madera.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

### FIGURA 37

#### Enfermera



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Enfermera

**Descripción:** artesanía Realizada a base de porcelana fría, con presentación en muñeca, con base en madera y pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

*Nota:* la figura muestra la muñeca Ingeniera. Fuente: elaboración propia.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, Barrio San Carlos.

**Origen:** Se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración y de forma personalizada.

**Usos:** uso decorativo.

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 120 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de colbón y Maizena, madera

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

### FIGURA 38

### Información Básica

#### *Muñecas*



#### **Nombre Comercial: Muñecas**

**Descripción:** artesanía realizada a base de porcelana fría y vidrio (botellas) presentación en muñeca, con base en madera y pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

*Nota:* la figura muestra muñecas. Fuente: Elaboración propia.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración y de forma personalizada.

**Usos:** uso decorativo.

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 120 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de colbón y Maizena, madera.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

**FIGURA 39**

*Frida*



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Frida

**Descripción:** artesanía realizada a base de porcelana fría, madera, tela, encajes.

**Formas de Presentación:** Se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

**Variedades:** variedad de estilos, color y formas.

*Nota:* la figura muestra la muñeca Frida. Fuente: Elaboración propia.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, Barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración y de forma personalizada

**Usos:** uso decorativo

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 120 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de Colbón y Maizena, madera, tela, encajes.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

**FIGURA 40**

*Chapoleras*



### Información Básica

**Nombre Comercial:** Chapoleras

**Descripción:** artesanía realizada a base de porcelana fría, madera, pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas, todas en materiales biodegradables.

*Nota:* la figura muestra las muñecas Chapoleras. Fuente: Elaboración propia.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración y de forma personalizada

**Usos:** uso decorativo

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 30 cm.

Peso: 70 gramos.

Materiales: Ega, porcelana a base de Colbón y Maizena, madera, pintura acrílica

**Área de Comercialización:** Ciudad de Ibagué, Comuna 4, Barrio San Carlos.

## Ficha Técnica Artesanías “Mostreticos”

### FIGURA 41

#### *Recordatorio*



#### Información Básica

**Nombre Comercial:** Recordatorio

**Descripción:** artesanía realizada a base de porcelana fría, pinturas acrílicas.

**Formas de Presentación:** se tiene presentación que varía entre cajas y bolsas todas en materiales biodegradables.

*Nota:* la figura muestra las muñecas Chapoleras. Fuente: Elaboración propia.

**Variaciones:** variedad de estilos, color y formas.

**Zonas de Producción:** la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos.

**Origen:** se fabrica en raíces de originalidad, dando formas que pueden ser propicias a la decoración y de forma personalizada.

**Usos:** uso decorativo

Medida: 17 cm de diámetro.

Altura: 12 cm.

Peso: 20 gramos.

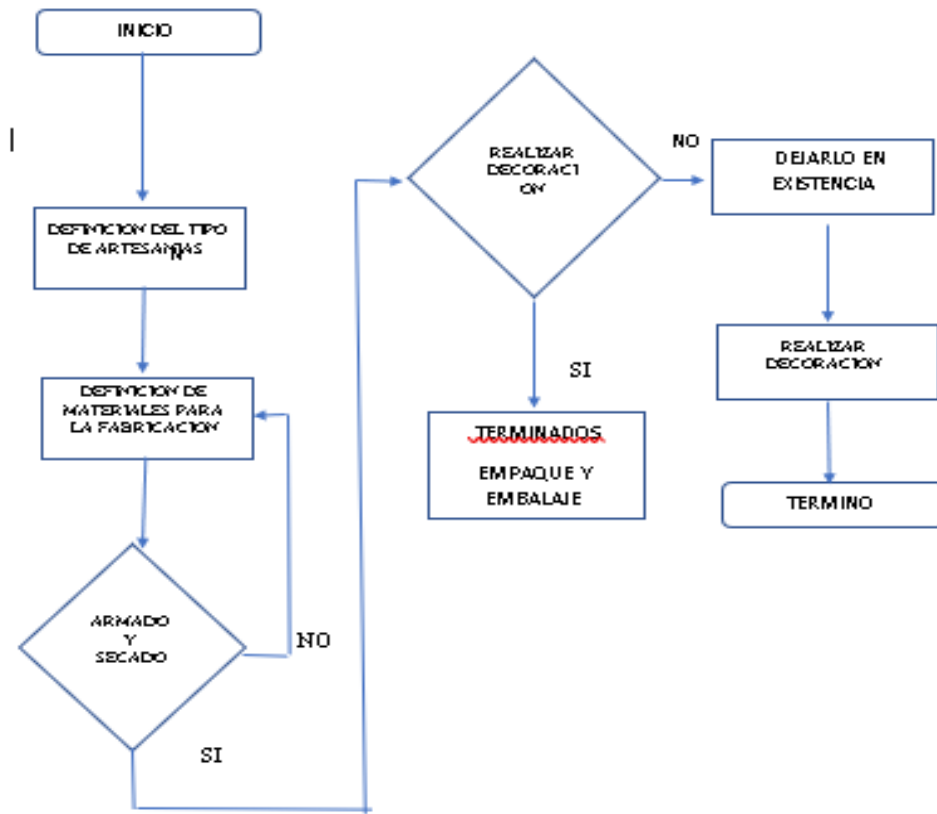
Materiales: Ega, porcelana a base de Colbón y Maizena, madera, pintura acrílica.

**Área de Comercialización:** ciudad de Ibagué, comuna 4, barrio San Carlos.

## 12.2 Flujograma del Proceso del Bien o Servicio

**Figura 42**

*Flujograma de la empresa “Mostreticos”*



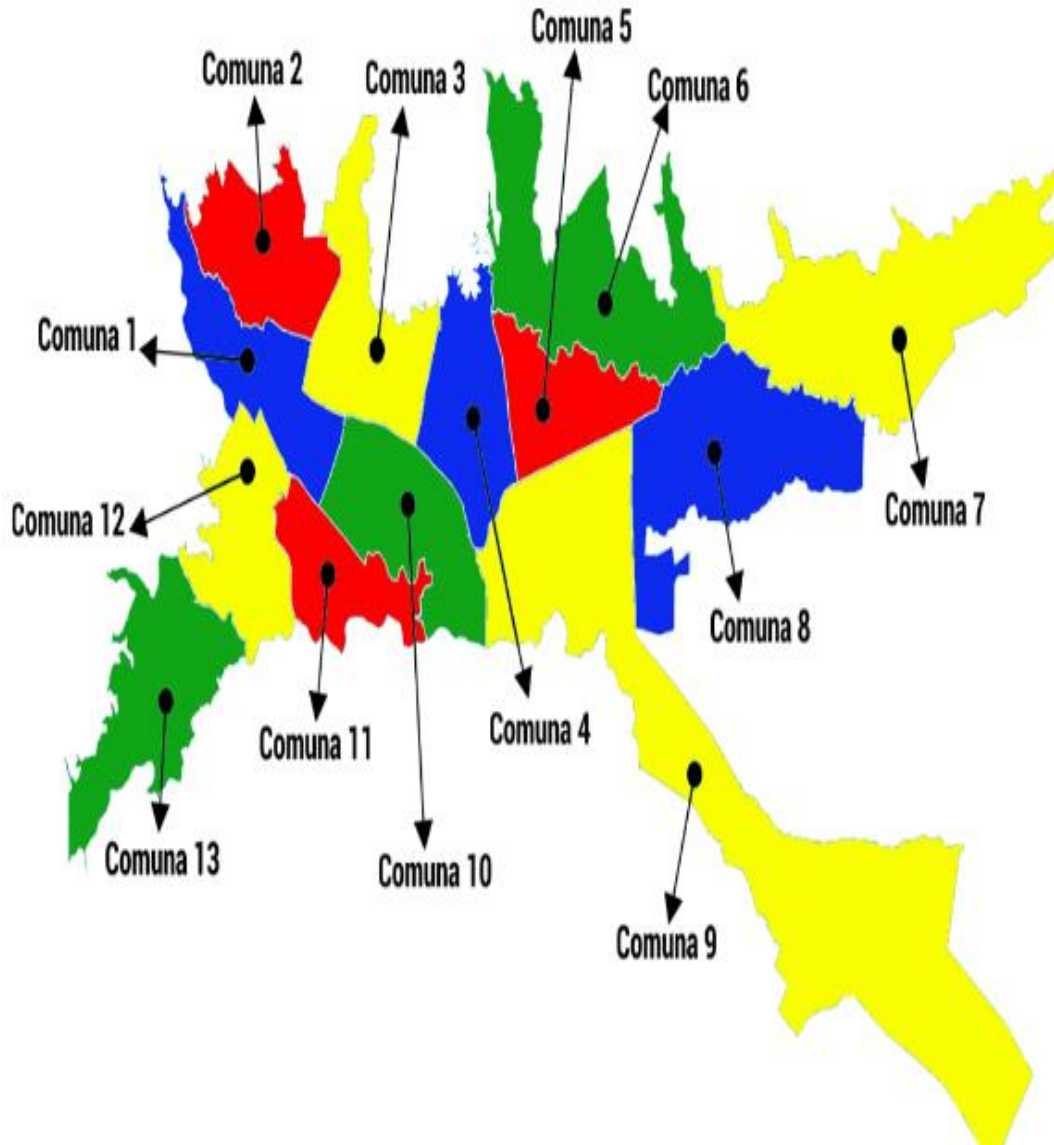
*Nota:* la figura muestra el flujograma de la empresa “Mostreticos”. Fuente: Elaboración propia.

## 12.3 Localización de la Empresa

La Empresa se ubicará en la ciudad de Ibagué, en la comuna 4, barrio San Carlos. Figura 43.

**FIGURA 43**

*Localización de la empresa (municipio)*



*Nota:* la figura muestra la localización de la empresa “Mostreticos”. Fuente: página de la alcaldía de Ibagué (Tolima).

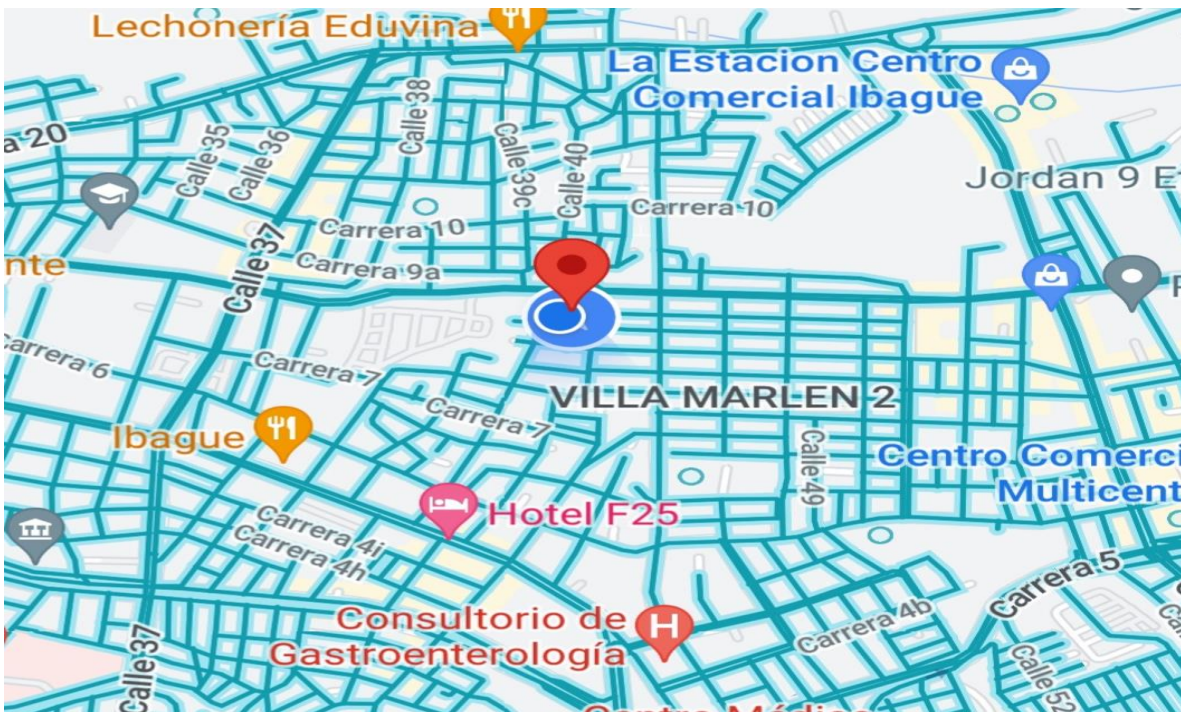


La Comuna 4 se encuentra en el centro geográfico de la ciudad, conformada por barrios en su mayoría de estratos medios bajos, así como también barrios de desarrollo reciente de estrato medio y medio-alto como El Limonar y Piedra Pintada, en donde la vivienda se caracteriza por ser de tipo unifamiliar y multifamiliar; las vías principales que circundan este sector son la avenida Ambalá, la avenida Guabinal y la Avenida 60.

Estamos ubicados en la Cra 8 Nro. 40 – 35 del Barrio San Carlos. Figura 44.

**FIGURA 44**

*Localización de la empresa en el espacio urbano de Ibagué (Tolima).*



*Nota:* la figura muestra la localización de la empresa “Mostreticos” en el espacio del municipio de Ibagué (Tolima). Fuente: página de la alcaldía de Ibagué (Tolima).

## 12.4 Distribución de la Planta Física

**FIGURA 45**

*Distribución de la planta física de la empresa “Mostreticos”*



*Nota:* la figura muestra la distribución de la planta física de la empresa “Mostreticos”.

Fuente: elaboración propia.

## 12.5 Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Para la puesta en marcha se requiere los siguientes elementos especificados en la tabla 5.

**TABLA 5**

*Requerimiento de bienes para puesta en marcha del proyecto*

<b>Ítem</b>	<b>Especificación técnica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>1</b>	<b>Equipo de Computo</b>  Procesador: Intel® Core™ i7-9700  Memoria RAM: 8 GB de SDRAM DDR4-2666 (1 x 8 GB).  Almacenamiento: SATA de 1 TB y 7200 rpm.  Gráficas: Gráficos Intel® UHD 630  Sistema Operativo: Windows 10.  Velocidad Procesador Desde: 3 GHz.	1	\$1.800.000	\$1.800.000
<b>2</b>	<b>Escritorio en L</b>  Cuenta con 2 cajones, un archivador y una cerradura. Dimensiones: 150 x 74,1x 170,8 cm Color: Wengue	1	\$800.000	\$800.000
<b>3</b>	<b>Silla Ergonómica</b>  Material: Tela microperforada tipo malla.  Marco en polipropileno negro.  Dimensiones: 46 cm de ancho x 46 cm de alto.  Apoyacabezas basculante y graduable en altura.	1	\$350.000	\$350.000

Ítem	Especificación técnica	Cantidad	Costo unitario	Costo total
4	<p>Rodachinas doble carrete. Material: Nylon Calidad Bifma, Color Negro. Diámetro: 50 mm.</p> <p>Garantía: 1 año por defecto de fábrica. Resistencia máxima de peso: 100 kg.</p> <p><b>ESCÁNER HP Scanjet Enterprise</b> Flow 7500Escribe.</p> <p>Alimentador automático de documentos (ADF), cama plana.</p> <p>Resolución Máxima: 600 ppp (óptico). 600 x 600 ppp (hardware).</p> <p>Modos de escaneo Color, escala de grises.</p> <p>Profundidad del color: 16 bits (externo). Profundidad de escala de grises: 24 bits (interno).</p> <p>Fuente de luz: LED.</p> <p>Sensor de imagen: 1 x dispositivo de carga acoplada (CCD).</p>	1	\$1.499.000	\$1.499.000
<b>Total</b>				\$4.499.000

*Nota:* elaboración propia.

### 13 Requerimientos de Insumos y Producción

#### 13.1 Materias Prima

**TABLA 6**

*Lista de Materiales utilizados*

<b>Producto</b>	<b>Presentación</b>	<b>Valor Compra</b>
Porcelana fría	Libra	5.500
Tabla	Unidad	3.500
Pintura	Frasco	3.000
Ega	Frasco	4.000
Palillos	Caja	2.000
Palos largos	Bolsa	2.000
Cabezas	Unidad	800
Pinceles	Paquete	5.000
Estiletes	Paquete	5.000
Tijeras	Unidad	1.500
Cinta	Unidad	2.500
Cemento blanco	Libra	4.000

*Nota:* elaboración propia.

Dentro de lo que se proyecta para los incrementos que se realizarán para los próximos 5 años, los datos se presentan en la tabla 7.

TABLA 7

*Lista de Materiales utilizadas proyectada a 5 años*

Producto	Presentación	Valor Compra	Año				
			1	2	3	4	5
Porcelana fría	Libra	5.500	5.940	6.415	6.928	7.483	8.081
Tabla	Unidad	3.500	3.780	4.082	4.409	4.762	5.143
Pintura	Frasco	3.000	3.240	3.499	3.779	4.081	4.408
Ega	Frasco	4.000	4.320	4.666	5.039	5.442	5.877
Palillos	Caja	2.000	2.160	2.333	2.519	2.721	2.939
Palos largos	Bolsa	2.000	2.160	2.333	2.519	2.721	2.939
Cabezas	Unidad	800	864	933	1.008	1.088	1.175
Pinceles	Paquete	5.000	5.400	5.832	6.299	6.802	7.347
Estiletes	Paquete	5.000	5.400	5.832	6.299	6.802	7.347
Tijeras	Unidad	1.500	1.620	1.750	1.890	2.041	2.204
Cinta	Unidad	2.500	2.700	2.916	3.149	3.401	3.673
Cemento blanco	Libra	4.000	4.320	4.666	5.039	5.442	5.877
<b>Total</b>		<b>38.800</b>	<b>41.904</b>	<b>45.256</b>	<b>48.877</b>	<b>52.787</b>	<b>57.010</b>

*Nota:* elaboración propia.

Se busca tener un variado grupo de proveedores que nos ayudaran a tener la producción en un estándar alto y así proveer el mercado de lo requerido. Ver tabla 8.

**TABLA 8**

*Lista de proveedores*

<b>Proveedor</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Horarios de atención</b>	<b>Teléfonos</b>	<b>e-mail /redes sociales</b>	<b>Otros servicios</b>
Asociación de Recicladores Coresuntol.	Ibagué	8 a.m. a 6 p.m.			
Arte y Manualidades	Ibagué San Andresitos	10 a.m. a 6 p.m.	2633454	NA	NA
Almacén Cabuyal	Ibagué Cra 1 N° 13 -38	8 a.m. a 6 p.m.	2631782	NA	NA
Metro Adornos	Ibagué Calle 16 N° 4-112	9 a.m. a 6 p.m.	2614162	NA	NA
Ferreeléctricos	Ibagué Barrio Calarva	8 a 12 y 2 a 6 p.m.	2657720	NA	NA
Papelería la Comuna	Ibagué Cra 5 Calle 13	8 a.m. a 6 p.m.	2637737	NA	NA

*Nota:* elaboración propia.

### 13.2 Mano de Obra

Se planea tener una (1) personas adscritas al proyecto, estos vienen todos los términos de ley.

TABLA 9

*Presupuesto Mano de Obra*

<b>Costeo Mano de obra</b>	<b>Valor</b>
Sueldo	1.000.000
Transporte	117.172
<b>Total, sueldo</b>	<b>1.117.172</b>

<b>Prestaciones sociales</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de liquidación</b>	<b>Total</b>
Cesantías	8,33%	1.117.172	93.060
Intereses cesantías	1%	1.117.172	11.172
Prima	8,33%	1.117.172	93.060
Vacaciones	4,16%	1.000.000	41.600
<b>Total, prestaciones sociales</b>			<b>238.893</b>

<b>Seguridad social</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de liquidación</b>	<b>Total</b>
Salud	8,50%	1.000.000	85.000
Pensión	12%	1.000.000	120.000
Riesgos laborales	1,04%	1.000.000	10.440
<b>Total</b>			<b>215.440</b>

<b>Aportes parafiscales</b>	<b>Costo %</b>	<b>Base de liquidación</b>	<b>Total</b>
Sena	2%	1.000.000	20.000
Bienestar familiar	3%	1.000.000	30.000
Caja de compensación familiar	4%	1.000.000	40.000
<b>Total</b>			<b>90.000</b>



<b>Resumen Operario mes</b>	
Sueldo	1.000.000
Transporte	117.172
Prestaciones sociales	238.893
Seguridad social	215.440
Aportes parafiscales	90.000
<b>Total</b>	<b>1.661.505</b>
<b>Total, medio sueldo</b>	<b>830.752</b>
<b>Total, costo mano de obra mes</b>	<b>2.492.257</b>

<b>Proyección de la mano de obra</b>		
<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>
1	2.492.257	29.907.082
2	2.741.483	32.897.791
3	3.015.631	36.187.570
4	3.317.194	39.806.327
5	3.648.913	43.786.959

*Nota:* elaboración propia.

### **13.3 Costos Indirectos de Fabricación**

Estos costos se determinan para el correcto funcionamiento de la empresa, siendo de vital importancia calcularlos dentro de la proyección de precios y producción para lograr el equilibrio de ingresos y gastos.

TABLA 10

*Proyección de otros gastos de fabricación*

<b>Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación</b>						
<b>Costos</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Agua	20.000	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Luz	60.000	720.000	792.000	871.200	958.320	1.054.152
Telefonía	32.000	384.000	422.400	464.640	511.104	562.214
Arriendo	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Empaque	200.000	2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Transporte insumos	176.000	2.112.000	2.323.200	2.555.520	2.811.072	3.092.179
Reempaque	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Mantenimiento	80.000	960.000	1.056.000	1.161.600	1.277.760	1.405.536
Papelería	50.000	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460
<b>Total, costos indirectos</b>	<b>818.000</b>	<b>9.816.000</b>	<b>10.797.600</b>	<b>11.877.360</b>	<b>13.065.096</b>	<b>14.371.606</b>

*Nota:* elaboración propia.

## **14 Estudio Organizacional**

Se fija una Filosofía Organizacional que abarque espacios de conciliación entre la sociedad y el medio ambiente, buscamos encontrar un punto de equilibrio proyectando la empresa a una misión, visión e imagen corporativa así:

### **14.1 Misión**

CREACIONES “MOSTRETICOS” es una empresa de marca, proyectada a brindar productos realizados a base de material reciclado y biodegradable con liderazgo en la comercialización de productos artesanales a nivel nacional y regional con altos estándares de calidad que propendan en el cuidado del medio ambiente.

### **14.2 Visión**

Para el año 2026 seguiremos liderando y fortaleciendo el comercio de productos realizados en material reciclado y biodegradable llegando a consumidores de todas las edades y estratos, con una alta gestión de empresa y crecimiento económico para nuestra región y país.

### **14.3 Valores Corporativos**

Los valores éticos corporativos, describen la forma de cómo se espera que se comporten los colaboradores de la empresa “MOSTRETICOS” S.A.S. cada día en el trabajo con las relaciones de los demás trabajadores y entorno.

- **Transparencia:** lograr un ambiente de trabajo profesional y tranquilo para alcanzar los objetivos.
- **Trabajo en equipo:** alcanzar resultados mediante la colaboración laboral positiva, que fomenta y fortalece la participación en el trabajo.
- **Responsabilidad:** Creaciones “MOSTRETICOS” crea la importancia social ambiental, lo cual es fundamental para el logro de los objetivos.
- **Liderazgo:** Creaciones “MOSTRETICOS” cree en la importancia de tener una visión al futuro que cuente con los intereses de cada uno de los miembros y colaboradores de la organización.
- **Calidad:** es un factor indispensable para la eficiencia y la satisfacción del cliente, que es la visión de nuestra empresa.
- **Cumplimiento:** la empresa tiene como objetivo promover el conocimiento y el respeto al código de valores de trabajo.

### **14.4 Tipo de Empresa**

Se constituirá como una Sociedad S.A.S., debido a que la pueden conformar varias personas, además que se puede crear sin ninguna suma de dinero. Se tendría autonomía para libremente estipular las normas que se ajusten al negocio, además de que en la S.A.S. se debe

consagrar la limitación del riesgo de los accionistas al monto del capital aportado, los accionistas no son responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. La tabla que se presenta a continuación muestra la información para la constitución de la empresa Creaciones “MOSTRETICOS”.

**TABLA 11**

*Información constitución de la empresa*

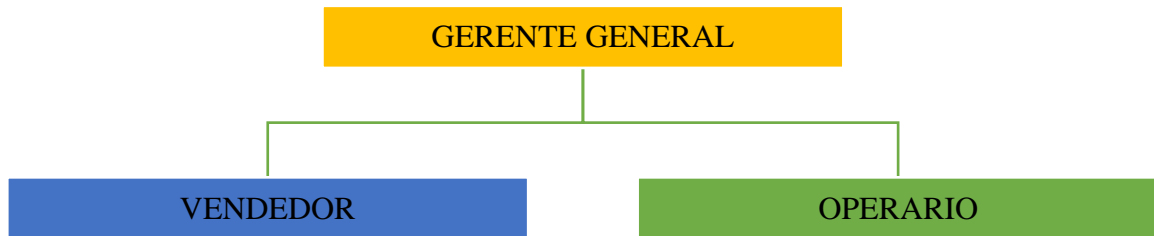
<b>Información Constitución de la Empresa</b>	
Razón Social	Creaciones “MOSTRETICOS”.
NIT	65.756.753-1
Forma Jurídica	Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.
Domicilio social	Carrea 8 B 40- 35 B/ San Carlos.
% Desembolsado	\$17.900.000
Ampliación prevista	\$20.000.000
Fecha de ampliación	5 años.
Participación capital extranjero	No en la actualidad, pero a futuro se implementará.
Relación de socios	Martha Isabel Bonilla Buenaventura (50%). Edicson Albeiro Guillen Parra (50%).
Objeto social	Sociedad comercial.
Órganos de administración y gestión	Asamblea de accionistas y representante legal.

*Nota:* elaboración propia.

## 14.5 Organigrama

**FIGURA 46**

*Organigrama de la empresa Creaciones “Mostreticos”.*



*Nota:* elaboración propia.

### 14.5.1 Descripción de las Funciones

**TABLA 12**

*Información cargos empresa y funciones*

<b>Gerente General</b>	
<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
Estudio	Tareas que desarrolla dentro de mi empresa
Experiencia	
Habilidades	
<hr/>	
Nombre del Cargo	Asesores Comerciales (vendedores)
Dependencia	Gerencia
Jefe Inmediato	Gerente General

Personas a Cargo	No aplica
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Proporcionar información detallada a potenciales clientes o a clientes ya fidelizados para que se lleve a cabo la venta.</li> <li>-Hacer seguimiento de los clientes.</li> <li>-Conocer a detalle los productos.</li> <li>-Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes</li> </ul>
<hr/>	
Nombre del Cargo	Operario
Dependencia	Administrativa
Jefe Inmediato	Gerente General
Personas a Cargo	No aplica
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar el ensamblaje de las artesanías</li> <li>-Conocer a detalle los productos.</li> <li>-Mantener una búsqueda constante calidad en los productos</li> </ul>
<hr/>	

*Nota:* elaboración propia.

#### **14.5.2 Presupuesto de Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos propenden por el óptimo funcionamiento de la empresa por tal motivo en un principio se maneja austeridad en el gasto para así fortalecer económicamente el proyecto. Ver tabla 13.

**TABLA 13**

*Gastos Administrativos*

<b>Presupuesto de Gastos de Administración</b>						
<b>Costos</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldo	1.656.285	19.875.415	21.862.956	24.049.252	26.454.177	29.099.595
Agua	20.000	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Luz	60.000	720.000	792.000	871.200	958.320	1.054.152
Telefonía	34.000	408.000	448.800	493.680	543.048	597.353
Arriendo	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Papelería	20.000	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Total, costos indirectos	234.000	22.683.415	24.951.756	27.446.932	30.191.625	33.210.788

*Nota:* elaboración propia.



## 15 Estudio Financiero

### 15.1 Presupuesto de Costos de Insumos del Bien o Servicio

**TABLA 14**

*Costos de insumos proyectados a cinco años*

<b>Presupuesto de Costo de Materiales</b>			
<b>Productos</b>	<b>Año 1</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Muñeco grande	600	11.700	7.020.000
Muñeco pequeño	600	10.870	6.522.000
Recordatorios	1.200	3.913	4.695.600
Muñecos en Botella	1.200	12.608	15.129.600
Artesanía en Madera	960	22.140	21.254.400
Total, costo de materiales			54.621.600

<b>Presupuesto de Costo de Materiales</b>			
<b>Productos</b>	<b>Año 2</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Muñeco grande	660	12.870	8.494.200
Muñeco pequeño	660	11.957	7.891.620
Recordatorios	1.320	4.304	5.681.676
Muñecos en Botella	1.320	13.869	18.306.816
Artesanía en Madera	1.056	24.354	25.717.824
Total, costo de materiales			66.092.136

**Presupuesto de Costo de Materiales**

<b>Productos</b>	<b>Año 3</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Muñeco grande	726	14.157	10.277.982
Muñeco pequeño	726	13.153	9.548.860
Recordatorios	1.452	4.735	6.874.828
Muñecos en Botella	1.452	15.256	22.151.247
Artesanía en Madera	1.162	26.789	31.118.567
Total, costo de materiales			79.971.485

**Presupuesto de Costo de Materiales**

<b>Productos</b>	<b>Año 4</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Muñeco grande	799	15.573	12.436.358
Muñeco pequeño	799	14.468	11.554.121
Recordatorios	1.597	5.208	8.318.542
Muñecos en botella	1.597	16.781	26.803.009
Artesanía en madera	1.278	29.468	37.653.466
Total, costo de materiales			96.765.496

**Presupuesto de Costo de Materiales**

<b>Productos</b>	<b>Año 5</b>		
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Muñeco grande	878	17.130	15.047.993
Muñeco pequeño	878	15.915	13.980.486
Recordatorios	1.757	5.729	10.065.436
Muñecos en botella	1.757	18.459	32.431.641
Artesanía en madera	1.406	32.415	45.560.694

---

**Presupuesto de Costo de Materiales**


---

Productos	Año 5		
	Cantidad	Costo	Total
Total, costo de materiales			117.086.251

*Nota:* elaboración propia

### 15.2 Presupuesto de Mano de Obra

La mano de obra presupuestada para el inicio de producción está a un solo operario el cual será contratado con todo lo mandado por la ley ajustado a un sueldo mínimo legal vigente.

### 15.3 Presupuesto de Costos Indirectos

Los cálculos de los costos indirectos están proyectados a lo estrictamente necesario para el normal funcionamiento de la producción

**TABLA 15**

*Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación*

---

**Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación**

---

Costos	Mes	Año				
		1	2	3	4	5
Agua	20.000	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Luz	60.000	720.000	792.000	871.200	958.320	1.054.152
Telefonía	32.000	384.000	422.400	464.640	511.104	562.214
Arriendo	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920

---

**Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación**


---

Costos	Mes	Año				
		1	2	3	4	5
Empaque	200.000	2.400.000	2.640.000	2.904.000	3.194.400	3.513.840
Transporte insumos	176.000	2.112.000	2.323.200	2.555.520	2.811.072	3.092.179
Reempaque	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Mantenimiento	80.000	960.000	1.056.000	1.161.600	1.277.760	1.405.536
Papelería	50.000	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460
<b>Total, costos indirectos</b>	818.000	9.816.000	10.797.600	11.877.360	13.065.096	14.371.606

*Nota:* elaboración propia

#### 15.4 Presupuesto Costos de Distribución

Se tendrán gastos que incluyen el pago de un vendedor el cual, aparte de su sueldo mínimo legal vigente, tendrá comisión en ventas.

#### 15.5 Presupuesto Gastos de Administración

Se fijan costos administrativos que aseguran el correcto funcionamiento de la empresa.

#### 15.6 Presupuesto del Costo Unitario

Se hace el estudio para determinar la cantidad de materiales que se necesita para la fabricación de las artesanías, también se visualiza el porcentaje de ganancia por cada producto, datos presentados en la tabla 16.

TABLA 16

*Proyección Presupuesto para precio Artesanía Grande*

<b>Presupuesto de Costo Unitario</b>								
<b>Año 1</b>								
<b>Productos</b>	<b>Materiales</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos</b>	<b>Costos Distribución</b>	<b>Gastos de Administración</b>	<b>Total, Costos y Gastos</b>	<b>N°. Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>
Muñeco grande	7.020.000	3.887.921	1.276.080	1.576.774	2.948.844	16.709.618	600	27.849
Muñeco pequeño	6.522.000	3.887.921	1.276.080	1.576.774	2.948.844	16.211.618	600	27.019
Recordatorios	4.695.600	7.775.841	2.552.160	3.153.547	5.897.688	24.074.836	1.200	20.062
Muñecos en botella	15.129.600	7.775.841	2.552.160	3.153.547	5.897.688	34.508.836	1.200	28.757
Artesanía en madera	21.254.400	280.487	2.061.360	2.547.096	4.763.517	36.906.860	960	38.445
Total, costos y gastos	54.621.600	29.608.012	9.717.840	12.007.737	22.456.581	128.411.769		

<b>Presupuesto de Costo Unitario</b>								
<b>Año 2</b>								
<b>Productos</b>	<b>Materiales</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos</b>	<b>Costos Distribución</b>	<b>Gastos de Administración</b>	<b>Total, Costos y Gastos</b>	<b>N°. Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>
Muñeco grande	8.494.200	4.276.713	1.403.688	1.734.451	3.243.728	19.152.780	660	29.019
Muñeco pequeño	7.891.620	4.276.713	1.403.688	1.734.451	3.243.728	18.550.200	660	28.106
Recordatorios	5.681.676	8.553.426	2.807.376	3.468.902	6.487.457	26.998.836	1.320	20.454

---

### Presupuesto de Costo Unitario

#### Año 2

Productos	Materiales	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costos Distribución	Gastos de Administración	Total, Costos y Gastos	Nº. Unidades	Costo Unitario
Muñecos en botella	18.306.816	8.553.426	2807376	3.468.902	6.487.457	39.623.976	1.320	30.018
Artesanía en madera	25.717.824	6.908.536	2.267.496	2.801.805	5.239.869	42.935.530	1.056	40.659
Total, costos y gastos	66.092.136	32.568.813	10.689.624	13.208.511	24.702.239	147.261.322		

---



---

### PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO

#### AÑO 3

Productos	Materiales	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costos Distribución	Gastos de Administración	Total, Costos y Gastos	Nº. Unidades	Costo Unitario
Muñeco grande	10.277.982	4.704.384	1.544.057	1.907.896	3.568.101	22.002.420	726	30.306
Muñeco pequeño	9.548.860	4.704.384	1.544.057	1.907.896	3.568.101	21.273.298	726	29.302
Recordatorios	6.874.828	9.408.768	3.088.114	3.815.792	7.136.202	30.323.704	1.452	20.884
Muñecos en botella	22.151.247	9.408.768	3.088.114	3.815.792	7.136.202	45.600.123	1.452	31.405
Artesanía en madera	31.118.567	7.599.390	2.494.246	3.081.986	5.763.856	50.058.044	1.162	43.094
Total, costos y gastos	79.971.485	35.825.694	11.758.586	14.529.362	27.172.463	169.257.590		

---

---

**PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO**

**AÑO 4**

<b>Productos</b>	<b>Materiales</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos</b>	<b>Costos Distribución</b>	<b>Gastos de Administración</b>	<b>Total, Costos y Gastos</b>	<b>Nº. Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>
Muñeco grande	12.436.358	5.174.822	1.698.462	2.098.686	4.317.402	25.725.731	799	32.214
Muñeco pequeño	11.554.121	5.174.822	1.698.462	2.098.686	4.317.402	24.843.494	799	31.109
Recordatorios	8.318.542	10.349.645	3.396.925	4.197.371	8.634.805	34.897.288	1.597	21.849
Muñecos en botella	26.803.009	10.349.645	3.396.925	4.197.371	8.634.805	53.381.755	1.597	33.422
Artesanía en madera	37.653.466	8.359.329	2.743.670	3.390.184	6.974.265	59.120.915	1.278	46.269
Total, costos y gastos	96.765.496	39.408.263	12.934.445	15.982.298	32.878.680	197.969.183		

---

**PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO**

**AÑO 5**

<b>Productos</b>	<b>Materiales</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos</b>	<b>Costos Distribución</b>	<b>Gastos de Administración</b>	<b>Total, Costos y Gastos</b>	<b>Nº. Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>
Muñeco grande	15.047.993	5.692.305	1.868.309	2.308.554	4.317.402	29.234.563	878	33.279
Muñeco pequeño	13.980.486	5.692.305	1.868.309	2.308.554	4.317.402	28.167.056	878	32.064
Recordatorios	10.065.436	11.384.609	3.736.617	4.617.108	8.634.805	38.438.576	1.757	21.878
Muñecos en botella	32.431.641	11.384.609	3.736.617	4.617.108	8.634.805	60.804.781	1.757	34.609
Artesanía en madera	45.560.694	9.195.261	3.018.037	3.729.203	6.974.265	68.477.461	1.406	48.720

---

**PRESUPUESTO DE COSTO UNITARIO**

**AÑO 5**

---

<b>Productos</b>	<b>Materiales</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos</b>	<b>Costos Distribución</b>	<b>Gastos de Administración</b>	<b>Total, Costos y Gastos</b>	<b>Nº. Unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>
Total, costos y gastos	117.086.251	43.349.090	14.227.890	17.580.528	32.878.680	225.122.438		

---

*Nota:* elaboración propia

### 15.7 Balance Inicial

Se proyectan inversiones para la adquisición de equipos, a su vez las personas que participan de la empresa harán un aporte de \$ 17.900.000 lo que garantiza el inicio del proyecto.

Ver tabla 17.

**TABLA 17**

*Balance inicial*

<b>Balance Inicial</b>	<b>Valor</b>
Inversiones fijas	
Equipos	4.499.000
Total, inversiones fijas	4.499.000
Inversiones diferidas	
Costo del estudio	500.000
Gastos de organización	300.000
Total, inversiones diferidas	800.000



<b>Balance Inicial</b>	<b>Valor</b>
Capital de trabajo	
Efectivo	32.102.942
<b>Total, capital de trabajo</b>	<b>32.102.942</b>
<b>Total, inversiones</b>	<b>37.401.942</b>

*Nota:* elaboración propia

### 15.8 Presupuesto de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales.

Por tanto, el punto muerto no es más que ese mínimo necesario para no tener pérdidas y donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. Este concepto es esencial para saber cuál es el mínimo vital para poder sobrevivir en el mercado. Pero, además, tiene una forma de cálculo sencilla como veremos a continuación en la tabla 18.

**TABLA 18**

*Punto de Equilibrio*

<b>Costos fijos</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos de administración	82.309.660	90.540.626	99.594.688	109.554.157	120.509.573
Costos de distribución	12.129.027	13.341.930	14.676.123	16.143.736	17.758.109
Mano de obra	29.907.082	32.897.791	36.187.570	39.806.327	43.786.959
Costos indirectos sin agua y luz	8.856.000	9.741.600	10.715.760	11.787.336	12.966.070

Costos fijos	Año				
	1	2	3	4	5
Total, costos fijos	133.201.769	146.521.946	161.174.141	177.291.555	195.020.711
Costos variables					
Materiales	54.621.600	66.092.136	79.971.485	96.765.496	117.086.251
Consumo de agua	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Consumo de luz	720.000	792.000	871.200	958.320	1.054.152
Total, costos variables	55.581.600	67.148.136	81.133.085	98.043.256	118.491.787
Punto de equilibrio en porcentaje	62,77	62,09	61,35	57,52	59,72
Punto de equilibrio en pesos	168.092.604	188.213.620	210.951.472	233.684.324	265.779.962

*Nota:* elaboración propia

## 15.9 Presupuesto de Flujo de Fondos

**TABLA 19**

*Estado de Resultados Integral*

Cuentas	Años Proyectados				
	1	2	3	4	5
Ingresos de actividades ordinarias	183.445.385	210.373.318	241.796.557	282.813.118	321.603.482
Costo de venta	93.947.452	109.350.573	127.555.765	149.108.205	174.663.230
Ganancia bruta	89.497.933	101.022.745	114.240.792	133.704.914	146.940.253
Gastos de administración	22.683.415	24.951.756	27.446.932	30.191.625	33.210.788
Costos de distribución	12.129.027	13.341.930	14.676.123	16.143.736	17.758.109

Cuentas	Años Proyectados				
	1	2	3	4	5
Ganancia operacional	54.685.491	62.729.058	72.117.736	87.369.553	95.971.356
Costos financieros (intereses)	-	-	-	-	-
Ganancia antes de impuestos	54.685.491	62.729.058	72.117.736	87.369.553	95.971.356
Gasto por impuesto a la ganancia 35%	19.139.922	21.955.170	25.241.208	30.579.343	33.589.975
Ganancia	35.545.569	40.773.888	46.876.529	56.790.209	62.381.381

Cuentas	Flujo De Caja				
	Año				
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>					
Ingresos por ventas	183.445.385	210.373.318	241.796.557	282.813.118	321.603.482
<b>Total ingresos</b>	183.445.385	210.373.318	241.796.557	282.813.118	321.603.482
<b>Egresos</b>					
Pago gastos de administración	22.683.415	24.951.756	27.446.932	30.191.625	33.210.788
Pago costos de distribución	12.129.027	13.341.930	14.676.123	16.143.736	17.758.109
Pago de materiales	54.621.600	66.092.136	79.971.485	96.765.496	117.086.251
Pago mano de obra	29.907.082	32.897.791	36.187.570	39.806.327	43.786.959
Pago costos indirectos	9.816.000	10.797.600	11.877.360	13.065.096	14.371.606
Costos financieros	-	-	-	-	-
Amortización a Crédito	-	-	-	-	-
Pago Impuesto de Renta	-	19.139.922	21.955.170	25.241.208	30.579.343
<b>Total, Egresos</b>	129.157.125	167.221.135	192.114.640	221.213.487	256.793.056
Flujo neto de efectivo	54.288.260	43.152.183	49.681.917	61.599.631	64.810.427
Saldo inicial de caja	32.102.942	86.391.203	129.543.385	179.225.302	240.824.933

---

**Flujo De Caja**


---

<b>Cuentas</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saldo final en la caja	86.391.203	129.543.385	179.225.302	240.824.933	305.635.359

---



---

**Flujo De Fondos**


---

<b>Cuentas</b>	<b>AÑO</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos por Ventas	183.445.385	210.373.318	241.796.557	282.813.118	321.603.482
Egresos	128.759.894	147.644.259	169.678.820	195.443.565	225.632.127
Ganancia	54.685.491	62.729.058	72.117.736	87.369.553	95.971.356
Gasto por Impuesto a la Ganancia	19.139.922	21.955.170	25.241.208	30.579.343	33.589.975
Ganancia	35.545.569	40.773.888	46.876.529	56.790.209	62.381.381
Amortización de Inversiones Diferidas	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Flujo de Fondos	35.705.569	40.933.888	47.036.529	56.950.209	62.541.381
Valor Presente Neto	\$83.831.346,75				
Tasa Interna de Retorno	105%				

---

*Nota:* elaboración propia

## 16 Conclusiones

- Visualizamos este proyecto con procesos de fortaleciendo paulatino, buscando impactar a una parte de la comunidad de la comuna 4 del Municipio de Ibagué.
- La empresa llamada “MOSTRETICOS” tendrá unos precios los cuales están determinados por el mercado y a su vez medirá los puntos de equilibrio necesarios para el buen funcionamiento de la misma.
- El estudio técnico demuestra la viabilidad de la creación de la empresa, por cuanto su montaje no es muy complejo y porque existen las condiciones necesarias para su implementación.
- El valor presente neto (VPN) que arroja la evaluación financiera \$133.965.690, sugiere que el proyecto es rentable.
- La tasa interna de retorno (TIR) o de rentabilidad del proyecto, 105% es muy superior a la tasa de interés de oportunidad, también avala la factibilidad del proyecto e indica que el proyecto genera utilidades a pesar de las condiciones a las que se ve sometida la inversión.
- Según el estudio de factibilidad y financiero los resultados en los cuales se evidencia una inversión inicial por valor de \$ 37´401.942 y unas ganancias de \$ 35´545.569 para el primer año podemos decir que en un plazo no máximo a año y medio se hará la recuperación de las inversiones realizadas.

- Beneficios para los socios la pronta recuperación de la inversión y adicionalmente el fortalecimiento del negocio para que seguir operando según la proyección de mínimo 5 años.
- A nivel comunidad se idéntica que se logran forjar oportunidades laborales, que generen ingresos a familias de bajos recursos.
- Adicionalmente, generar impacto ambiental ya que se está trabajando con la mecánica reducir, reciclar y reutilizar.

## 17 Recomendaciones

- Uno de los primeros aspectos a recomendar con la factibilidad del proyecto es su constitución legal entendido toda la implementación legal ante los entes pertinentes como lo son Cámara de Comercio, Dian y demás para así lograr la formalización de la empresa.
- Es necesario contemplar la ampliación de colaboradores esto con el fin de fortalecer la producción y expansión del mercado de los productos ofertados.
- Evaluar el ingreso de programas de comunicación a los potenciales clientes.
- Realizar Monitoreo a posibles competidores, que podrán convertirse en amenazas para el avance del mercado de la empresa.
- Es necesario que para el futuro exitoso de la empresa siempre se considere el personal idóneo para cada una de las áreas y una excelente administración, realizando estudios de competencia, planes estratégicos y que fortalezcan sus procedimientos internos apuntando siempre al logro de los objetivos propuestos.
- Estar siempre atentos a las tendencias del mercado, buscando siempre la fidelización de clientes a través de los productos ofertados.

## 18 Referencias Bibliográficas

Álvarez del Valle, P. 17 septiembre, 2015. El Artesano (the craftsman), Richard Sennett.

<https://blogs.upm.es/nosolotecnica/2015/09/17/el-artesano-the-craftsman-richard-sennett/>

Artesanías de Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico. (1989). Listado general de oficios artesanales. *Centro de Investigación y Documentación "CENDAR"*.

<https://artesaniasdecolombia.com.co/trazaartesanal/documentos/artesanias-colombia-listado-oficios.pdf>

Artesanías de Colombia. (2012). Estudio ocupacional de los subsectores artesanales de tejeduría y cerámica - alfarería: cuarta versión. *Biblioteca digital de Artesanías de Colombia*.

<https://core.ac.uk/download/pdf/52155543.pdf>

Artesanías de Colombia. (2014). Proyecto: Fomento a la actividad productiva artesanal del departamento de Cundinamarca. [Análisis de las características del producto para la sustentación de los componentes de diseño del proyecto artesanal de Cundinamarca]. *Laboratorio de Diseño e Innovación para Cundinamarca Artesanías de Colombia S.A.*

<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/3634/1/INST-D%202014.%20260.pdf>

Artesanías de Colombia. (2014, 4 de febrero). 50 años apoyando las artesanías colombianas.

*Sistema de Información para la Artesanía SIART.*



[https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesanias-colombianas\\_4901](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesanias-colombianas_4901)

Artesanías de Colombia. (2020). La historia de lo que somos. *Programa de fortalecimiento a grupos étnicos en Colombia*. [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/la-historia-de-lo-que-somos\\_14359](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/la-historia-de-lo-que-somos_14359)

Artesanías de Colombia. (2021). *Informe de gestión 2020*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fartesaniasdecolombia.com.co%2FDocumentos%2FContenido%2F37231\_informe\_gestion\_v1\_23032021.pdf&clen=3160178&chunk=true

Artesanías de Colombia. s.f. Entérese de qué está pasando en el sector artesanal. Noticias. <https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Directorio/DirectorioUser.jsf?pag=17>

Cao, C. 2019. (2019, 20 de mayo). Artesanía. *La definición*. <https://ladeldefinicion.com/artesania/>

Constitución Política de la República de Colombia. 1991. (1991, 20 de julio). Asamblea Nacional Constituyente. Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991. [https://www.google.com/search?q=Constituci%C3%B3n+Pol%C3%ADtica+de+1991&rlz=1C1SQJL\\_enCO885CO885&oq=Constituci%C3%B3n+Pol%C3%ADtica+de+1991&aqs=chrome..69i57j0i512l9.1358j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Constituci%C3%B3n+Pol%C3%ADtica+de+1991&rlz=1C1SQJL_enCO885CO885&oq=Constituci%C3%B3n+Pol%C3%ADtica+de+1991&aqs=chrome..69i57j0i512l9.1358j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Correa Vargas, M. L. y Artunduaga Molina, M. C. 2019. Características que determinan el sector turístico de las artesanías de la ciudad de Ibagué. [Tesis de pregrado. Universidad Cooperativa de Colombia. Programa Contaduría Pública. Ibagué, Colombia]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fre

pository.ucc.edu.co%2Fbitstream%2F20.500.12494%2F16497%2F3%2F2019\_caracteris-  
ticas\_artesantias\_ibague.pdf&cIen=1391910

Diana. (2010, 09 de febrero). Cyclus, una empresa colombiana que diseña productos a partir del reciclado de materiales urbanos. *Conciencia eco*.

<https://www.concienciaeco.com/2010/10/09/cyclus-una-empresa-colombiana-que-disea-productos-a-partir-del-reciclado-de-materiales-urbanos/>

Ecoembes. (2018, 13 de marzo). Qué significa economía circular. *The Circular Lab*.

<https://www.thecircularlab.com/que-significa-economia-circular/>

El Cronista.co. (2019, 2 de marzo). Remodelada la plazoleta de los artesanos en Ibagué. *El*

*Cronista.co*. <https://www.elcronista.co/cultura/remodelada-la-plazoleta-de-los-artesanos-en-ibague>

El Nuevo Día. (2012 20 de marzo). Malestar por reorganización en ‘Plazoleta de los artesanos’.

*El Nuevo Día*. <https://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/tolima/ibague/137476-malestar-por-reorganizacion-en-plazoleta-de-los-artesanos>

Farré Burgos, L. (2020, 12 de mayo). Reciclaje: Artistas que lo aprovechan todo. *La Vanguardia*.

<https://blog.oxfamintermon.org/reciclar-manualidades-ventajas-y-algunos-ejemhttps://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200512/481091848041/reciclaje-arte-moda.html>

García, M. (2005). Arte-artesanía, interacción histórica. *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. (Serie documental de Geo Crítica).X (599) Universidad

de Barcelona. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-599.htm>

La Colegiala. (2016, 15 de julio). ¿Cómo empezó la artesanía en el mundo?

<https://www.lacolegiala.com/como-empezo-la-artesania-en-el-mundo/>

Ley 1176 de 2007. (2007, 27 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 46.854 de 27 de diciembre de 2007.

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1176\\_2007.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1176_2007.html)

Ley 1252 de 2008. (2008, 27 de noviembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 47.186 de 27 de noviembre de 2008.

[https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1252-](https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1252-2008#:~:text=Se%20dictan%20las%20normas%20prohibitivas,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)

[2008#:~:text=Se%20dictan%20las%20normas%20prohibitivas,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.](https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1252-2008#:~:text=Se%20dictan%20las%20normas%20prohibitivas,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)

Ley 1259 de 2008. (2008, 19 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 47.208 de 19 de diciembre de 2008. [https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-](https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1259-2008#:~:text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)

[1259-](https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1259-2008#:~:text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)

[2008#:~:text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.](https://www.habitatbogota.gov.co/normatividad/leyes/ley-1259-2008#:~:text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.)

Ley 142 de 1994. (1994 11 de julio). Congreso de la República. Diario Oficial N 41.433 de 11 de julio de 1994.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=2752>

Ley 23 de 1973. (1973, 19 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 34.001 del 17 de enero de 1974.

[https://www.google.com/search?q=Ley+23%2F1973&rlz=1C1SQJL\\_enCO885CO885&](https://www.google.com/search?q=Ley+23%2F1973&rlz=1C1SQJL_enCO885CO885&)

oq=Ley+23%2F1973&aqs=chrome..69i57j0i22i30i9.1115j0j7&sourceid=chrome&ie=U  
TF-8

Ley 253 de 1996. (1996, 9 de enero). Congreso de la República. Diario Oficial N 42688 de 17 de enero de 1996.

[https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1996/10253de1996#:~:text=%22%20Ley%20253%20de%201996%20\(enero,el%20Decreto%201443%20de%202004](https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1996/10253de1996#:~:text=%22%20Ley%20253%20de%201996%20(enero,el%20Decreto%201443%20de%202004)

Ley 310 de 1996. (1996, 6 de agosto). Congreso de la República. Diario Oficial No. 42.853, de 12 de agosto de 1996.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0310\\_1996.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0310_1996.html)

Ley 388 de 1997. (1997, 18 de julio). Congreso de la República. Diario Oficial No. 43.091, de 24 de julio de 1997.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=339>

Ley 430 de 1998. (1998, 16 de enero). Congreso de la República. Diario Oficial No. 43.219, de 21 de enero de 1998.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0430\\_1998.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0430_1998.html)

Ley 491 de 1999. (1999, 13 de enero). Congreso de la República. Diario Oficial No. 43.477, de 15 de enero de 1999.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0491\\_1999.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0491_1999.html)

Ley 511 de 1999. (1999, 4 de agosto). Congreso de la República. Diario Oficial No. 43.656, de 5 de agosto de 1999.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0511\\_1999.html#:~:text=Leyes](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0511_1999.html#:~:text=Leyes)

%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BLEY\_0511\_1999%5D&text=Por%20la%20cual%20se%20establece,del%20Reciclador%20y%20del%20Reciclaje.&text=Establ%3%A9cese%20el%20D%3%ADa%20Nacional%20del,de%20marzo%20de%20cada%20a%3%B1o.

Ley 60 de 1993 (1993 12 de agosto). Congreso de la República. Diario Oficial 40987 de agosto 12 de 1993.

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/LEY%200060%20DE%201993.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200060%20DE%201993.pdf)

Ley 632 de 2000. (2000, 29 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No 44.275, de 29 de diciembre de 2000.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4632>

Ley 689 de 2001. (2001, 28 de agosto). Congreso de la República. Diario Oficial No. 44.537, de agosto 31 de 2001.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0689\\_2001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0689_2001.html)

Ley 715 de 2001. (2001, 21 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No 44.654 de 21 de diciembre de 2001. [https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-86098\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-86098_archivo_pdf.pdf)

Ley 9 de 1979. (1979, 24 de enero). Congreso de la República. Diario Oficial No. 35308, del 16 de julio de 1979.

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf)

Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 41.146 de 22 de diciembre de 1993.

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0099\\_1993.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html)

Melina. 2015. (2015, 19 de junio). Significado de artesano. *Significado*.

<https://significado.net/artesano/>

Organización de las Naciones unidas, ONU. s.f. 17 objetivos para transformar nuestro mundo.

*Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Parra Polanco, L K. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora E-BUSINESS de artesanía de la Etnia Nasa del Municipio de Inzá, Departamento del Cauca para el mercado de la zona Euro* [tesis de pregrado.

Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Popayán, Colombia].

<https://repositorio.uniautonoma.edu.co/handle/123456789/76?show=full>

Parra, E. 2022. (2022, 02 de febrero). Ibagué registró en 2021 un 18,9 % de desempleo. *El nuevo día*. [http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/economica/482037-ibague-registro-en-](http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/economica/482037-ibague-registro-en-2021-un-189-de-desempleo)

[2021-un-189-de-desempleo](http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/economica/482037-ibague-registro-en-2021-un-189-de-desempleo)

Red Nacional de Agencias de Desarrollo Local de Colombia, Red Adelco. (2020, 18 de junio).

Diálogo sectorial: las artesanías en el tiempo del COVID 19.

<https://www.redadelco.org/noticias/dialogo-sectorial-las-artesantias-en-los-tiempos-del-covid-19.php>

- Riascos, J. C. Acosta, L. F. y Ortiz Ramos, M. I. (2020) Economía naranja y la actividad artesanal en Colombia y Nariño: una breve revisión analítica. *Tendencias*, 21 (2). pp. 218-240. ISSN 0184-8693. <http://sired.udenar.edu.co/id/eprint/6941>
- Suárez G., L. (2013). ARTESANÍA: Historia, Concepto y Dinámicas Adaptativas a Través de la Cadena Oro-Joya. *Revista Académica e Institucional Páginas de la UCP*. 94: pp. 39 – 50. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5402577.pdf>
- Twenergy.com. s.f. Cuatro casos de eco-emprendedores colombianos que basan su éxito en el reciclaje. <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/reciclaje/cuatro-casos-de-eco-emprendedores-colombianos-que-basan-su-exito-en-el-reciclaje-1214/>
- Universidad de Guadalajara. S.f. ¿Qué es el Diseño de Artesanías? *Centro Universitario de Tonalá*. <http://www.cutonala.udg.mx/oferta-academica/disenio-artesantias/que-es>
- Urrutia Montoya, M y Villalba, C. 1969. El sector artesanal en el desarrollo colombiano. *Revista de planeación y desarrollo*. 1 (3). 43 – 61. [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/RevistaPD/1969/pd\\_vI\\_n3\\_1969\\_art.3.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/RevistaPD/1969/pd_vI_n3_1969_art.3.pdf)
- Wikipedia, la enciclopedia libre. s.f. Artesanía. *Wikipedia*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>
- Wikipedia, la enciclopedia libre. s.f. Movimiento de artes y oficios. *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Arts\\_and\\_Crafts\\_movement#:~:text=The%20Arts%20and%20Crafts%20movement,rest%20of%20Europe%20and%20America](https://en.wikipedia.org/wiki/Arts_and_Crafts_movement#:~:text=The%20Arts%20and%20Crafts%20movement,rest%20of%20Europe%20and%20America)

OJO:

- Ajusta justificación (tecnológica y científica)
- Ajustar Listado de tablas y listado de figuras
- Parte estadística
- Ajustar conclusiones
- Ajustar recomendaciones
- RAE