



Plan de marketing para identificar la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué.

Trabajo de grado

July Paola Rozo Ruiz

Corporación universitaria minuto de dios

Vicerrectoría Tolima y Magdalena medio

Administración de empresas

Ibagué

2020

Plan de marketing para identificar la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué.

July Paola Rozo Ruiz

Sistematización de la práctica profesional bajo la modalidad de emprendimiento presentado para optar el título profesional Administradora de Empresas

Director Disciplinario:

Rafael Alfonso Toro

Directora Metodológica:

Gloria Astrid Rodríguez Pira

Corporación universitaria minuto de dios

Vicerrectoría Tolima y Magdalena medio

Administración de empresas

Ibagué

2020

## Contenido

1. Descripción del problema.....	13
1.1 Planteamiento del problema .....	13
1.2 Formulación del problema.....	14
1.3 Objetivos .....	15
1.3.1 General.....	15
1.3.2 Específicos.....	15
1.4 Justificación.....	16
2. Marco referencial y antecedentes.....	18
2.1 Estado del arte .....	18
2.2 Marco Teórico .....	24
2.3 Marco Conceptual.....	30
2.4 Marco legal .....	33
3. Metodología .....	49
3.1 Tipo de investigación.....	50
3.2 Enfoque de la investigación.....	51
3.3 Muestra .....	51
3.4 Técnicas de recolección.....	53
4. Desarrollo metodológico .....	55
4.1 Estudio de Mercado .....	56
4.1.1 El producto .....	56
4.1.1.1 Estructura del Mercado.....	57
4.1.1.2 Definición del producto .....	58
4.1.1.3 Aspectos del producto .....	60
4.1.2 El cliente .....	60
4.1.2.1 El perfil del consumidor .....	61
4.1.2.2 Segmentación del mercado .....	61
4.1.3 Artesanías de Colombia S.A. ....	63
4.1.3.1 Misión.....	63
4.1.3.2 Visión.....	64
4.1.4 Análisis interno .....	64
4.1.4.1 Productos y servicios .....	64

4.1.4.2 Distribución .....	66
4.1.4.3 Comunicación .....	66
4.1.4.4 Precios .....	67
4.1.4.5 Competencia .....	68
4.1.4.5 Estructura organizativa .....	68
4.1.4.6 Estrategia comercial .....	69
4.1.5 Análisis externo.....	70
4.1.5.1 Mercado Nacional.....	71
4.1.5.2 Mercado Internacional.....	72
4.1.6 DOFA .....	74
4.1.7 Análisis y resultados.....	80
Referencias .....	93

## Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Michael Porter, las cinco fuerzas de la industria.....	27
Ilustración 2 Calceta de plátano .....	29
Ilustración 3 Diseños de las bolsas de calceta de plátano .....	57
Ilustración 4 Bolsa de calceta de plátano .....	57
Ilustración 5 Ficha técnica de la bolsa de calceta de plátano .....	59

## Dedicatoria

*A Dios por darme la oportunidad de recibir el conocimiento y las herramientas para progresar  
por el bien de la comunidad Ibaguereña*

## **Agradecimientos**

Los esfuerzos no son en vanos cuando se realizan con pasión lo cual hace posible que todos los elementos se complementen para tener resultado eficaz y eficiente sin embargo no hubiese sido posible sin el entusiasmo que me brindo las personas a continuación.

A Dios porque ante toda circunstancia es quien me dota de fuerza para avanzar y creer que es posible así mismo aumenta el saber para obtener el conocimiento de crear, investigar y redactar la información correcta.

A mi familia porque me brindo la inspiración y el apoyo para realizar una carrera universitaria y acompañarme incluso en los desafíos y retos personales así mismo me llenaron de entusiasmo desinteresadamente y tuvieron confianza en mí aun cuando no había claridad del futuro y todo porque los consejos fueron pertinentes en su momento.

A la universidad por abrirme las puertas para ejercer la carrera anhelada de administración de empresas y las herramientas para ser posible el trabajo de grado como emprendimiento personal.

A mis docentes Gloria Rodríguez y Rafael Toro quienes fueron mis guías acompañándome en el desarrollo del proyecto de grado compartiendo su tiempo, experiencias, conocimiento y demás.

## Resumen

Según los datos revelados por el periódico el espectador (EFE, 2018) en Colombia se consume 24 kilos de plástico por personas al año de los cuales Ibagué cuenta con una población aproximada de 529.635 habitantes radicando una cifra aproximada de 10.818.840 kilos anuales de plástico consumidos por persona por lo anterior el 56% es de consumo único, por tal motivo el presente trabajo de grado evaluó plan de marketing para identificar la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas de Ibagué como solución de producto sustituto a la bolsa plástica y generador de innovación por su exclusivo diseño, teniendo en cuenta el tipo de mercado en el que se desenvuelve así como las ventajas competitivas que ofrece el mismo y el impacto ambiental; por tanto para la realización de dicha evaluación se aplicó una metodología mixta, utilizando como herramienta la encuesta elaborada a distribuidoras de plástico mayoristas, papelerías y misceláneas mayoristas y minoristas, buscando que los resultados comuniquen el posible potencial que tienen las bolsas a base de calceta de plátano en el mercado Ibaguereño y dando solución ante la necesidad de utilizar empaques biodegradables y a su vez que se emplean como principios de dicha investigación y contribuye al uso efectivo de esta materia prima generando para la el departamento emprendimiento empresarial.

Es decir las bolsas de calceta de plátano es un producto de materia prima proveniente del pseudo tallo del plátano del cual alcanza 68,07% de resistencia frente al calor y la humedad y un total de 6 kilogramos en peso, por lo tanto los resultados demostraron que dentro del mercado los locales están dispuesto a probar la nueva marca de bolsas biodegradables de calceta de plátano debido a que los clientes continuamente están en busca de productos innovadores, bonitos y

llamativos, así mismo los establecimiento de plástico, papelerías y misceláneas como perspectiva de cliente están dispuesto a venderlas entre \$1.400 y \$1.900 y más de \$2.000.

### **Abstract**

According to the data revealed by the newspaper the spectator (EFE, 2018) in Colombia, 24 kilos of plastic are consumed per year by people of which Ibaguè has an approximate population of 529,635 inhabitants, with an approximate figure of 10,818,840 annual kilos of plastic Consumed per person, therefore, 56% is for single consumption, for this reason the present degree work evaluated the marketing plan to identify the viability of bags based on banana sock in the sector of plastic distributors, stationery stores and misceláneas de Ibaguè as a substitute product solution for the plastic bag and generator of innovation due to its exclusive design, taking into account the type of market in which it operates as well as the competitive advantages it offers and the environmental impact; Therefore, to carry out this evaluation, a mixed methodology was applied, using as a tool the survey prepared for wholesale plastic distributors, stationery stores and wholesale and retail miscellaneous, seeking that the results communicate the possible potential that sock-based bags have. plantain in the Ibaguereño market and providing a solution to the need to use biodegradable packaging and at the same time that they are used as principles of said research and contributes to the effective use of this raw material generating business entrepreneurship for the department.

In other words, the banana sock bags are a product of raw material from the pseudo-stem of the banana, of which it reaches 68.07% resistance to heat and humidity and a total of 6 kilograms in weight, therefore the results showed that within the market the locals are willing to try the new brand of biodegradable banana sock bags because customers are continually looking for innovative, beautiful and eye-catching products, as well as plastic establishments, stationery

stores and miscellaneous as a perspective of client are willing to sell them between \$ 1,400 and \$ 1,900 and more than \$ 2,000

### **Palabras claves**

Plan de marketing, viabilidad, bolsas a base de calceta de plátano, distribuidores de plástico, innovación, desarrollo sostenible.

### **Keywords**

Marketing plan, feasibility, bags based on banana sock, plastic distributors, innovation, sustainable development.

## **Introducción**

El presente trabajo de grado se refiere a la viabilidad del plan de marketing respecto a la bolsa a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas como producto sustituto de la bolsa plástica, entendiéndose la calceta de plátano como la materia prima que deriva del pseudo tallo del árbol del plátano del cual se cosecha en todo el país Colombiano principalmente en zona central cafetera y Arauca que en tiempos de pandemia erradico 25.000 hectáreas de coca transformándolas en cultivos de plátano; así mismo por medio del plan de marketing se busca evaluar la viabilidad que tiene dicho producto en la ciudad Ibagué debido a que las bolsas a base de calceta de plátano tienen beneficios ambientales, sociales y económicos.

La característica principal de este producto es contribuir con la mitigación del plástico y ofrecer desarrollo sostenible a la población Ibaguerëña. Para analizar esta problemática es necesario mencionar una de sus causas. Una de ella es la búsqueda de reemplazar el impacto del impuesto de la bolsa plástica como su contaminación. En el marco de la celebración del Día Internacional Libre de Bolsas de Plástico que busca generar conciencia sobre la necesidad de reducir su consumo en el mundo, se registra un gran avance en la consecución de la meta del Gobierno Nacional de reemplazar el 100% de las bolsas que causan el impuesto nacional al consumo de bolsas plásticas. (Minambiente, 2011)

El proyecto de esta problemática ambiental se realizó por el interés de generar desarrollo sostenible e innovación para transformar la forma de consumo actual de los Ibaguerëños respecto a las bolsas plásticas. Esto permite identificar las fortalezas que tiene de consumir productos amigables con el ambiente y la creación de sistemas de gestión ambiental empresarial.

En el marco de la teoría mixta, el proyecto realizó una serie de entrevistas a comerciantes de distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas del cual fue clave para alcanzar muestras no probabilísticas como variable para conocer la viabilidad de la bolsa a base de calceta de plátano.

## **Descripción del problema**

### **Planteamiento del problema**

En el 2020 en Colombia los 321 rellenos del país llegaron a su vida útil, solo el 17% de la basura se recicla, el 56% pertenece a productos de consumo único generando 12 millones de toneladas de residuos anual (Semana, 2020), por tal motivo el gobierno nacional de Colombia en el año 2016 impuso el impuesto a la bolsa plástica con el fin de reducir su consumo sin embargo hasta la fecha se ha conseguido reducir el 53%, por consiguiente, aún es necesario seguir gestionando estrategias de economía circular como lo explica la revista nacional del heraldo. (Espriella, 2019)

En el Tolima el concejal del partido liberal Javier Alejandro Mora en el año 2019 presentó ante el concejo de Ibagué un proyecto que sustituya elementos de plástico sin embargo debido a la pandemia (covid-19) dentro de la comunidad se ha aumentado su consumo en los domicilios dándole un consumo único como forma de evitar la propagación del virus ocasionando consecuencias graves para el departamento y todo el país. (El nuevo día, 2019)

La BBC news en el año 2020 publicó una noticia que impresionó a todos los ambientalistas pues aquí describe las razones por las que prohibir las bolsas de plástico pueden dañar el medio ambiente así mismo nos declara que las bolsas biodegradables de compostaje no son la mejor solución por su proceso industrial de producción. (BBC News Mundo, 2020), Por consiguiente, el proyecto de grado busca la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué debido a que en su producción no requiere procesos altamente químicos y son su desecho es amigable para el medio ambiente.

De otra manera el cultivo de plátano en Colombia representa el 50% del área sembrada del país con cerca de 500 mil hectáreas cultivadas y aunque se da en todo el territorio principalmente se obtienen cultivos en departamentos como Antioquia con un total de 61.000 hectáreas sembradas, seguido por Arauca, Quindío, Córdoba y Valle del Cauca; sin embargo la planta desarrolla y cosecha pesa en promedio 102 kilogramos su aprovechamiento para consumo humano son 17 Kilogramos quedando en su mayoría cantidad de desechos aprovechando como abono, comida para animales en pocos casos como artesanía, por esta razón la investigación busca optimizar la materia prima como papel importante para la creación de innovación como medio de sustitución de la bolsas plástica no obstante están mismas están elaboradas a partir de fuentes de combustibles fósiles como el gas natural y el petróleo ocasionando daños al medio ambiente, los estudio de National Geographic en el 2018 nos demuestran en su revista “un mar de plástico” que en el todo el planeta se calcula alrededor de 5.700 millones de toneladas de residuos plásticos sin proceso de reciclaje terminando en el mar unos 8 millones de toneladas de estos desperdicios siendo la principal problemática debido a que el tiempo de degradación que tienen estos productos según estudios dura aproximadamente 450 años para su degradación y la capacidad que tiene el hombre para reciclarlo es solo el 40% del todo el plástico que se produce en el año. (National Geographic, 2018)

### **Formulación del problema**

¿Cuál es la viabilidad del plan de marketing respecto a las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué?

## **Objetivos**

### **General**

Implementar plan de marketing para identificar la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué.

### **Específicos**

- Investigar la intención de compra del consumidor de bolsa a base de calceta de plátano interesados en contribuir con el cuidado del medio ambiente.
- Implementar estrategias para incursionar el plan de marketing en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas.
- Identificar el impacto la bolsa a base de calceta de plátano por medio del plan de marketing.

## Justificación

Las tendencias del mercado se encuentran en continuo cambio así lo afirma Shari Caudron (Caudron, 2020) en la revista digital puesto que el cliente de ahora busca estar completamente convencido en el beneficios de su compra “Ahora las personas valoran qué es lo que verdaderamente necesitan”, la razón de este cambio es debido a que los consumidores actuales han podido adquirir una gran cantidad de productos por lo cual ha creado saturación en los mismos y ahora las decisiones de compra se basan en el estado emocional y las preferencias del mercado se inclinan a materiales de bajo impacto ambiental elaborados a partir de materiales ecológicos y sustentables especialmente fabricado a mano “el aumento de la demanda extranjera por productos artesanales colombianos se ve plasmado en países como Norteamérica y Europa. Demuestra que el factor diferenciador de productos artesanales tiene gran acogida, ya que son productos que tienen diseños exclusivos y que logran captar la atención de clientes extranjeros, quienes se ven atraídos por artículos que cuentan una historia” (Paula Sanchez, 2017) Por tal motivo el presente trabajo busca evaluar la aceptación de las bolsas de las fibras de plátano en el mercado de los distribuidores de plástico, papelería y misceláneas como representación de innovación puesto que el producto representa el árbol platanero del cual es un sector tradicional de la economía colombiana campesina y ofrece diseños exclusivos para los distintos mercados.

Por lo tanto es importante busca generar alternativas de productividad al mercado Ibaguereño optimizando en su totalidad la materia prima que ofrece el pseudo de plátano del cual es un desperdicio y generador de plaga para el cultivo así mismo ofrece soluciones ambientales debido a que es una oportunidad para la sustitución del plástico, Además, las empresas actualmente buscan calidad e innovación lo que ofrece las bolsas de fibra de plátano, impactando

positivamente al medio ambiente y ofreciendo un plus Eco a aquellas empresas que se decidan por su utilización.

Ahora bien, la incursión de bolsas de fibras de plátano nace de la necesidad de disminuir el impacto ambiental; por tal motivo, el producto estudio es un plátano nativo de sudeste de Asia donde se ha cultivado desde hace 200 años A.C a lo que hoy se conoce como Ecuador se clasifica por ser planta herbácea con rizoma corto y pseudo tallo pertenece a la familia musa y musáceas por lo que puede ser encontrado en muchas variedades de esta manera es fuente productora principalmente en diez de los departamentos de Colombia y subsistencia para los pequeños productores por tal motivo la investigación desea aprovechar el 88% del árbol el cual es considerado no comerciable para darle valor comercial por medio de las bolsas de fibra de plátano que contribuye efectivamente a resolver problemáticas relacionadas con la basura, contaminación del ambiente, desperdicios de desechables siendo fructífero para el municipio y los gastos que se designan para el tratamiento de estos elementos.

El plan de marketing online amplía la economía ibaguereña que beneficia a generar ingresos y empleo a las comunidades rurales y población vulnerable de otra manera pone en marcha la promoción de conciencia ambiental y promueve costumbre que Contribuyen a reciclar. Cesar Picón secretario de desarrollo rural y medio ambiente de Ibagué, explicó: “Uno de los pilares de plan de desarrollo es no depredar, y eso es lo que estamos tratando de trasmitirle a nuestros niños, niñas y adolescentes; un cuidado absoluto por nuestro ambiente” promoviendo el proyecto PRAE. (Secretaria de agricultura y desarrollo rural, 2017)

## **Marco referencial y antecedentes**

### **Estado del arte**

A continuación, se presentarán trabajos y documentos de los cuales permitirá tener un enfoque de los trabajos anteriores respecto a la bolsa de calceta de plátano y sus estudios relacionados con el mismo, para ello se tomó como referencia distintas investigaciones clasificadas en trabajo de grado, estudios de mercadeo, investigaciones del producto y demás.

De esta manera se representa como trabajo principal la tesis de investigación elaborado por Lady Johana Rodríguez Sepúlveda (Sepúlveda, 2014) titulada como “elaboración de un material biocompuesto a partir de la fibra de plátano” La investigación realizada estudia distintos materiales biocompuestos basados en la fibra del pseudotallo del plátano por medio de procedimientos físicos y químicos lo cual obtuvo representativas ganancias en hidrofobicidad y pérdida de algunos materiales superficiales como ceras, hemicelulosa y lignina que se producen en la fibra del plátano, lo que ocasiona una menor afinidad por el agua líquida y de la humedad ambiental, la reducción de su elasticidad y área transversal y en general la modificación de sus propiedades mecánicas respecto de las fibras en su estado natural, de otra manera se descubrió mayor resistencia en las fibras modificadas en el material de poliéster sin embargo las modificaciones de la reducción hidrofilia de las fibras realizó el mejoramiento entre la fibra y la matriz lo cual obtuvo una rigidez estable disminuyendo la absorción del agua y aumentó en su resistencia química logrando que estas mismas obtengan mayor durabilidad, estabilidad y su capacidad para soportar altas cargas en conclusión la viabilidad de materia prima de la fibra de plátano es funcional utilizada como materiales para empaques y como futura industrialización aplicado al municipio de Manizales por su gran capacidad de producción de materia prima.

La propuesta realizada por Edison Restrepo Osorio (Cifuentes Sanchez & Cifuentes Rivera, 2019) comprueba la rigidez que tiene la fibra de plátano como material útil para la utilización de distintos materiales a comparación de las fibras sintéticas además por su bajo costo de producción, bajo peso, menor daño a los equipo de procesamiento y mejores acabados se obtiene con gran abundancia, fácil disponibilidad y la renovación de las fuentes en las que se obtienen por lo tanto las industrias de automóviles, textilerías y la construcción han optado por el uso de las fibras naturales aprovechando los componentes que ofrece así como Yute, kenaf, cáñamo, lino y ramio en la industria de automóviles reemplazando la aramida y fibra de vidrio debido a que en su experimento presentaron ventajas en rigidez, resistencia y menor peso comparado con la fibra de vidrio y aramida de otra manera este material se ha utilizado para las cubiertas de estabilizadores de voltaje y proyectores convirtiéndose en un producto conocido en la industria y obteniendo una evolución considerable por los beneficios ambientales y el bajo costo de producción; En la construcción para la elaboración de techos y paredes por medio de una matriz polimérica, cerámica y metálica como también en la construcción de bloques combinado combinado con tierra comprimida.

En consecuencia, fibras como la del plátano han sido el 8 centro de atención de investigadores y empresarios, debido a que proviene de residuos agrícolas y se convierte en una opción amigable con el medio ambiente al momento de utilizarla como hilo, refuerzo de materiales, producción de papel entre otros (Paredes Verduga & Herrera Samaniego, 2020)

La composición de la fibra de plátano es fuente de celulosa, lignina y hemicelulosa para su preparación se tiene en cuenta propiedades mecánicas como su resistencia a la tracción, flexión y módulo de elasticidad por lo que puede emplearse en materiales de empaque, papeles para impresión, arte, materiales compuestos y el reforzamiento de compuestos de poliéster así mismo

la fibra es conocida principalmente por la elaboración de métodos artesanales y químicos por lo cual proporciona una mayor compactación, despigmentación y suavidad en su consecuencia alcanza mayor rendimiento y mejor calidad a comparación de las fibras de fique, vidrio, fibras de plátano crudas.

Otra de sus características es la fabricación de tazas, platos y cajas tridimensionales hechas con gluten de trigo y fibra de plátano desarrollando otros productos como placas de circuitos impresos y materiales dieléctricos entrando en el área de circuitos integrados y microelectrónica; entre otras que se pueden destacar como en la elaboración de cartón con propiedades antimicrobianas, pañales desechables, eliminación de aguas residuales de cocina y entre otras por lo que se busca disminuir problemáticas ambientales asociadas a su mala disposición.

De otra manera la revista de la universidad ICESI de la facultad de ingeniería y diseño industrial del 2006 (Mejia, 2006) realizo investigaciones respecto “El plátano. Sus desechos como una nueva alternativa de productividad” En el ilustra desde la historia de la siembra platanera del cual inicio en el sudoeste de Asia aproximadamente hace unos 200 A.C asi mismo demuestra el potencial a nivel internacional para su cosecha y cultivo con un 8,4% la cifra mayor dada a Colombia y en la más baja de 2,1% a Tanzania además “llena eres de plátano” es nombre que se dio para conocer las propiedades del plátano para su producción, industrialización, comercialización y exportación, su objetivo es brindar a los artesanos información precisa para la producción e industrialización de las fibras del plátano como también su rentabilidad y oportunidad laboral.

El articulo elaborado por Gabriela Blasco López y Francisco Javier Gómez Montaña (Basco & Gomez, 2014) nos dan a conocer las propiedades funcionales del plátano y sus funciones como

planta medicinal y alternativa para las enfermedades relacionadas con disentería, úlceras y bronquitis igualmente su representación en la buena alimentación para las personas diabéticas esto se debe al 23% de potasio que produce el plátano lo cual beneficia a los músculos, Debido que ayuda a mantener su buen funcionamiento y evita los espasmos musculares así mismo la investigación proporciona la experiencia en el tratamiento del material en propiedades físicas y químicas para la creación de subproductos, finalmente el estudio demostró que el pseudo tallo del plátano no solo tiene posee una alternativa a la medicina natural por sus proteínas, lípidos, fibra y compuestos con capacidad antioxidante sino también como fuente enriquecedora además los desechos de la planta genera materia prima como elemento clave para la creación de nuevos elementos medicinales para la protección de enfermedades como coronarias, cáncer y diabetes.

Así mismo la investigación elaborada por Cristy Giselle Pedraza (Abril, 2019) demostró la resistencia del pseudo tallo del plátano por lo cual su investigación se enfocó en la “Caracterización de la fibra del pseudo tallo de plátano como refuerzo y desarrollo de un material compuesto para fabricación de tejas” Una vez utilizada varias técnicas se demostró tejas desarrolladas a partir de tejidos simples y cruzados no obstante la calidad del producto depende de la cantidad de la fibra y el tipo de tejido para lograr su resistencia así mismo por medio de la tecnología que ofrece software Ces Edupack donde clasifica los materiales y procesos permite evidenciar la ventaja que se tiene en elaborar tejas en un material compuesto referente a la de la competencia, de esta manera las ventajas que se obtiene del mismo son: Disminución de costo en su distribución por ser material ligero y de menos volumen, disminución en los costos de producción puesto que la materia prima es económica en el mercado y su distinción en forma, color y diseño.

De otra manera en Manizales Grisales Carlos, M y Giraldo Diego (Juan C. Grisales, 2016), realizaron investigaciones respecto “Empaques biodegradables a partir de la fibra de plátano para los productos agrícolas del departamento de caldas”, En la ciudad de Caldas en el proceso de manejo de cultivo, cosecha y pos cosecha de plátano solo es útil el racimo, generando así desperdicios del seudotallo con sus hojas y raquis del cual no es comercializable y crea descomposición al campo abierto, debido a la investigación se comprobó que los desechos orgánicos del plátano poseen altos contenidos de celulosa lo que es beneficioso para la creación de papel, láminas de cartón y utilización en la fabricación de empaques en general la finalidad de solucionar problemas ambientales y generar productos de empaques biodegradables; finalmente se comprueba que la fibra de plátano puede ser utilizada para fabricar papel y láminas de cartón sin embargo su proceso no es tan sencillo a comparación de otras fibras que tradicionalmente se utilizan como el fique y el bagazo de caña, el papel que se consigue del mismo es de calidad aceptable el cual puede ser aplicado en tarjetas, agendas y etc., además permite tener acabados y gramajes apropiados para la producción de cartón y se diferencia del mercado porque permite tener una superficie más lisa y una pasta de compacto fuerte en el papel, por lo tanto se puede decir que el vástago se debe utilizar exclusivamente para producción de papel preferiblemente para impresión aunque algunos trabajos han demostrado que la celulosa extraída del seudotallo brinda mayores características físicas para el proceso de elaboración de láminas de cartón.

No obstante la calceta del plátano se ha comprobado su rigidez y mejoramiento de la misma gracias a investigaciones realizadas por Artesanías de Colombia frente al mejoramiento de la calidad de sus productos, así lo demuestra el “Proyecto para el mejoramiento de la calidad y la certificación de los productos artesanos de 13 comunidades, ubicadas en los departamentos de Atlántico, Antioquia, Boyacá, Caldas, Cauca, Chocó, Santander, Sucre y valle del cauca”

(Artesanías de Colombia S.A., 2008) El objetivo de la investigación es hacer frente al mejoramiento de la calidad de los productos, para ello la investigación estudio cinco grupos (Grupo la piña, grupo Monteverde, grupo la cestería, Manos Especiales, Asomat ) tejedores de cestería con la finalidad de evaluar las condiciones laborales y si éstas mismas son la causante de la baja calidad de los productos de otras manera se tuvieron en cuenta datos demográficos, tipos de transporte, tiempo aproximado de camino hasta el punto central más cercano, herramientas de trabajo, equipos y análisis de los diferentes tipos de cultivos. En conclusión, la afectación de la calidad de los productos depende del cuidado del material a trabajar, la clasificación del mismo, el trato de material de primera calidad, el planchado, secado y la manipulación del producto, sin embargo para la hechura final del productos los artesanos deben tener en cuenta los cortados, la forma de aplicar la cordelería, los terminados y acabados para obtener resultados sofisticados

María Alejandra Morales en su trabajo de grado “comercio de artesanías desde una perspectiva de género y competitividad” (Laguna, 2012) realiza investigaciones frente a la falta de visión empresarial en las artesanas Colombianas para comercializar nacional e internacionalmente sus productos ;Aunque en Colombia diferentes organizaciones trabajan para promover y desarrollar el comercio nacional e internacional de los productos artesanales elaborados por mujeres como la consejería presidencial para la equidad de la mujer con el apoyo del programa nacional empresario- expo empresaria realizan capacitación, promuevan y comercializan los productos de diferentes sectores económicos en el cual Artesanías de Colombia participa activamente así mismo diferente empresas y asociaciones realizan convenios y ferias, No obstante las mujeres expresan no contar con la visión, el conocimiento, la trayectoria, capacidad y la experiencia para desarrollar sus productos autónomamente. Finalmente, por medio de informes, revistas, libros y planes de la investigación por lo tanto se concluye que el mercado

de las artesanas colombianas requiere capacitación y apoyo financiero a su vez acompañamiento y asesoría para la comercialización de las artesanías evitando los intermediarios en la venta quienes limiten las inversiones para el mejoramiento de la calidad de sus productos y el aumento de la productividad.

A nivel nacional en la ciudad capital de Bogotá D.C se realizó un estudio de la pre-factibilidad ambiental de mercado para plásticos biodegradables en Colombia (Muñoz, 2004) con el objetivo de incursionar una nueva industria en el país buscando conocer la rentabilidad del uso del biodegradable y buscando estrategias para el futuro de las industrias, teniendo en cuenta que el uso de material biodegradable es novedoso se estudia principalmente si existe la posibilidad de entrar al mercado, su nicho de mercado se enfoca en los estratos de intereses medio- alto y alto por lo que se considera que pueda existir una posibilidad de compra.

De este modo los resultados adquiridos según los usuarios de hogar, el 64% de las personas manejan el verdadero significado de la palabra biodegradable, el 59% están dispuestas a manejar buenas prácticas ambientales y el 37% no se sienten atraídos por productos ecológicos, por tal motivo concluye diciendo que el público en general necesita mayor información respecto a temas ambientales y según su producción el realizar estos productos no compensan los costos de la materia prima, esto reconoce que la competencia basada en costos no va tener resultados favorables por el contrario el estudio recomendando usar estos productos en hipermercados.

## **Marco Teórico**

Los artesanos en Colombia se fueron popularizando desde la época pre colombiana, la conquista, la colonia y la época moderna, estos mismos han tenido su cambio combinado con las

expresiones, características socioculturales y tecnológicas españolas convirtiéndose de esta manera en atractivos productos por la herencia familiar, influencia económica, desarrollo y producción industrial en la zona rural y aledaños, así mismo para el año 1970 se crea la Asociación colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, ACOPI, y en función de las cuales se presenta la clasificación de sus campos de expresión y desempeño que comprende el ámbito rural, donde se reclasifica como artesanía campesina, indígena, arte popular, manualidades, y la artesanía urbana que comprende la producción pre-artística, la artesanía industrial, las artesanías de servicios, las manualidades, el arte popular y la artesanía culta con la finalidad de generar desarrollo en el país Colombiano y con conocimientos verídicos respecto a la producción, población, demografía y la economía del sector.

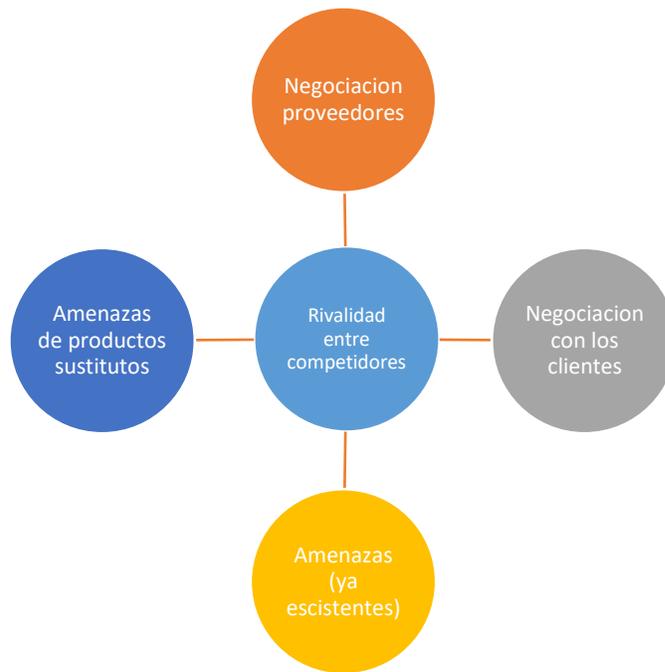
No obstante, la incursión de la bolsa de fibra de plátano en Ibagué ha buscado comprenderse desde distintas teorías. Entre ella la más importante es entender el marketing como elemento clave para la incursión del producto al mercado, Según el escrito de Manuel Antonio (Botero, 2017) el mercadeo o marketing mix está constituido por:

- El producto y los servicios anexos a el
- El precio y las formas de pago
- Los canales de distribución y sus funciones
- La publicidad y venta

Sin embargo, las ventas son un elemento clave e importante para el mercadeo por esta razón quien las dirige debe tener un perfil de capacidad de análisis, conceptualización, diseño estratégico y control de metas para poder idear estrategias y lograr incursionar el producto al mercado; Otras de las teorías como fundamento de nuestro trabajo es la ventaja competitiva

según Michael Porter, donde reconoce la información como un factor determinante para las dinámicas de la economía. Porter 1985 (Web y empresas, s.f.), describe en términos generales: “La ventaja competitiva crece fundamentalmente debido al valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”. (Web y empresas, s.f.)

Ilustración 1 Michael Porter, las cinco fuerzas de la industria



(Berenstein, 2017)

Así mismo nos representa tres estrategias para lograr una ventaja competitiva sostenible e incursionar en el mercado asegurando el crecimiento, para ello el autor propone los siguientes contextos:

1. El liderazgo en costos: Es la capacidad que tiene la empresa para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior referente a su competencia, para ello necesita la utilización de una estrategia para reducir los costos de producción.

2. La diferenciación: Su enfoque se constituye en una empresa de la cual desea crear su propio nicho de mercado buscando compradores con características únicas quienes desean adquirir productos que no ofrezca la competencia.
3. El enfoque: limita el segmento de mercado ofreciendo el mejor producto el mejor producto pensado especialmente para el segmento. De otra manera la creación de valor busca beneficiar al accionista y la empresa, debido a que maximiza el valor de la empresa con la finalidad de valer sus propios intereses asegurando que la riqueza generada de la misma sea lo suficiente grande para cubrir las deudas que se generaron al principio del negocio y para ello es necesario que empresa lograr llevar una buena contabilidad, eliminando los inconvenientes que pueden suceder y que no se desvíe de los objetivos principales.

Sin embargo estudios realizados por artesanías de Colombia S.A (Artesanias de colombia S.A) en los municipios de turbo y Chigorodó estudiaron la calceta de plátano desde su taxonomía y proceso para producción; El plátano no es un árbol, sino una megaforbia, una hierba perenne de gran tamaño; como las demás especies de Musa, carece de verdadero tronco, en su lugar, posee vainas foliares que se desarrollan formando estructuras llamadas pseudo tallos, que no son leñosos, y alcanzan los 7m de altura; estas “cáscaras o canoas” que forman el vástago, cepa, mepa o pseudo tallo se conocen como calceta de platano o también llamada guasca o penca se da conocer por su nombre científico muza paradisica proviene de la familia de los Museceae y alcanzar una vida útil próximamente 3 a 4 años en climas tropicales con una de temperatura máxima de 30 centígrados y mínima de 16 centígrados.

Ilustración 2 Calceta de plátano



(Mestra, 2016)

Las cuatro 4 As del marketing: Según Jagdish Sheth y Rajendra Sisodia (Keller, 2012) en la organización no se obtiene una buena planeación de marketing a causa de la mala administración debido al desconocimiento del impulso en los consumidores, cuando se tiene el conocimiento se llega al cliente con mayor confianza y se obtiene mayor éxito, por tal motivo es necesario considerar para el consumidor: aceptabilidad, asequibilidad, accesibilidad y apreciación a lo que se le denomina las 4s.

- Aceptabilidad, Es el grado en que la oferta total de productos de la empresa excede las expectativas del cliente, por tal motivo es el elemento clave para llamar la atención y el impacto como medio de fidelización.
- Asequibilidad es el grado en que los clientes del mercado meta pueden y están dispuestos a pagar el precio del producto.

- Accesibilidad, Son las posibilidades que tiene los clientes de adquirir el producto estas se pueden dar por disponibilidad o conveniencia.
- Apreciación, Se refiere a la información que posee los consumidores en relación con las características del producto, su convencimiento en la marca y en el conocimiento del producto.

## **Marco Conceptual**

**Marketing:** El concepto de marketing surge a mediados de la década de 1950 con una filosofía de institución y respuesta y centrada en el cliente con la finalidad de guiar a la organización al cumplimiento de los objetivos organizacionales de forma eficiente, eficaz y creativa debido a que crea, entrega y comunica un valor superior para los mercados meta así mismo trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales otras de las teorías que ofrece América Marketing Association lo define como: la actividad, el conjunto de instituciones y los procedimientos existentes para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general de esta manera la dirección de marketing permite definir el arte y la ciencia de elegir mercados meta y de obtener, mantener y aumentar clientes mediante la generación, entrega y comunicación de un mayor valor para el cliente.

**Marketing directo:** consiste en conectar de manera directa con consumidores meta cuidadosamente seleccionados, a menudo de forma interactiva y de uno a uno. Utilizando bases de datos detalladas, las empresas adaptan sus ofertas de marketing y comunicaciones a las necesidades de segmentos o compradores individuales estrechamente definidos. (Keller, 2012)

**Desarrollo sostenible:** El concepto de desarrollo sostenible se da bajo la preocupación existente de la sociedad a nivel mundial desde las últimas décadas del siglo XX debido a los efectos del desarrollo económico, social y sus efectos inmediatos sobre medio ambiente por tal motivo el desarrollo sostenible busca minimizar el impacto y sus consecuencias futuras; En el año 1983 la comisión de desarrollo y medio ambiente integrado por un grupo de personalidades del ámbito científico, político y social tuvo su expresión en el marco de las Naciones Unidas para la toma de conciencia a nivel mundial de la estrecha relación existente entre el desarrollo económico y el medio ambiente, la finalidad del mismo se dio para dar respuesta a temas como:

- Analizar los temas vinculados al desarrollo y el medio ambiente y formular propuestas al respecto.
- Proponer nuevas formas de cooperación internacional capaces de influir en los temas de desarrollo y medio ambiente para alcanzar los objetivos propuestos
- Promover niveles de comprensión y compromiso con estos objetivos por parte de individuos, organizaciones, empresas, institutos y gobiernos.

De esta manera para el año 1987 La Comisión publicó “Nuestro futuro común” en el cual se da a conocer el concepto de desarrollo sostenible como: “Está en manos de la humanidad asegurar que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Gutiérrez, 2013)

**Competencia monopolística:** Los economistas han establecido una clasificación general que distingue dos tipos fundamentales de competencia de mercado: la competencia perfecta y la competencia imperfecta.

La competencia perfecta se manifiesta cuando un número muy elevado de personas o empresas ofrecen y demandan un determinado producto o servicio. En teoría este número puede aumentar hasta el infinito.

En la competencia perfecta no hay obstáculos que frenen la entrada de nuevos oferentes del mismo servicio o producto, lo que impide que algún oferente o demandante tenga control exclusivo sobre el mercado ni sobre el precio.

Esto se debe a que la porción que cada uno aporta a la cantidad total del producto negociado es tan mínima que no le permite obtener el control sobre el precio y la cantidad de productos o servicios presentes en el mercado.

Este escenario ideal presenta igualmente a empresas y a clientes como “tomadores de precios” que asumen y aceptan en sus negociaciones los precios generados por el mercado.

El escenario esbozado por la competencia perfecta daría lugar a un mercado perfectamente competitivo, lo que se adecua más a un desarrollo teórico ideal que a una situación real (Silva, 2020)

**Calceta de Plátano:** Las calcetas de plátano son aquellas estructuras cóncavas en forma de canal que forman las cepas o tallos de la planta, las cuales debidamente extraídas y procesadas, se convierten en la materia prima para las artesanías en la fabricación de productos como "individuales", paneras, cofres, cajas, portarretratos. Cuando el plátano es cosechado, es decir, se retiran los racimos, entonces se cortan las cepas y se sacan las calcetas. Así, de estas, se extraen los filamentos, que luego de un proceso completamente artesanal de limpieza y enjuague, se

convierten en hilo de plátano para la elaboración de tapices, telas, tapetes, entre otros.

(Departamento Nacional de Planeación, 2020)

**Viabilidad:** a definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica; de una manera sencilla se puede considerar el concepto viabilidad como la opción de que un proyecto se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad en el tiempo. Para ello debe tenerse en cuenta los recursos que precisa, los que tiene y la capacidad para obtenerlos. En el caso de que cuente con los suficientes medios para ejecutar la idea empresarial, se podría decir que el proyecto es viable. (García, 2017)

### **Marco legal**

Artesanías de Colombia se rigen principalmente por el artículo 2, 123, 209 y 270 de la constitución política de Colombia donde aplican para el tema de servicio al ciudadano y participación ciudadana.

ARTICULO 2º—Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo. Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.

ARTICULO 123°—Son servidores públicos los miembros de las corporaciones públicas, los empleados y trabajadores del Estado y de sus entidades descentralizadas territorialmente y por servicios. Los servidores públicos están al servicio del Estado y de la comunidad; ejercerán sus funciones en la forma prevista por la Constitución, la ley y el reglamento. La ley determinará el régimen aplicable a los particulares que temporalmente desempeñen funciones públicas y regulará su ejercicio.

ARTICULO 209°—La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

ARTICULO 270°—La ley organizará las formas y los sistemas de participación ciudadana que permitan vigilar la gestión pública que se cumpla en los diversos niveles administrativos y sus resultados.

Así mismo se encuentra legalizada por el decreto 1510 de 2013 por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública.

El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en particular las que le confieren el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y la Ley 80 de 1993, la Ley 361 de 1997, la Ley 590 de 2000, la Ley 816 de 2003, la Ley 1150 de 2007, la Ley 1450 de 2011, la Ley 1474 de 2011, el Decreto-ley número 4170 de 2011 y el Decreto-ley número 019 de 2012, y

Considerando:

Que el Gobierno Nacional por medio del Decreto-ley número 4170 de 2011 creó la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente-, como ente rector de la contratación pública para desarrollar e impulsar políticas públicas y herramientas orientadas a asegurar que el sistema de compras y contratación pública obtenga resultados óptimos en términos de la valoración del dinero público a través de un proceso transparente.

Que en desarrollo del Decreto-ley número 4170 de 2011 la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente- definió los lineamientos técnicos, conceptuales y metodológicos para la consolidación de un sistema de compras y contratación pública.

Que el sistema de compras y contratación pública es esencial para la aplicación de los principios del Buen Gobierno y el cumplimiento de los fines del Estado.

Que el sistema de compras y contratación pública tiene una función estratégica pues permite materializar las políticas públicas y representa un porcentaje considerable del gasto público.

Que es necesario desarrollar la Ley 1150 de 2007 y el Decreto-ley número 4170 de 2011 para que la Agencia Nacional de Contratación Pública -Colombia Compra Eficiente- pueda diseñar, organizar y celebrar acuerdos marco de precios, así como diseñar y proponer políticas y herramientas para la adecuada identificación de riesgos de la contratación pública y su cobertura.

Que las Entidades Estatales y los servidores públicos a través de la contratación pública deben procurar obtener los objetivos y metas de la Entidad Estatal y del Plan Nacional de Desarrollo o los planes de desarrollo territorial, según sea el caso.

Que es necesario incorporar a la reglamentación las mejores prácticas internacionales en la planeación de la contratación y la compra pública, hacer ajustes en el Registro Único de

Proponentes, en la capacidad residual, la subasta inversa, el concurso de méritos, la aplicación de acuerdos comerciales y el régimen de garantías, entre otros.

Que es necesario ajustar la reglamentación del sistema de compras y contratación pública a la institucionalidad creada con la expedición del Decreto-ley número 4170 de 2011 y sus funciones.

Que es conveniente mantener en un solo instrumento la reglamentación aplicable al sistema de compra y contratación pública,

## Título I

### Conceptos básicos para el sistema de compras

#### Y contratación pública

#### Capítulo I

##### Objetivos

**Artículo 1°.** *Objetivos del Sistema de Compras y Contratación Pública.* Las Entidades Estatales deben procurar el logro de los objetivos del sistema de compras y contratación pública definidos por Colombia Compra Eficiente.

#### CAPÍTULO II

##### Partícipes de la Contratación Pública

**Artículo 2°.** *Partícipes de la Contratación Pública.* Los partícipes del sistema de compras y contratación pública para efectos del Decreto-ley número 4170 de 2011 son:

1. Las Entidades Estatales que adelantan Procesos de Contratación.

En los términos de la ley, las Entidades Estatales pueden asociarse para la adquisición conjunta de bienes, obras y servicios.

2. Colombia Compra Eficiente.
3. Los oferentes en los Procesos de Contratación.
4. Los contratistas.
5. Los supervisores.
6. Los interventores.
7. Las organizaciones de la sociedad civil y los ciudadanos cuando ejercen la participación ciudadana en los términos de la Constitución Política y de la ley.

### CAPÍTULO III

#### Definiciones

**Artículo 3°. Definiciones.** Los términos no definidos en el presente decreto y utilizados frecuentemente deben entenderse de acuerdo con su significado natural y obvio. Para la interpretación del presente decreto, las expresiones aquí utilizadas con mayúscula inicial deben ser entendidas con el significado que a continuación se indica. Los términos definidos son utilizados en singular y en plural de acuerdo como lo requiera el contexto en el cual son utilizados.

*Acuerdos Comerciales* son tratados internacionales vigentes celebrados por el Estado colombiano, que contienen derechos y obligaciones en materia de compras públicas, en los cuales existe como mínimo el compromiso de trato nacional para: (i) los bienes y servicios de origen colombiano y (ii) los proveedores colombianos.

*Acuerdo Marco de Precios* es el contrato celebrado entre uno o más proveedores y Colombia Compra Eficiente, o quien haga sus veces, para la provisión a las Entidades Estatales de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes, en la forma, plazo y condiciones establecidas en este.

*Adendas* es el documento por medio del cual la Entidad Estatal modifica los pliegos de condiciones.

*Bienes Nacionales* son los bienes definidos como nacionales en el Registro de Productores de Bienes Nacionales, de conformidad con el Decreto número 2680 de 2009 o las normas que lo modifiquen, aclaren, adicionen o sustituyan.

*Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes* son los bienes y servicios de común utilización con especificaciones técnicas y patrones de desempeño y calidad iguales o similares, que en consecuencia pueden ser agrupados como bienes y servicios homogéneos para su adquisición y a los que se refiere el literal (a) del numeral 2 del artículo 2° de la Ley 1150 de 2007.

*Bienes y Servicios para la Defensa y Seguridad Nacional* son los adquiridos para ese propósito por el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, las entidades del Sector Defensa, la Dirección Nacional de Inteligencia, la Fiscalía General de la Nación, el INPEC, la Unidad de Servicios Penitenciarios y Carcelarios SPC, la Unidad Nacional de Protección, la Registraduría Nacional del Estado Civil y el Consejo Superior de la Judicatura en las categorías previstas en el artículo 65 del presente decreto.

*Capacidad Residual o K de Contratación* es la aptitud de un oferente para cumplir oportuna y cabalmente con el objeto de un contrato de obra, sin que sus otros compromisos contractuales afecten su habilidad de cumplir con el contrato que está en proceso de selección.

*Catálogo para Acuerdos Marco de Precios* es la ficha que contiene: (a) la lista de bienes y/o servicios; (b) las condiciones de su contratación que están amparadas por un Acuerdo Marco de Precios; y (c) la lista de los contratistas que son parte del Acuerdo Marco de Precios.

*Clasificador de Bienes y Servicios* es el sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos y servicios, conocido por las siglas UNSPSC.

*Colombia Compra Eficiente* es la Agencia Nacional de Contratación Pública creada por medio del Decreto-ley número 4170 de 2011.

*Cronograma* es el documento en el cual la Entidad Estatal establece las fechas, horas y plazos para las actividades propias del Proceso de Contratación y el lugar en el que estas deben llevarse a cabo.

*Documentos del Proceso* son: (a) los estudios y documentos previos; (b) el aviso de convocatoria; (c) los pliegos de condiciones o la invitación; (d) las Adendas; (e) la oferta; (f) el informe de evaluación; (g) el contrato; y cualquier otro documento expedido por la Entidad Estatal durante el Proceso de Contratación.

*Entidad Estatal* es cada una de las entidades: (a) a las que se refiere el artículo 2° de la Ley 80 de 1993; (b) a las que se refieren los artículos 10, 14 y 24 de la Ley 1150 de 2007 y (c) aquellas entidades que por disposición de la ley deban aplicar la Ley 80 de 1993 y la Ley 1150 de 2007, o las normas que las modifiquen, aclaren, adicionen o sustituyan.

*Etapas del Contrato* son las fases en las que se divide la ejecución del contrato, teniendo en cuenta las actividades propias de cada una de ellas las cuales pueden ser utilizadas por la Entidad Estatal para estructurar las garantías del contrato.

*Grandes Superficies* son los establecimientos de comercio que venden bienes de consumo masivo al detal y tienen las condiciones financieras definidas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

*Lance* es cada una de las posturas que hacen los oferentes en el marco de una subasta.

*Margen Mínimo* es el valor mínimo en el cual el oferente en una subasta inversa debe reducir el valor del Lance o en una subasta de enajenación debe incrementar el valor del Lance, el cual puede ser expresado en dinero o en un porcentaje del precio de inicio de la subasta.

*Mipyme* es la micro, pequeña y mediana empresa medida de acuerdo con la ley vigente aplicable.

*Período Contractual* es cada una de las fracciones temporales en las que se divide la ejecución del contrato, las cuales pueden ser utilizadas por la Entidad Estatal para estructurar las garantías del contrato.

*Plan Anual de Adquisiciones* es el plan general de compras al que se refiere el artículo 74 de la Ley 1474 de 2011 y el plan de compras al que se refiere la Ley Anual de Presupuesto. Es un instrumento de planeación contractual que las Entidades Estatales deben diligenciar, publicar y actualizar en los términos del presente decreto.

*Proceso de Contratación* es el conjunto de actos y actividades, y su secuencia, adelantadas por la Entidad Estatal desde la planeación hasta el vencimiento de las garantías de calidad,

estabilidad y mantenimiento, o las condiciones de disposición final o recuperación ambiental de las obras o bienes o el vencimiento del plazo, lo que ocurra más tarde.

*Riesgo* es un evento que puede generar efectos adversos y de distinta magnitud en el logro de los objetivos del Proceso de Contratación o en la ejecución de un Contrato.

*RUP* es el registro único de proponentes que llevan las cámaras de comercio y en el cual los interesados en participar en Procesos de Contratación deben estar inscritos.

*Servicios Nacionales* son los servicios prestados por personas naturales colombianas o residentes en Colombia o por personas jurídicas constituidas de conformidad con la legislación colombiana.

*Secop* es el Sistema Electrónico para la Contratación Pública al que se refiere el artículo 3 de la Ley 1150 de 2007.

#### Resolución 668 de 2016

Diario Oficial No. 49.859 de 29 de abril de 2016

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (Asociación ambiental y sociedad, 2016)

Por la cual se reglamenta el uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones.

El Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en ejercicio de sus funciones legales en especial las establecidas en los numerales 10 y 14 del artículo 5° de la Ley 99 de 1993 y en desarrollo de lo dispuesto en la Ley 1753 de 2015 - Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, y Considerando:

Que conforme al artículo 8° de la Constitución Política es deber del Estado y de los particulares proteger las riquezas naturales de la nación.

Que los artículos 79 y 80 de la Constitución Política consagran el derecho colectivo a gozar de un ambiente sano y el deber del Estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente, planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales a fin de garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución y prevenir los factores de deterioro ambiental.

Que conforme a los literales a), j) y l) del artículo 8° del Decreto-ley 2811 de 1974, son factores que deterioran el ambiente, la contaminación de las aguas, el suelo y los demás recursos naturales renovables, la acumulación inadecuada de residuos y la alteración perjudicial o antiestética de paisajes naturales.

Que los numerales 10 y 14 del artículo 5° de la Ley 99 de 1993 establecen como funciones del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, respectivamente: definir y regular los instrumentos administrativos y mecanismos necesarios para la prevención y el control de los factores de deterioro ambiental, determinar los criterios de evaluación, seguimiento y manejo ambiental de las actividades económicas; y determinar las normas ambientales mínimas y las regulaciones de carácter general sobre medio ambiente a las que deberán sujetarse los centros urbanos y asentamientos humanos y en general todo servicio o actividad que pueda generar directa o indirectamente daños ambientales.

Que la Política para la Gestión Integral de Residuos expedida en 1998 por el Ministerio del Medio Ambiente, establece entre sus principios la Gestión Integral de Residuos (GIRS) que contempla las siguientes etapas jerárquicamente definidas: reducción en el origen; aprovechamiento y valorización; tratamiento y transformación y disposición final controlada.

Que conforme al numeral 3.2.1 de la Política anterior es un objetivo específico minimizar la cantidad de residuos que se generan, y de acuerdo al numeral 4.1 es una estrategia para su logro desarrollar los programas de minimización de residuos en su origen.

Que la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible establece como objetivo principal “Orientar el cambio de los patrones de producción y consumo de la sociedad colombiana hacia la sostenibilidad ambiental, contribuyendo a la competitividad de las empresas y al bienestar de la población”, para lo cual definió una serie de estrategias y líneas de acción, entre las cuales se destaca, el fortalecimiento de la regulación con énfasis en el establecimiento de obligaciones dirigidas a la regulación del uso y la restricción de materiales y productos.

Que según las Bases de la Ley 1753 de 2015 - Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, el crecimiento verde [1] es un enfoque que propende por un desarrollo sostenible que garantice el bienestar económico y social de la población en el largo plazo, asegurando que la base de los recursos provean los bienes y servicios ecosistémicos que el país necesita y el ambiente natural sea capaz de recuperarse ante los impactos de las actividades productivas.

Que adicionalmente en las bases mencionadas, se indica en materia de “Reducción de consumo y posconsumo” que se buscará disminuir la generación de residuos y aumentar las tasas de reciclaje y valorización, a partir de un ejercicio de articulación de las Políticas de Producción y Consumo Sostenible y de Gestión Integral de Residuos, que llevará a implementar las siguientes acciones:

1. Ejecución de programas orientados a modificar los patrones de producción y consumo hacia la sostenibilidad.
2. Implementación de programas para promover el consumo responsable.

Que la distribución incontrolada de bolsas plásticas en los puntos de pago de Almacenes de Cadena, Grandes Superficies Comerciales, Superetes de Cadena y Farmacias de Cadena, y el uso inadecuado de las mismas por parte de los consumidores, genera factores de deterioro ambiental destacándose los siguientes:

1. Debido a su estructura química, la descomposición de bolsas plásticas puede tardar centenares de años[2], además, gran cantidad de bolsas plásticas son dispuestas inadecuadamente, generando contaminación de agua, suelo, flora y fauna (los animales acuáticos las confunden con alimento que al ser ingeridos producen su muerte).
2. Problemas en la operación de los rellenos sanitarios debido a que son materiales difíciles de tratar y estabilizar geotécnicamente.
3. Impacto paisajístico cuando son abandonados a cielo abierto.

Que conforme a estudios de cuantificación y caracterización de los materiales potencialmente reciclables presentes en los residuos sólidos de Bogotá, la mayor cantidad corresponde al Polietileno de Alta Densidad (PEAD), seguido por el Polietileno de Baja Densidad (PEBD) y PET (polyethylene terephthalate) utilizados en la fabricación de productos de corta vida útil, como las bolsas plásticas y las botellas[3].

Que conforme al Análisis de Impacto Normativo desarrollado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en coordinación con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el año 2015, se evidenció que aproximadamente el 30% de los residuos sólidos municipales corresponden a envases y empaques, siendo pertinente que el Ministerio adopte determinaciones en la materia.

Que el Ministerio de Industria y Comercio así como la Superintendencia de Industria y Comercio (radicado número 16-106914-2 del 27 de abril de 2016) rindieron los correspondientes conceptos.

Que en este contexto, se requiere crear el Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas, como un instrumento orientado a minimizar la cantidad de residuos de bolsas plásticas que se generan, establecer obligaciones dirigidas al uso racional de las bolsas plásticas, modificar los patrones de producción y consumo hacia la sostenibilidad además de estimular un adecuado comportamiento del consumidor, para proteger el medio ambiente y la salud

humana, y adoptar otras disposiciones.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

## CAPÍTULO I

Objeto, alcance y definiciones

Artículo 1°. Objeto y ámbito de aplicación. Establecer a cargo de los distribuidores de bolsas plásticas a que se refiere esta norma, la obligación de formular, implementar y mantener actualizado un Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas, distribuidas en los puntos de pago en todo el territorio nacional.

Para efectos de lo dispuesto en la presente resolución, entiéndase por distribuidor los almacenes de cadena, grandes superficies comerciales, superetes de cadena y farmacias de cadena que en ejercicio de su actividad comercial distribuyan bolsas plásticas en los puntos de pago.

Artículo 2°. Definiciones. Para efectos de la aplicación de la presente resolución, se adoptan las siguientes definiciones:

Almacenes de cadena: Establecimiento de comercio de área mayor a 400 m<sup>2</sup> localizados en un recinto cerrado, que cuentan con dos (2) o más sucursales y en donde se comercializan productos al detal.

Bolsas biodegradables: Bolsas fabricadas con materiales que permiten la transformación,

principalmente en materia orgánica, agua y dióxido de carbono, del total del material en que están fabricadas, por la acción de microorganismos tales como bacterias, hongos y algas, en un plazo máximo de seis (6) meses, que facilite el desarrollo de procesos de estabilización de la materia orgánica, en conjunto con otros residuos biodegradables.

**Bolsa plástica prescindible:** Bolsa plástica distribuida en puntos de pago para transportar productos o mercancías y que cumple con alguna de las siguientes condiciones:

a) Bolsas plásticas cuya área sea inferior a 30 cm x 30 cm, o b) Bolsas plásticas cuyo calibre sea inferior a 0.9 milésimas de pulgada o que el calibre de la bolsa no sea suficiente para atender la capacidad de carga indicada en la bolsa.

**Bolsas plásticas:** Bolsas distribuidas en los puntos de pago, utilizadas para transportar mercancías y que estén fabricadas a partir de resinas plásticas, como componente estructural principal de la bolsa.

**Bolsas reciclables:** Bolsas fabricadas con materiales que pueden separarse de la corriente de residuos, recolectarse, procesarse y reincorporarse como materias primas o productos.

**Bolsas reutilizables:** Bolsas cuyas características técnicas y mecánicas permiten ser usadas varias veces, sin que para ello requieran procesos de transformación.

**Consumidor:** Persona que al momento de pagar por los productos adquiridos, recibe bolsas plásticas en los puntos de pago para el empaque y transporte de mercancías.

**Farmacias de cadena:** Establecimientos comerciales que venden al detal principalmente

medicamentos para el consumo humano, localizados en un recinto cerrado y que cuentan con dos (2) o más sucursales.

Grandes superficies comerciales: Establecimientos comerciales de área mayor a 400 m<sup>2</sup> localizados en un recinto cerrado, en donde se comercializan productos al detal.

Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas: Instrumento de gestión que contiene los objetivos, indicadores, metas, lineamientos y estrategias en materia de prevención, reutilización, reciclaje, comunicación, sensibilización y capacitación en cuanto al consumo de bolsas plásticas distribuidas en los puntos de pago.

Superetes de cadena: Establecimientos comerciales que venden diferentes productos en sistema de autoservicio, y cuentan con un área entre los 50 m<sup>2</sup> y los 400 m<sup>2</sup>, localizados en un recinto cerrado que cuentan con dos (2) o más sucursales.

## Capítulo II

### Programas de uso racional de bolsas plásticas

Artículo 3°. Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas. Los distribuidores de bolsas plásticas, deberán formular, implementar y mantener actualizado el Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas y presentar anualmente un informe de avance sobre su cumplimiento.

Parágrafo. Para la formulación e implementación del Programa, los distribuidores podrán tener en cuenta la guía contenida en el anexo técnico que forma parte integral de la presente

resolución.

Artículo 4°. Informes de avance. Los informes de avance anual contendrán como mínimo los logros del Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas, medidos en términos de los indicadores a que se refiere el artículo 9° mediante el cual se demuestre el cumplimiento de las metas y la descripción de las estrategias desarrolladas para su implementación.

Artículo 5°. Presentación del Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas y del informe de avance. Para efectos del seguimiento, los distribuidores presentarán el Programa de Uso Racional de Bolsas Plásticas y su informe anual de avance del cumplimiento de las metas establecidas en la presente resolución a la autoridad ambiental competente, a través de la Ventanilla Integral de Trámites Ambientales en Línea (Vital) en el formato único nacional creado para dicho efecto.

## **Metodología**

## **Epistemología**

La fibra de calceta de plátano, cuya utilización es totalmente diferente a la calceta de plátano dividida en cintas, fue descubierta en la década del ochenta por una artesana del Huila, quien desfibró la corteza del tallo de la platanera, hilándola y tejiéndola en un telar de la misma forma del fique.

El resultado fue el origen de una nueva materia prima con la cual se realizan actualmente los mismos productos que tradicionalmente se realizan con el fique; así mismo en Obando

inspección del municipio de San Agustín, departamento del Huila viven una gran cantidad de mujeres que tienen como oficio principal la tejeduría y el hilado en fique y fibra de plátano.

Heredaron la tradición del tejido en las técnicas de telar de marco y crochet, transmitiéndola luego a sus hijas. Comparten su actividad artesanal con los oficios de la casa, la producción de panela y la agricultura.

La región es cuna del manejo de la fibra de fique y pionera en el desarrollo del 'tejido en fino', caracterizado por efectuarse con las fibras sin hilar, unidas en sus extremos por diminutos nudos para formar un hilo continuo, de uno, dos, tres o cuatro hebras.

El 'tejido grueso' se trabaja con fibras hiladas a manera de finas cabuyas. Entre los productos que se elaboran en fibra de plátano se destacan los individuales, bolsos, chalecos y carpetas. (Artesanías de Colombia S.A, 2020)

### **Tipo de investigación**

El marco metodológico por el cual se desarrolló el proceso de la viabilidad de las bolsas a base de calceta de plátano es enfocado a la investigación descriptiva. La finalidad del mismo consiste en describir las situaciones, costumbres y actitudes que surgen sobre las actividades, objetos, procesos y personas. De esta manera no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables como resultado argumenta los datos sobre una hipótesis o teoría con la finalidad de conseguir significativos conocimientos (Meyer., 2006). Por consiguiente, este método de investigación permitirá obtener óptimas herramientas descriptivas que permitirán contrastar los datos obtenidos por lo que será la base fundamental para soportar la propuesta o alternativa de solución.

## **Enfoque de la investigación**

El presente trabajo se emplea el método mixto porque viabiliza la recolección y análisis de los datos descriptivos complementándose con la información suministrada por las encuestas; De esta manera este método estructura el trabajo permitiendo tener un análisis crítico sobre la situación estudiada del cual nos ejercen datos tanto cualitativos como cuantitativos, Así mismo Roberto Hernández Sampiere en su definición de metodología mixta describe, “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Sampiere, 2010)

Por tal motivo se afirma que el método mixto logra tener una mayor eficacia en su proceso de investigación adoptando las necesidades del investigador con mayor flexibilidad y claridad en el proceso investigativo no obstante el método mixto comprueba la hipótesis desde diferentes variables por lo cual ejecuta un proceso de reflexión y generador de conocimientos.

“Una manera de pensar a través de los métodos mixtos aspira a entender mejor la complejidad de los fenómenos sociales y de manera intencional incluir diversas formas de pensamiento, valoración y de manera respetuosa conectar las diferencias, para ser presentado a otros modelos mentales de investigadores del mundo social” (Universidad de Valladolid , s.f.)

## **Muestra**

Distribuidores mayoristas de plástico, distribuidores mayoristas y minoristas de papelería y misceláneas.

*Tabla 1 Diferente establecimiento de negocio.*

---

Papelería	Comuna centro	<b>Mayorista</b>
Papelería	Fexticolor centro	<b>Mayorista</b>
Papelería	Distribuidora el saludo	<b>Mayorista</b>
Papelería	Alba calle 60	<b>Mayorista</b>
Papelería	Feria Escolar calle 60	<b>Mayorista</b>
Papelería	Distribuidora la 28 kra 4ª bis 28ª- 20	<b>Mayorista</b>
Papelería	Variedades y accesorios Aries carrera 14 #142- 79 salado	<b>Minorista</b>
Papelería	A-Z mnz 4 casa 13 jordan	<b>Minorista</b>
Miscelánea	Bodega encanto centro	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Boutique peluche	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Topiz tienda de regalo cra 4 -12 centro	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Todo y todo plaza del saludo	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Kiti calle 16 #1-46 centro	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Niñolandia calle 14 #1-32	<b>Mayorista</b>
Miscelánea y papelería	Gomez calle 14 #1-32	<b>Mayorista</b>
Miscelánea	Valeria casitena plaza saludo	<b>Minorista</b>
Miscelánea	Mi juguetería calle 145 carrera 8k local 1	<b>Minorista</b>
Miscelánea y papelería	Destalles Cristy cra 14 #143-40	<b>Minorista</b>
Miscelánea	Multy detalles danny jordan	<b>Minorista</b>
Distribuidor de plástico	Centro 2-48	<b>Mayorista</b>
Distribuidor de plástico	Plasticos Ibague centro	<b>Mayorista</b>
Distribuidor de plástico	Mundo icopor #2-25 centro	<b>Mayorista</b>
Distribuidor de plástico	Esticplas Cra 1a #16-21	<b>Mayorista</b>

---

Distribuidor de plástico	Ediplas carrera 1ª #16-47	<b>Mayorista</b>
Distribuidor de plástico	Desechables plásticos calle 28ª crr a 4 bis	<b>Mayorista</b>
Distribuidor de plástico	Plasty Borja Cra 1 #15 15-95	<b>Mayorista</b>

### **Técnicas de recolección**

Las técnicas de recolección de datos es el elemento que permite visualizar el procedimiento y actividades que dan acceso al tratamiento de la información clave para el logro del objetivo de la investigación Augusto Terán en su artículo de metodología lo define como: El método representa el camino a seguir en la investigación, las técnicas constituyen la manera cómo transitar por esa vía, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar esta senda. (Terán, 2020)

Enfocando en esta definición dada por Augusto Teran definimos la técnica se constituye el camino guía de la información requerida por lo que da respuesta al problema planteado; por lo tanto la técnica a utilizar para la implementación del plan de marketing de las bolsas de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas por ende la técnica a utilizar es la encuesta debido que nos permite conocer de manera cualitativa el impacto en el mercado Ibaguereño y de manera cuantitativa la cantidad de personas quienes posiblemente fueran a adquirir el producto.

### **Instrumentos**

Los instrumentos permiten unificar los elementos necesarios de todo el contenido del trabajo de grado para su análisis y aprobación así mismo evalúa aspectos relativos a la claridad conceptual, capacidad argumentativa y el logro del objetivo a donde se desea alcanzar, por lo tanto el presente trabajo se realizó en base de investigaciones de trabajo de grado, fuentes secundarias,

revistas, periódicos y el análisis dofa del cual permitió visualizar las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades que puede tener la bolsa a base de calceta de plátano en el mercado Ibaguereño de las distribuidoras de plástico, papelerías y misceláneas.

## **Desarrollo metodológico**

El siguiente desarrollo metodológico tiene como finalidad identificar la viabilidad de las bolsas de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas en Ibagué por medio de un plan de marketing para ello se seleccionó un proveedor que ofreciera bolsas elaboradas a partir de la calceta de plátano de alta calidad, resistentes e innovadoras por la cual sea atractiva y genere un impacto a los Ibaguereños, porque en Colombia se está una problemática por el consumo masivo de bolsas plástica y estas mismas generan una solución para disminuir dicho consumo debido a que ofrecer los mismos componentes de la bolsa plástica referente al empaque, tamaños y presentación.

Por tal motivo la investigación se hace necesaria por la necesidad de ofrecer soluciones ambientales y que éstas mismas generen rentabilidad económica, así mismo la bolsa de calceta de plátano por ser un material de materia prima y que se produce en todas las regiones de Colombia; su producción es económica y quienes la fabrican son la generación de la familia Artesanas en Colombia por lo tanto se apoya a la comunidad Artesana generando desarrollo sostenible.

## **Estudio de Mercado**

### **El producto**

La bolsa de fibra de plátano proviene del pseudo tallo de la planta del cual es conocido también como calceta de plátano los cultivadores lo desprenden para conseguir un rápido crecimiento de la misma, el proceso se repite cada 2 meses realizando un corte diagonal estando a un metro del suelo para asegurar que el “puyón”(planta hijo) se beneficie de los nutrientes de la madre y evitar que ésta se pudra; una vez cortado la calceta pasa por un proceso de limpieza, secado, escurrimiento y deshoje, despunte, laminado y planchado con la finalidad de separar la carnaza (Capa interna de la calceta que es más delgada y rugosa) y de allí se desprende por fibras que después son utilizado para elaborar sin fin de productos.

Así mismo para el proceso de producción es el siguiente: se selecciona el tamaño de las fibras a utilizar según el producto o la necesidad, después el artesano utiliza el método de trenzado que puede ser en trama, ligamiento, tafetán y sarga, una vez obtenido el trenzado pasa al proceso de bordeado para brindar mayor resistencia y calidad a la bolsa así mismo se utiliza piezas de cartón en su fondo para su durabilidad respecto a objetos pesados, una vez terminado el producto se agregan accesorios a deseos o peticiones del mercado para luego ser distribuido y comercializado.

La bolsa puede ser utilizado para cargar objetos no mayores a 2 kilos sin embargo el aspecto de la bolsa lo convierte en un producto ideal para ser utilizado como bolsa de regalo o empaque especial por su diseño innovador además se distingue ante su competencia por ser un material biodegradable

*Ilustración 4 Bolsa de calceta de plátano*



*Ilustración 3 Diseños de las bolsas de calceta de plátano*



(Mercado libre), (Idamary, 2009)

### **Estructura del Mercado**

Las bolsas de calceta de plátano se clasifican en el mercado como Oligopolio, según Roldan Paula Nicol en su página web de Ecomipedia (Westreicher) nos define la Oligopolio como “una estructura de mercado en donde existen pocos competidores relevantes y cada uno de ellos tiene cierta capacidad de influir en el precio y cantidad de equilibrio” Por lo tanto Artesanías de Colombia y artesanos independientes han comenzado con la elaboración de bolsas elaboradas a partir de la calceta de plátano sin embargo estas mismas se distinguen en su forma de producción

y elaboración; de otra manera los precios del mismo varía según el diseño por lo tanto los productores pueden influir sobre el precio y cantidad de mercado.

Los beneficios del mercado Oligopolio en las bolsas calcetas de plátano se debe al acuerdo anticompetitivo que ofrece el gremio de Artesanías de Colombia del cual unifica a los artesanos y el mercado existente en Colombia para ofrecer equilibrio, justicia y emprendimiento a los grandes y pequeños artesanos, también es conocido como acuerdo de colusión porque se acuerdan el nivel de precio o cantidad de modo que maximizan sus utilidades conjuntas. (Roldán, s.f.)

### **Definición del producto**

La fibra de plátano es material resistente para ser utilizado en la elaboración de infinidad de productos sin embargo para su producción varia del procedimiento, cultivo y ambiente por lo que tiende a ser irregular y absorberte al agua por lo tanto es frágil y se daña con facilidad; de otra manera investigaciones realizadas por Martha Elena Monroy estudio la calidad del mismo sometiendo la calceta de plátano a mezclas químicas y procedimiento de secado con horno, una vez secado los hilos mezclo con poliester que es un tipo de polímero o plástico inyectado en estado líquido y que se solidifica con otra sustancia para finalmente conseguir que la calceta de plátano termine con una resistencia dura gracias a la combinación del material sintético con la fibra material.

Por tal motivo se concluye que las bolsas de calceta de plátano tienes 33,3% resistencia a la humedad, 32,43% a la humedad del aire y 6,84% al calor, no obstante, la mezcla de la inyección

de poliéster con la fibra natural consiguió 68,07% de resistencia frente a las no procesadas.

(SERNA, 2013)

Así mismo la variación de su diseño permite ser una bolsa funcional para todo tipo de empaque y apta para su reutilización por su uso ligero.

*Ilustración 5 Ficha técnica de la bolsa de calceta de plátano*

	<b>FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO</b>		Programa administración de empresas
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Bolsas biodegradable de calceta de platano		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Bolsa biodegradable elaborada en calceta de platano hecha a mano por artesanas del eje cafetero enchapada en su interior en calceta manija en lazo guasca color natural		
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Artesanos asociados a la agremiación artesanias de Colombia S.A de toda Colombia		
<b>COMPOSICIÓN</b>	Resistencia en peso	2KG	
	Resistencia a la humedad	33,3%	
	Resistencia a la humedad del aire	32,40%	
	Resistencia al calor	6,84%	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN CONSIDERACIONES PARA EL ALMACENAMIENTO</b>	Medio ambiente	Temperatura al medio ambiente	
	No almacenar en superficies de temperatura baja		

## **Aspectos del producto**

Las bolsas de calceta de plátano son elaboradas a partir de un material compuesto por la materia prima del pseudo tallo del plátano combinado con matriz de poliéster para finalmente obtener una bolsa de alta duración y calidad por tal motivo su principal beneficio es la reducción de la contaminación durante el proceso de producción y degradación así mismo pueden ser desechadas después de aproximadamente en un año donde comienza su proceso de degradación logrando su influencia en el medio ambiente puesto microorganismos como hongos o bacterias se alimentan del material de la bolsa convirtiéndolo en agua, biomasa (humus), sales minerales y dióxido de carbono apto para la circulación atmosférica.

De otra manera la bolsa se fabrica en distintos tamaños según la necesidad y petición del cliente, sin embargo usualmente se encuentran en el mercado en tamaño grande, mediano y pequeño estas mismas incluyen diferentes diseños y accesorios como trenzas, pintura en acuarela, imágenes 3D y ventana de reflejo para proporcionar innovación, creatividad e identificación por lo tanto puede ser utilizada en los diferentes sectores del mercado donde comercializan sus productos como medio de reemplazo de las bolsas de plástico.

## **El cliente**

Según el informe realizado por la página web Ibagué como vamos nos demuestra que la tasa poblacional actual en Ibagué es de 541.101 el equivalente a 0,94% personas así mismo se estima para los siguientes años un incremento poblacional de 0,23% con una dependencia económica del 45,1% en Ibagué y 48,8% en Colombia por lo tanto el consumo de bolsas por persona según los datos relevados por la WWF y el ministerio de ambiente, un Colombiano usa seis bolsas

semanales, 24 al mes, 288 al año estimando un total de 3.246.606 de bolsas semanales por Ibaguereño. (Ibague, como vamos, 2020)

Por consiguiente, las bolsas de calceta de plátano apuntan el mercado de los distribuidores de bolsas y plástico teniendo en cuenta que es el mercado encargado de hacer la distribuciones a la capital Ibaguereña ( )

### **El perfil del consumidor**

Los clientes que obtengan la bolsa de calceta de plátano buscan que satisfaga la necesidad de comodidad e higiene debido a que es un artículo donde brinda facilidad para cargar objetos, para empaques de productos, organizador y demás; así mismo en el perfil psicográfico apunta al consumidor ecológico “El consumidor ecológico es un comprador consciente y sensible de las repercusiones que sus hábitos de consumo imponen sobre el desarrollo sostenible de la región en donde vive. Valora la calidad de vida en términos del respeto al medio ambiente, la utilización responsable de los recursos naturales, el cuidado de su salud y el bienestar general de su comunidad. Reconoce que esta actitud ante la vida puede tener costos económicos adicionales y está dispuesto a afrontarlo” (Tebar, 2016)

### **Segmentación del mercado**

Kotler keller plantea que la segmentación de mercados consiste en grupo de clientes que comparten un conjunto similar de necesidades y deseos. La tarea del especialista en marketing consiste en identificar el número adecuado y la naturaleza de los segmentos que conforman el mercado para decidir a cuáles se dirigirá.

Así mismo para la identificación de los posibles consumidores se realizó la siguiente tabla.

---

Región geográfica	Sur, Centro y norte de Ibague
Tamaño de la ciudad	1.439 km <sup>2</sup>
Densidad	Urbana
Clima	Del norte, Del sur
Edad demográfica	Mayor de 8, 64 +
Tamaño de la familia	1-2-3-4-5 +
Ciclo de vida de la familia	Joven, soltero; con hijos, casados, casado, hijo más pequeño menor de 6 años.
Genero	Hombre, Mujer
Ingreso	Menos de 100.000- 1.00.000 +
Ocupación	Vendedor
Educación	Básica o menos
Religión	No aplica
Raza	No aplica
Generación	Milenarios, generación (Y), ambientalistas
Nacionalidad	Colombiano
Clase social	Baja alta, Clase trabajadora, clase media +
Personalidad	Detallista, cuidadosa, observadora, ambiciosa
Ocasiones conductuales	Ocasiones especiales
Estatus de cliente	Usuario por primera vez
Frecuencia de uso	Usuario esporádico
Estatus de lealtad	Ninguna

---

---

Estado de disposición	Consciente
Actitud hacia el producto	Entusiasta

---

*Tabla 2 segmentación cliente. autoría propia*

### **Artesanías de Colombia S.A.**

Artesanías de Colombia S.A. es una sociedad de economía mixta del orden nacional, constituida por Escritura Pública Número 1998 de 1964, otorgada por la Notaría Novena del Círculo de Bogotá, D.C, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y capital propio.

Contribuye al progreso del sector artesanal mediante el mejoramiento tecnológico, la investigación, el desarrollo de productos y la capacitación del recurso humano, impulsando la comercialización de artesanías colombianas.

### **Misión**

Liderar y contribuir al mejoramiento integral de la actividad artesanal mediante el rescate y la preservación de los oficios y la tradición, promoviendo la competitividad apoyando la investigación, el desarrollo de productos, la transferencia de metodologías, el mercadeo y la comercialización; todo en un contexto de descentralización y desarrollo de capacidades locales y regionales, de manera que asegure la sostenibilidad de la actividad artesanal y el bienestar de los artesanos

Liderar y contribuir al mejoramiento integral de la actividad artesanal mediante el rescate y la preservación de los oficios y la tradición, promoviendo la competitividad apoyando la investigación, el desarrollo de productos, la transferencia de metodologías, el mercadeo y la comercialización; todo en un contexto de descentralización y desarrollo de capacidades locales y regionales, de manera que asegure la sostenibilidad de la actividad artesanal y el bienestar de los artesanos.

## **Visión**

Artesanías de Colombia en el 2022, será la entidad que lidere el fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal, contribuyendo al desarrollo local y regional y a la preservación de los oficios y la tradición, con presencia en todo el país.

Permite conocer la competitividad de la empresa así mismo como sus fortalezas y debilidades. Las bolsas de fibra de plátano realizada por la empresa Artesanías de Colombia y Agro arte corporación compiten en el mercado por su innovación y sostenibilidad ambiental por lo tanto las variables de marketing a tener en cuenta son la distribución, el precio, el servicio, la promoción y la comunicación

## **Análisis interno**

### **Productos y servicios**

Artesanías de Colombia es una empresa que se ha modernizado en comercializar sus productos a nivel nacional e internacional distinguiendo por su capacidad productiva, calidad, diseño y precios competitivos por lo cual se diferencia en áreas como: tradicional,

contemporánea, indígena y de diseño, sin embargo los cambios de consumo en la sociedad y los productos industriales han limitado el uso de las artesanías tradicionales por lo que los artesanos se han visto en la obligación de mejorar sus procesos dando espacio a mercados abiertos, uso de nuevas tecnologías y la realización de sus productos según la demanda.

Así mismo sus productos se caracterizan por ser manufacturados por distintas comunidades étnicas con un alto contenido cultural por lo que sus diseños son exclusivos ante la competencia y buscan la mejoran por medio de los Laboratorios Colombianos de diseño de Bogotá, Pasto y Armenia donde logran detectar las falencias en diseño, memorias de oficio y diagnóstico del producto y su proceso producto ocasionando la mejora de los mismo desarrollando una nueva línea de productos así mismo como la optimización de la producción y el uso de materias primas.

El objetivo general de estos Laboratorios es proyectar y ejecutar planes de desarrollo para el avance del diseño aplicado a la artesanía, en consideración a las necesidades de la población productiva artesanal y a las de los diferentes proyectos de la Empresa.

Los siguientes son otros de los servicios:

- Asesoría en Comercio Exterior
- Consolidación y acopio de las diferentes líneas de productos: Empacamos y consolidamos todos los productos de las diferentes líneas procedentes de todas las regiones artesanales del país.
- Control de calidad Llevamos y aseguramos un estricto control de calidad de los productos, ejercido desde el proceso productivo hasta el recibo de la mercancía por el cliente.

- Empaque, embalaje y salvaguarda de la mercancía: Aplicamos un proceso de empaque técnico que garantiza la protección total del producto, de acuerdo a las exigencias del cliente y ceñido a normas internacionales.
- Coordinación de tiempos de entrega: Establecemos los tiempos de entrega de la mercancía de acuerdo a los plazos fijados y acordados entre Artesanías de Colombia s.A. y el cliente.
- Trámites integrales de exportación: Artesanías de Colombia S.A. diligencia y tramita los documentos necesarios para la exportación, incluido el Certificado de Origen para aquellos países que lo requieren, con el fin de acceder a las preferencias arancelarias del país de destino.

## **Distribución**

Artesanías de Colombia comercializa sus productos a nivel nacional e internacional por medio del corretaje lo cual es un contratista o intermediario obtenido a través del área de mercadeo donde realiza contacto con el cliente y establece los pedidos para una vez ser despachados directamente al cliente un 10% de comisión al contratista por la venta

Así mismo ofrece el servicio de facturación y despacho de mercancías para la exportación a eventos feriales o a artesanos proveedores, obteniendo acuerdo de entrega, pago y envío del producto facilitando la comunicación entre el cliente y el artesano que no cuenta con las herramientas para vender cobrando una tarifa por el servicio de facturación y despacho únicamente al cliente comprador

## **Comunicación**

La agremiación de artesanos se ha extendido gracias a la tienda virtual, catálogo en línea y tiendas presenciales lo cual le ha permitido fortalecer la economía y abrir nuevos espacios para

dar a conocer los distintos productos; Del mismo modo la realización de los talleres de demostración de oficio a permitido a los artesanos a exhibir sus talentos y sus productos, igualmente cuentan con programas como: Asesorías puntuales, atención a víctimas, joyería, moda, propiedad intelectual, sello intelectual y unidad de formación que les permite fortalecer sus ventas y estrategias de marketing

De otra manera sus productos se identifican en los eventos feriales puesto que es una oportunidad para darse a conocer al público y distinción ante el mercado, así mismo les permite conocer las críticas de los clientes, llegar a clientes potenciales, conocer su competencia y las tendencias del mercado.

## **Precios**

Los artículos de Artesanías Colombia se han visto afectado por la falta de reconocimiento en sus productos y la obra de mano barata esto se debe a la desesperación de los artesanos en conseguir sus recursos por lo cual los ingresos son escasos y no alcanza en su mayoría a cubrir los costos de materia prima; Por otro lado, los artesanos en su afán de participar en las ferias locales, toman los puntos de comercialización, entran en una guerra de precios entre artesanos por la necesidad de incrementar sus ventas, para poder solventar los costos. Esto conlleva a que al final del ejercicio aquellos artesanos que no pudieron entrar en una competencia sana de mercado se vean obligados a ceder o vender sus productos a precios irrisorios, en la búsqueda de salir de la mercancía en stock.

Aunque en la actualidad el manejo de una página web ha permitido dar prestigio en sus productos y localizar su nicho de mercado por lo que no solo sus ventas se ven reflejadas a nivel nacional sino también internacional con precios mayores a la competencia.

## **Competencia**

En la ciudad de Ibagué Artesanías de Colombia no registra una competencia directa debido a que los artesanos Ibaguereños también hacen parte del gremio del mismo, por lo tanto, no existe una competencia directa y el mercado es unificado, sin embargo los artesanos distribuyen sus productos en el centro de Ibagué localizado como “Plazoleta de los artesanos” ubicado por la calle 10 con carrera sexta haciendo posible la venta y distribución de sus productos a los Ibaguereños, sin embargo ha surgido la tendencia del uso de artículos artesanales por lo que se ha dispersado el mercado en Ibagué enfocándose principalmente a los jóvenes universitarios, sin embargo la mayoría de los productos comercializados son comprados al por mayor en el mercado industrial de acuerdo con lo que confirman los dueños de los establecimientos, es decir, que la producción de las artesanías no es a mano, sino que tienen un proceso en fábrica. (Arias Avila & Gonzalez Gaitan, 2017)

## **Estructura organizativa**

Está dirigida y administrada por la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva y la Gerente General, quien es su Representante Legal.

La Asamblea General de Accionistas se compone de los accionistas inscritos en el libro de Registro y Gravámenes de Acciones, o de sus representantes o mandatarios. Esta es presidida por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o por su delegado y, en su ausencia por cualquiera de los asistentes, decisión que es acordada por mayoría absoluta de votos.

Tabla 3, Organigrama Artesanías de Colombia



(Artesanías de Colombia S.A., 2020)

## Estrategia comercial

A partir del 2014 la estrategia comercial se ha enfocado en el aumento de cobertura geográfica a nivel nacional por medio de la descentralización de la oferta de servicios, el desarrollo de capacidades locales y regionales y el conocimiento regional de las actividades artesanales en Colombia.

Para la realización de los sistemas de información se ejecutó el desarrollo de laboratorios de diseño e innovación donde se obtiene información sobre la localización de los artesanos y demás actores de la cadena, su composición demográfica, económica y productiva, uso y aprovechamiento de las materias primas, oficios y técnicas empleadas, entre otros; Del cual se consolidan entre el gobierno nacional y locales, la academia regional, el sector privado

empresarial, la sociedad civil y los artesanos, permitiendo incluir ofertas de servicio así mismo transmitir las metodologías y tecnologías a las regiones para su desarrollo y capacitación.

### **Análisis externo**

En Colombia la industria artesanal ha tenido mayor fuerza en los últimos años garantizando al país riqueza artesanal y como fuente de referente de originalidad e innovación en el mundo; representando el 15% de la ocupación en el sector manufacturero; De acuerdo con los datos de ProColombia del 2019 (Revista Dinero, 2016) la tejeduría representa el 57.52% como principal oficio seguido por la talla en madera del cual es del 13.38% y la cerámica 9.8% , no obstante la tradición artesanal es una prioridad para el país, asegura la gerente general de Artesanías de Colombia, Ana María Frías, quien asegura que “a través de sus piezas, los artesanos expresan tradiciones, creencias, pensamientos, valores y saberes, y de esta manera mantienen vivo el legado de sus ancestros”

Así mismo la actividad realizada por los artesanos el 56.11% se ejecuta en actividades realizadas en pequeños talleres con baja división social de trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental, como forma de comercialización el 82.38% de los artesanos no participa de ninguna forma organizativa, el 85.16% vende su producción en sus municipios de origen y sólo el 3.45% los comercializa en otras ciudades.

Debido a la tradición y la gran demanda que ha surgido en el sector de los artesanos se ha recibido más atención y se ha valorizado la mano de obra lo cual ha incrementado en un 15% de participación en el sector manufacturero beneficiando aproximadamente 350.000 colombianos del cual el 70% se dedican exclusivamente a la artesanía, así mismo beneficio las políticas de

empleo nacionales debido a la generación de empleo y sostenibilidad económica en los lugares vulnerables. En el campo, el trabajo artesanal es desarrollado principalmente por mujeres, mientras que en las ciudades la población artesanal ha experimentado un crecimiento diversificado siendo los pequeños productores con mayor demanda de producción debido a las vinculaciones de diseñadores industriales y artistas.

Actualmente el sector se ha beneficiado por la internalización y incursión de profesionales en el área que ha aportado al mejoramiento y agregación de valor en los productos por lo cual ha desarrollado capacidades empresariales, crecimiento social, cultural y de rentabilidad económica, sin embargo, están deben ajustarse a las políticas internacionales, manejo de la oferta y la demanda y el mercado internacional.

### **Mercado Nacional**

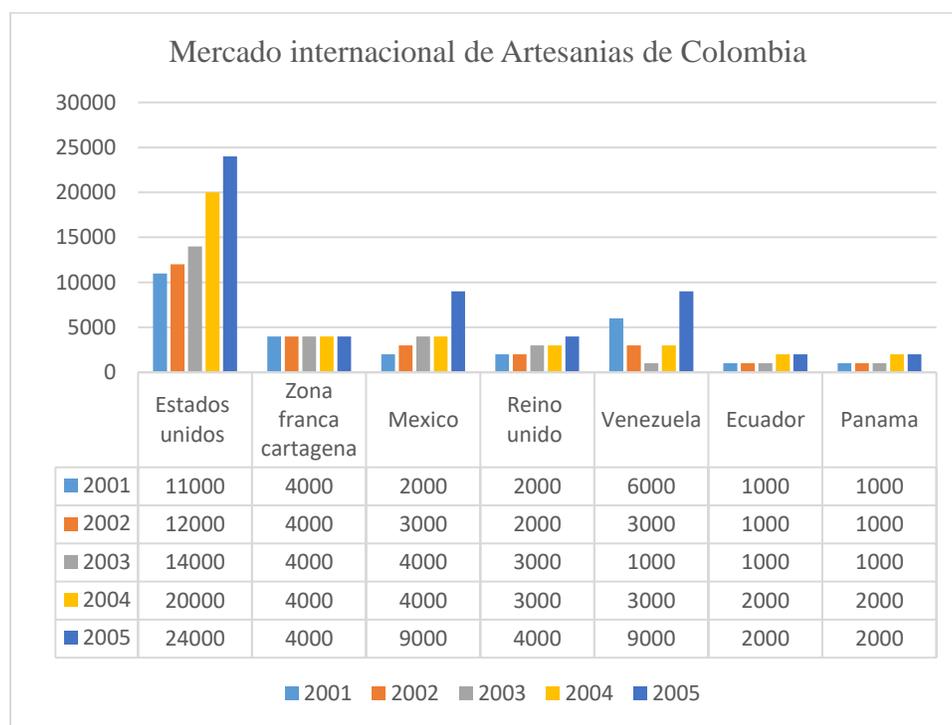
A nivel nacional la industria artesanal se ha logrado tecnificar en el mercado debido al consumo interno y a las políticas de proteccionismo que han influenciado para mantener la oferta y demanda del mercado popular sin embargo el surgimiento de nuevos mercados, tendencias e importaciones han amenaza el comercio de la artesanía obligando a innovador su forma de comercialización.

Por tal motivo el aporte de Artesanías de Colombia ha enriquecido y dado a conocer el producto con altos estándares de calidad, diseño e innovaciones que han hecho del producto un estatus elevado aún más en los más altos estratos. De igual manera, este nuevo "status" de la artesanía ha dignificado el esfuerzo y trabajo manual, incluso la capacidad adquisitiva de los artesanos donde han adquirido ingresos justos referentes a su trabajo; Así mismo ha fortalecido la Producción Artesanal con diseños exclusivos, desarrollo de productos y comercialización, la

estrategia de mercadeo ha sido la creación de alianzas entre los artesanos Colombianos, canales de comunicación entre productores de materias primas, comercializadores y relaciones con instituciones del sector público y privado, del orden local, regional, nacional

### **Mercado Internacional**

La necesidad de la búsqueda de nuevos mercados ha hecho de Artesanías de Colombia reinventar las formas de comercialización apuntando a los mercados internacionales del cual comienza a tener significativas oportunidades a nivel internacional la siguiente grafica nos muestra el índice de las ventas realizadas desde el 2001 hasta el 2005



*Tabla 4 Mercado internacional de Artesanías de Colombia*

Las exportaciones de Artesanías Colombianas en la siguiente grafica han demostrado su influencia e importancia en el mercado internacional principalmente con mayor fuerza en America Latina y principalmente en Estados Unidos sin embargo para el 2005 las exportaciones

en la zona Franja como en Venezuela aumentaron demostrando que es un mercado importante que no se puede demeritar y aprovechar con fuerza, debido que representa importantes soluciones para el desempleo, la desigualdad, la inequidad y el subdesarrollo económico.

Así mismo en el 2018 alcanzó un valor cercano a US\$3 millones de exportaciones realizadas en Artesanías de Colombia principalmente a Suramérica y Norteamérica, teniendo a Estados Unidos y Ecuador como los compradores más grandes, no obstante los departamentos exportadores fueron Bogotá, Risaralda, Valle del Cauca y Antioquia con una participación del 78%. (Procolombia, 2019)

Actualmente la exclusividad de los productos, tradición y cultura ha marcado en el comercio internacional, la rueda de negocios Procolombia del 2019 obtuvo en su feria alrededor de más de 30 compras realizadas en ocho países diferentes provenientes de Estados Unidos, Francia, España, Holanda, Japón, Brasil, Alemania y Aruba. (Procolombia, 2019)

Según un estudio de ProColombia se han detectado oportunidades para las artesanías colombianas en 25 países como Rusia, Nueva Zelanda, Australia, Suiza, Corea del Sur, Japón, Emiratos Árabes Unidos e Italia. (Procolombia, 2019)

De acuerdo con cifras de TradeMap (Procolombia, 2019) , el año pasado los principales consumidores mundiales de artesanías fueron Estados Unidos y Alemania. El primero importó más de US\$7.000 millones en artesanías, mientras que Alemania compró cerca de US\$2.500 millones. En ambos mercados, los productos con valor agregado y amigable con el medioambiente son muy apetecidos.

### DOFA

DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZA
	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="680 451 1308 776">1. Incursionar y posicionar la marca a nivel mundial aprovechando la política de comercio exterior que ofrece Mincomex-proexport del cual fortalece la exportación de productos no tradicionales</li><li data-bbox="680 816 1308 922">2. Profesionales y laboratorios que estudian la calidad y mejoramiento de los productos</li><li data-bbox="680 963 1308 1360">3. Desarrollo del sistema de información entre productores y administrativos lo cual permite realizar seguimiento e interacción con los artesanos, así mismo como medio de comunicación para la producción y distribución de los productos</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="1320 451 1869 557">1. Aumento de la competencia con precios bajos y de muy buena calidad</li><li data-bbox="1320 597 1869 703">2. Materia prima insuficiente para la producción de los productos.</li><li data-bbox="1320 743 1869 849">3. Cambio de políticas internas par a la exportación en Colombia</li><li data-bbox="1320 889 1869 995">4. Insuficiente materiales y capacidad de producción para cubrir la demanda.</li><li data-bbox="1320 1036 1869 1141">5. Mal manejo de los recursos y poca capacidad de demanda.</li><li data-bbox="1320 1182 1869 1287">6. Copia y sustitutos de los productos a menos precio</li><li data-bbox="1320 1328 1869 1360">7. Altos costos de exportación por falta de</li></ol>

	<p>4. Distinción Colombiana en los productos</p> <p>Incentivar a la comunidad colombiana a adquirir los productos y reconocimiento en el país</p> <p>5. Apoyo de instituciones y organizaciones públicas y privadas como Proexport, Bancoldex, Cancillería, entre otras.</p>	<p>medio de transporte o incremento de este.</p> <p>8. Déficit económico a nivel nacional e internacional delimitando, ocasionando baja capacidad de demanda</p> <p>9. Bloqueo cultural a causa de la poca o mala educación; interpretación culturalista o conservacionista del legado tradicional artesanal.</p>
--	--	---

<p>DEBILIDADES</p> <p>1. Falta de conducta laboral en los productores ocasionando retrasos e incumpliendo en las entregas debido a la falta de planeación en la producción</p> <p>2. Productores bajo presión y falta de personal administrativos para optimizar la entrega de pedidos</p> <p>3. Falta de técnicas para mejoramiento del tiempo en la producción lo que limita la capacidad de exportación y productividad</p> <p>4. Demora en la entrega de pedidos en el exterior y precios con baja competencia</p> <p>5.</p>	<p>1. Creación de página en las redes sociales donde se publique las mejores ofertas, promociones y las variedades de productos.</p> <p>2. Crear fidelización con los clientes por medio de obsequios y premios.</p> <p>3. Manejar línea móvil de buzón de sugerencia entre la administración y los productores, así mismo entre clientes y la compañía.</p>	<p>1. Aumentar la publicidad con elementos alusivos a las artesanías</p> <p>2. Buscar los mejores canales de distribución para el exterior.</p> <p>3. Creación de sello de originalidad para evitar la venta no legal de los productos.</p> <p>4. Adelantar el proceso de venta al exterior para evitar los retrasos en la entrega.</p> <p>5. Controlar la producción y ofrecer herramientas para la elaboración de los productos a los artesanos.</p>
--	--	--

<p>Falta de comunicación entre los administrativos y los productores para la gestión de proyectos.6.</p> <p>Desbalance entre costo y tiempo de producción de los productos, así misma falta de un canal de comentarios y retroalimentación de la reacción del cliente.</p>		
--	--	--

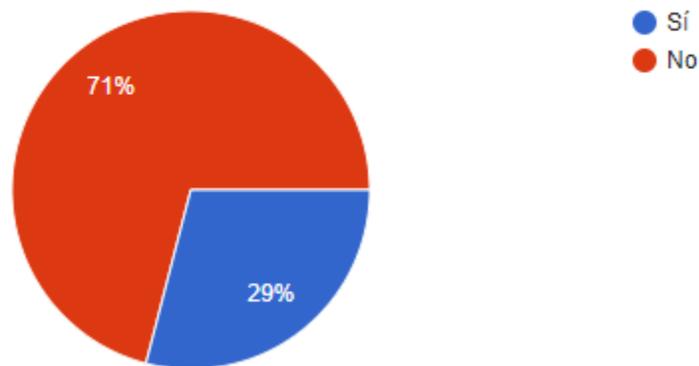
<p>FORTALEZA</p> <p>1. Habilidad para la adaptación de las exigencias del mercado internacional</p> <p>2. Diseños exclusivos para el mercado internacional y nacional</p> <p>3. Productos de alta calidad elaborados a mano por artesanos colombianos</p> <p>4. Personal para producir en grandes volúmenes</p> <p>5. Reconocimiento nacional y apoyo gubernamental</p> <p>6. Amplio catálogo de productos</p> <p>7. Capacitación para el proceso de</p>	<p>1. Realizar campañas de marketing sobre el producto estrella</p> <p>2. Aprovechar los newsjacking o fechas especiales para realizar venta en grandes cantidades a precios justos.</p> <p>3. Organizar feria virtual a nivel nacional e internacional.</p> <p>4. Adquirir franquicias a nivel internacional</p> <p>5. Realizar un catálogo exclusivo para un nicho de mercado específico.</p>	<p>1. Incursionar asesores con la capacidad de vender al exterior</p> <p>2. Hacer alianza con un banco con la finalidad de obtener préstamo en la compra de maquinaria y equipo para el rendimiento de la construcción de los productos</p> <p>3. Conseguir alianza con la competencia.</p>
--	---	---

producción y comercialización a los artesanos y publico a interés		
--	--	--

## Análisis y resultados

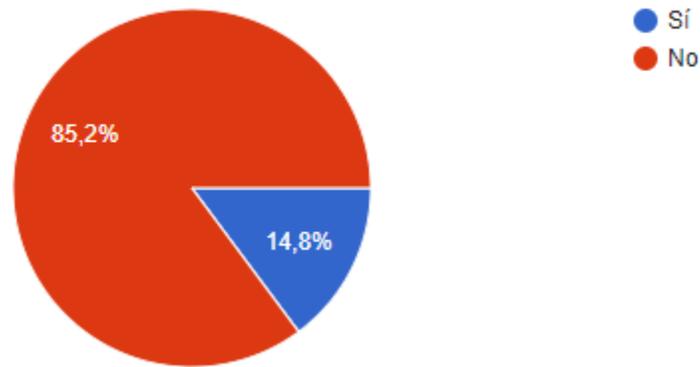
A continuación se presentan los resultados de los análisis a la encuesta aplicada a ocho distribuidoras de plástico mayoristas, siete papelerías mayoristas, cuatro papelerías minoristas, ocho misceláneas mayoristas, cuatro misceláneas minoristas para un total de 32 encuestas realizadas en distintos sitios de la ciudad de Ibagué.

Pregunta. 1 En su local ¿Venden bolsas biodegradables?



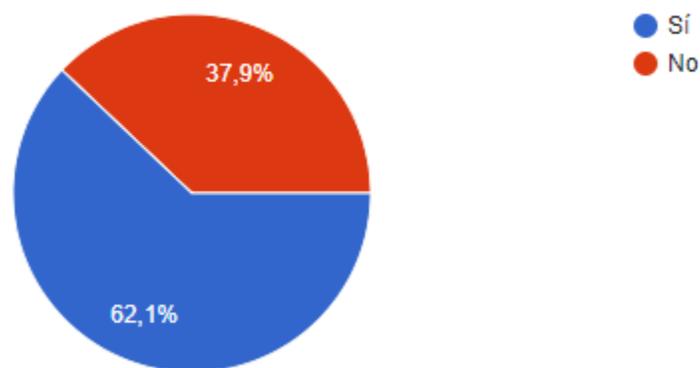
El 71% de las respuestas corresponde principalmente a las papelerías y misceláneas esto se debe a la baja demanda de bolsas en dicho mercado, puesto que solo manejan bolsas de regalo en cinco tamaños diferentes al contrario a las distribuidoras de plástico por las cuales se enfocan en la venta de bolsas.

Pregunta. 2 ¿Conocía las bolsas a base de calceta de plátano anteriormente?

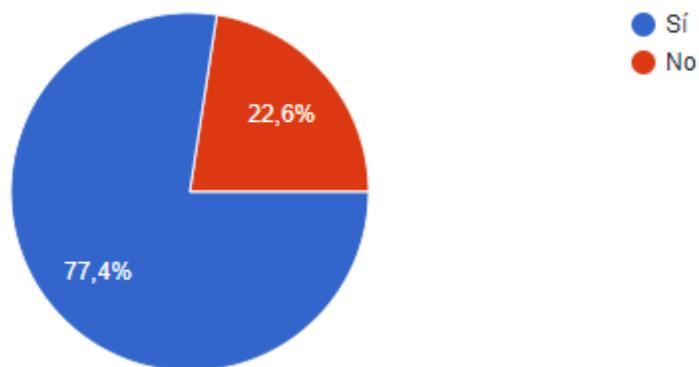


En los diferentes mercados de los cuales se realizó la entrevista personas mayores de 35 reconocieron el material de calceta de plátano a primera vista por lo cual no causó impacto por su conversión en bolsa sin embargo para la población juvenil causó impacto por su exclusivo diseño e innovación, así mismo el 85,2% nos demuestran la oportunidad de monopolio que tienen las bolsas de calceta de plátano en el mercado Ibaguereño.

Pregunta. 3 ¿Está dispuesto a probar una nueva marca de bolsas biodegradables a base de calceta de plátano?

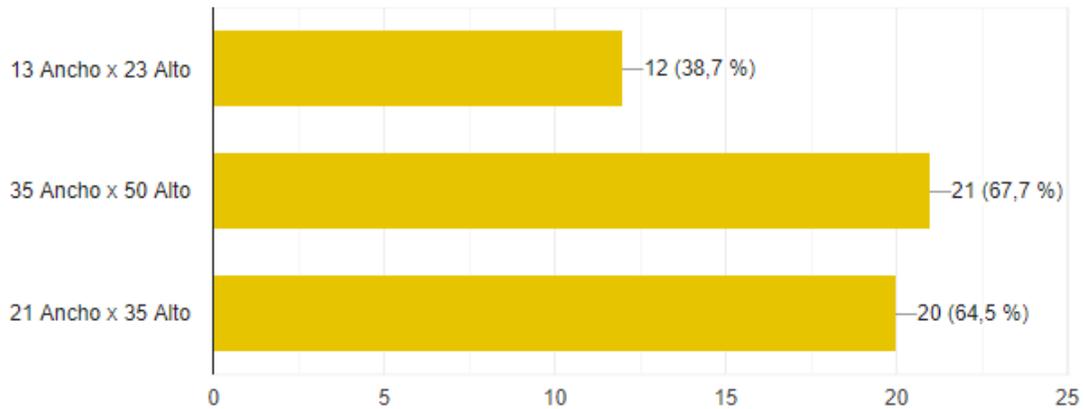


Pregunta. 4 Teniendo que puede ganar aproximadamente 500 pesos por bolsas ¿Estaría dispuesto en vender bolsas a base de calceta de plátano en su negocio?



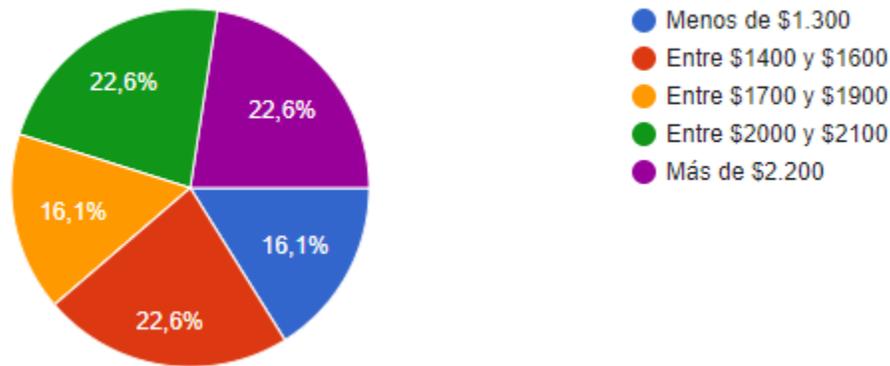
El 77,4% de los encuestados respondieron que se encuentran dispuestos a vender en sus negocios la bolsa de calceta de plátano, aunque dieron a conocer que dicho costo de ganancia y venta depende exclusivamente del precio que se acuerda con el proveedor, asimismo el 22,6% de las respuestas negativas fueron debida a que el producto no les llamó la atención y prefieren sostener su margen de productos.

Pregunta. 5 ¿Cuál de los siguientes tamaño usaría con mayor frecuencia para la venta de bolsas a base de calceta de plátano?



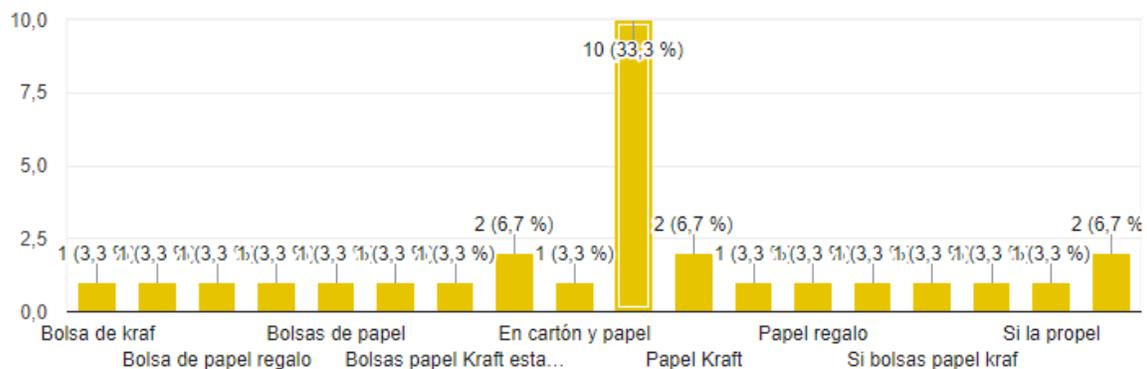
Las distribuidoras de plástico en su establecimiento se enfocan en la venta de empaques entre ellos las bolsas en distintos tamaños y formas según la necesidad del cliente por tal motivo no existe un tamaño en exclusivo y sus respuestas fueron en la mayoría los tres tamaños, de otra manera las papelerías y misceláneas vende regalos de tamaño mediano y grande por lo que tienen la necesidad de abastecer de bolsas con tamaños de 35 de ancho x 50 de alto y 21 de ancho x 35 de alto, por tal manera con 67,7% las respuestas se dieron a tamaño de 35 x ancho y 50 por alto y 21 de ancho x 35 de alto.

Pregunta. 6 De acuerdo al tipo de clientes que usted tiene ¿Cuál de las siguientes opciones estaría dispuesto a pagar por una bolsa de calceta de plátano de tamaño 21 Ancho x 35 Alto?



Los encuestados de los cuales respondieron más de \$2.200 lo hicieron porque reconocieron el trabajo artesanal de la bolsa de calceta de plátano igualmente un 52% están dispuestos a pagar por una bolsa de calceta de plátano de tamaño 21 Ancho x 35 Alto entre \$1.400 y \$1.900; sin embargo, es notable la falta de conocimiento del mismo

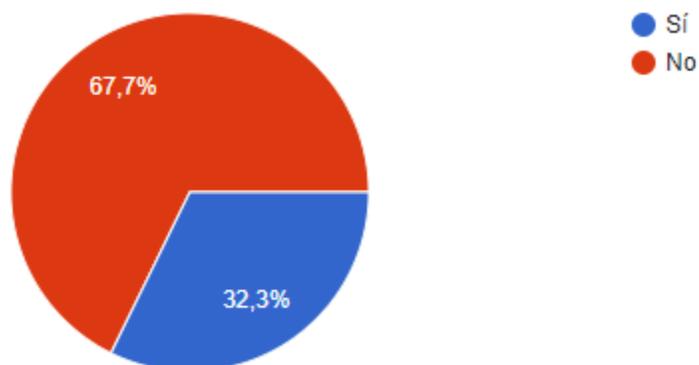
Pregunta. 7 ¿Tiene a la venta productos similares a la bolsa de fibra de plátano? Si su respuesta es afirmativa ¿Cuáles son los productos?



La siguiente pregunta se realizó con el propósito de conocer si en el mercado existe productos sustitutos a la bolsa de calceta de plátano, por lo que en locales comerciales de distribuidores de plástico respondieron con un 33.3% bolsas de papel kraf como elemento

parecido a la bolsa de calceta de plátano por otro lado las papelerías y misceláneas no distribuyen bolsas biodegradables y solo utilizan bolsa de regalo en diferentes formas, estilos y tamaños.

Pregunta 7. Su negocio se ha visto afectado por la conciencia ambiental de la reducción del plástico.



Los distribuidores de plástico manifestaron que no se sienten afectados ya que los habitantes Ibaguereños buscan calidad y economía, Sin embargo, declaran que las empresas de medio y gran tamaño tiene sus propios medios de publicidad para la comercialización de las bolsas; Así mismo las papelerías y misceláneas no les afectan puesto reciclan las mismas bolsas que traen los proveedores.

Pregunta 8. ¿Qué opinión tiene sobre las bolsas de fibra de plátano?

Falta de distinción de genero y elegantes

Es bonita y bien elaborada

Son reutilizables, son de buena calidad y sirven para muchas servicios

Diferente y ecologica

son bonitas.

chevere y llamativa

novedosas y bonitas

Bonita y buena a la venta

Agradables y ecologicas

innovadoras

Es buena

Amable con el medio ambiente

Es bonita.

Distinción de genero

Chévere y bueno por ser biodegradable

Creativas y lindas

Son las que preguntas para regalos.

Bonita y ayuda al planeta

## Conclusiones

Implementar un plan de marketing requiere enfocarse en los objetivos de la empresa, conocer el cliente y sus necesidades, planificar las acciones y prever los recursos a necesitar con la finalidad de conllevar de manera eficiente el contexto en que se va a desenvolver y el camino hacia la meta de igual manera los beneficios de implementar un plan de marketing producen cambios rápido en el mercado por lo que la llegada de las nuevas tecnologías está obligando a conocerse mayor este mercado.

Por tal motivo la implementación del plan de marketing en las bolsas de calceta de plátano demostró que en la ciudad de Ibagué las distribuidoras de plástico se ven con la necesidad de incluir bolsas que contribuyan con el cuidado del medio ambiente por la conciencia ambiental sin embargo un gran porcentaje de los mercaderistas dicen no sentirse afectados por el mismo debido a que el cliente siempre está en busca de calidad y economía por lo tanto el análisis de los resultados nos dan a conocer el flujo de las bolsas de calceta de plátano como producto no sustituto a las bolsas de plástico y papel Kraft sino como elemento de valor agregado “El valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor comercial dentro de la percepción del consumidor. Este término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia” (Merca2.0, 2015) .

Así mismo la dueña de la distribuidora de la 28 (distribuidora de papelería), expresó “Por su innovador diseño y exclusividad las clientes están dispuestos a pagar el precio necesario por su presentación elegante e informal por lo que se puede dar multitud de usos”. (Magnolia, 2020)

Por otra parte, el impacto generado por las papelerías y misceláneas demostró poco interés debido a que su producto estrella actualmente se ha inclinado al empaque de cajas decorativas de la misma forma las bolsas a base de calceta de plátano no cuenta con los requerimientos de exigencia de los clientes como: colores llamativos, variedad de tamaños, economía y pegatinas; sin embargo, el 60,1% entre distribuidoras de plástico, papelerías y misceláneas están dispuestas a probar el producto.

No obstante las bolsas de calceta de plátano dan solución al proyecto 011 de junio de 2020 donde el cual se prohíbe el plástico de un solo uso no degradable y el poliestireno expandido el cual desde junio del 2020 se adelantan proceso para su iniciativa razón por la cual las distribuidoras de plástico, papelerías y misceláneas va a tener la necesidad de implementar dicha bolsas biodegradables como las bolsas a base de calceta de plátano por lo que gracias a su material de materia prima proporciona rigidez, durabilidad y resistencia.

### **Recomendaciones**

Dentro de un proyecto tan ambicioso como este, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; por lo tanto, se recomienda a futuro estudiantes que tengan interés en el proyecto realizando el cálculo de la participación en el mercado, rentabilidad, proyección de producción y distribución.

Otra recomendación sería incluir en la bolsa a base de calceta de plátano el estudio de la mejora de la bolsa, puesto estudios realizados por Cristy Giselle Pedraza (Abril, 2019) demostraron que este material orgánico alcanza una resistencia capaz para la elaboración de tejas.

## Anexos 1. Encuesta

Esta es una herramienta que permite identificar la viabilidad de las bolsas de calceta de plátano en el sector de los distribuidores de plástico, papelerías y misceláneas, por eso es muy importante contar con su participación en esta actividad.

Por favor marque con X una de las opciones de respuesta que usted considere la más acertada.

1. En su local ¿Venden bolsas biodegradables?
  - Si
  - No
2. ¿Conocía las bolsas a base de calceta de plátano anteriormente?
  - Si
  - No
3. ¿Está dispuesto a probar una nueva marca de bolsas biodegradables a base de calceta de plátano?
  - Si
  - No
4. Teniendo que puede ganar aproximadamente 500 pesos por bolsas ¿Estaría dispuesto en vender bolsas a base de calceta de plátano en su negocio?
  - Si
  - No
5. ¿Cuál de los siguientes tamaños usaría con mayor frecuencia para la venta de bolsas a base de calceta de plátano?
  - 13 ancho x 23 Alto
  - 35 ancho x 50 Alto
  - 21 ancho x 35 Alto
6. De acuerdo con el tipo de clientes que usted tiene ¿Cuál de las siguientes opciones estaría dispuesto a pagar por una bolsa de calceta de plátano de tamaño 21 Ancho x 35 Alto?
  - Menos de \$1.300
  - Entre \$1400 y \$1600
  - Entre \$1700 y \$1900

- Entre \$2000 y \$2100
- Más de \$2.200

7. ¿Tiene a la venta productos similares a la bolsa de fibra de plátano? Si su respuesta es afirmativa ¿Cuáles son los productos?

---

---

---

8. Su negocio se ha visto afectado por la conciencia ambiental de la reducción del plástico.

- Si
- No

9. ¿Qué opinión tiene sobre las bolsas de fibra de plátano?

---

---

**Anexo 2.** Imágenes y fotografías de sitios de encuesta.



*Tabla 5 Miscelánea distribuidora Mayorista*



Tabla 6 Papelería y Miscelánea mayorista



Tabla 7 Distribuidora de plástico Mayorista



*Tabla 8 Tienda artesanal de Ibagué*

## Referencias

- Abril, C. G. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE LA FIBRA DEL PSEUDO TALLO DE PLÁTANO COMO REFUERZO Y DESARROLLO DE UN MATERIAL COMPUESTO PARA FABRICACIÓN DE TEJAS*. Trabajo de grado modalidad proyecto de investigación, DUITAMA. Obtenido de [https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2768/1/TGT\\_1401.pdf](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2768/1/TGT_1401.pdf)
- Arias Avila, D. Y., & Gonzalez Gaitan, J. L. (2017). *Plan De Negocios Para La Productora Y Comercializadora De Artesanías Contemporáneas En La Ciudad De Bogotá*. Bogota D.C. Obtenido de La Ciudad De Bogotá
- Artesanias de colombia S.A. (2008). *Diagnostico de calidad oficio artesanal*. Departamento de Antioquia, municipio de Turbo y Chigorodó.
- Artesanias de Colombia S.A. (2020). *Artesanias de Colombia S.A- CENDAR*. Obtenido de [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/fibra-de-platano\\_189](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/fibra-de-platano_189)
- Artesanias de colombia S.A. (2020). Estructura orgánica. Obtenido de [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_nosotros/estructura-organica\\_426](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/estructura-organica_426)
- Artesanias de colombia S.A. (s.f.). *Referencial Nacional de Tejeduría y Cestería en Calceta de Plátano*. Turbo y chigorodo. Obtenido de <https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/2814/1/INST-D%202013.%20163.pdf>
- Asociacion ambiental y sociedad. (2016). *Resolución 668 de 2016 que regula el uso de bolsas plásticas en Colombia*. Colombia. Obtenido de <https://www.ambienteysociedad.org.co/resolucion-668-de-2016-que-regula-el-uso-de-bolsas-plasticas-en-colombia/>
- Basco, G., & Gomez, F. (2014). *Propiedades funcionales del plátano*. Mexico.
- BBC News Mundo. (10 de Enero de 2020). Las razones por las que prohibir las bolsas de plástico "puede dañar el medioambiente". *BBC News Mundo*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51058181>
- Berenstein, M. (09 de Julio de 2017). Michael Porter: Las 5 fuerzas de una industria. Obtenido de <https://emprendedoresnews.com/liderazgo/las-5-fuerzas-de-una-industria.html>
- Botero, M. A. (22 de Septiembre de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com: <https://www.gerencie.com/que-es-mercadeo.html>
- Caudron, S. (2020). El impacto de los cambios en los hábitos de consumo. *Empresa Digital*, 6.
- Cifuentes Sanchez, W. G., & Cifuentes Rivera, E. (2019). *PROPUESTA DE APROVECHAMIENTO DE LA FIBRA DE PLÁTANO EN LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, MEDELLÍN*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4925/Propuesta%20aprovchamiento%20fibra%20de%20pl%C3%A1tano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Convenio SENA – ASOHOFrucol. (2019). Indicadores de mano de obra en el cultivo de plátano. *Planicultura del futuro*, 40. Obtenido de [http://www.asohofrucol.com.co/archivos/Libros/Cartilla\\_Platanicultura\\_del\\_futuro\\_26-08-19.pdf](http://www.asohofrucol.com.co/archivos/Libros/Cartilla_Platanicultura_del_futuro_26-08-19.pdf)
- Departamento Nacional de Planeación. (2020). *Estudio para la identificación de los productos potenciales en los sectores agropecuarios, agroindustrial y artesanal, que podrían ser protegidos a través de DENOMINACIONES de origen, marcas colectivas o*. Obtenido de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/propiedad\\_intelectual.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/propiedad_intelectual.pdf)
- EFE. (18 de Noviembre de 2018). ¿Cuántos kilos de plástico se consumen en Colombia? *El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/cuantos-kilos-de-plastico-se-consumen-en-colombia/>
- El nuevo día. (2019). El liberal Javier Mora se posesionó como nuevo concejal de Ibagué. *En nuevo día*. Obtenido de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/politica/431885-el-liberal-javier-mora-se-posesiono-como-nuevo-concejal-de-ibague>
- Esperiella, E. F. (04 de Julio de 2019). En Colombia el uso de bolsas plásticas se redujo 53%. *El Herald*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/ciencia/en-colombia-el-uso-de-bolsas-plasticas-se-redujo-53-646894>
- Gabriela Basco Lopez, F. G. (2014). *Propiedades funcionales del platano*. Mexico: Universidad Veracruzana.
- García, I. (19 de Septiembre de 2017). Definición de Viabilidad. *Economía simple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>
- Gutiérrez, C. G. (2013). *El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. España: Editorial universidad de Alcalá.
- Ibague, como vamos*. (18 de Mayo de 2020). Obtenido de [Ibague, como vamos : https://ibaguecomovamos.org/demografia-y-poblacion-2020/](https://ibaguecomovamos.org/demografia-y-poblacion-2020/)
- Idamary. (29 de Agosto de 2009). EMPAQUES ARTESANALES. Uraba Antioquia. Obtenido de <http://ldamary.blogspot.com/2009/08/como-contribuye-la-educacion-virtual-en.html>
- Juan C. Grisales, D. E. (2016). *Empaques biodegradables a partir de la fibra de plátano para los productos agrícolas del departamento de caldas*. Manizales. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/1042/1/juancarlosgrisalesmeneses.2004.pdf>
- Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Laguna, M. A. (2012). *Comercio de artesanías desde una perspectiva de género y competitividad*. Bogota.
- Magnolia, D. (25 de Octubre de 2020). Encuesta viabilidad del plan de marketing de las bolsas a base de calceta de platano. (J. P. Roza, Entrevistador)

- Mejia, L. A. (2006). *Proyecto P*. Santiago de Cali: Universidad ICESI, Facultad de ingeniería diseño industrial.
- Merca2.0, M. e. (2015). ¿Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas? *Merca 2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Mercado libre. (s.f.). Bolsa biodegradable, en calceta de plátano, medidas 20 cms de alto X 11 cms de frente X 6 de ancho 10 unidades. Obtenido de [https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-580478188-bolsa-biodegradable-en-calceta-de-platano-de-20-de-alto-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-580478188-bolsa-biodegradable-en-calceta-de-platano-de-20-de-alto-_JM)
- Mestra, L. (04 de Octubre de 2016). Como preparar la cepa de platano para obtener hilos. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=yxKUhbVNgRM>
- Meyer., D. B. (2006). *LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA*. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Minambiente. (11 de Julio de 2011). Cerca de un 60% disminuyó el uso de bolsas plásticas en los principales establecimientos. Obtenido de <https://ibague.extra.com.co/noticias/nacional/cerca-de-un-60-disminuyo-el-uso-de-bolsas-plasticas-en-los-p-615415>
- Ministerio de comercio, industria y turismo, Artesanías de Colombia. (2003). *Plan estrategico de mercadeo 2003, Artesanias de Colombia*. Santa Fe de Bogota. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/1263/5/D1200358.pdf>
- Muñoz, T. M. (2004). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD AMBIENTAL DE MERCADO PARA PLÁSTICOS BIODEGRADABLES EN COLOMBIA*. Colombia, Bogota. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/20898/u245940.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- National Geographic. (2018). National Geographic y la lucha contra el plástico. *Un mar de plasticos*. Obtenido de [https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/actualidad/national-geographic-y-lucha-contra-plastico\\_12710](https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/actualidad/national-geographic-y-lucha-contra-plastico_12710)
- Paredes Verduga, C. A., & Herrera Samaniego, P. (2020). Ingenierías, Tecnologías de la Información y Ciencias sociales. *Revista tecnologica ESPOL*, 98. Obtenido de <http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/issue/view/35/1>
- Paula Sanchez, L. C. (2017). *Corteza, empresa exportadora de bolsos y maletines artesanales y funcionales*. Bogota D.C.
- Procolombia. (13 de Noviembre de 2019). Aumenta el apetito internacional por las artesanías colombianas. *Procolombia*, pág. 1. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/aumenta-el-apetito-internacional-por-las-artesantias-colombianas>
- Revista Dinero. (11 de Noviembre de 2016). Expoartesanías impulsará exportaciones de productos hechos a mano. *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion->

impresa/negocios/articulo/mercado-de-las-artesantias-en-colombia-y-su-aporte-a-industria-manufacturera/239288

Roldán, P. N. (s.f.). *Economipedia, Haciendo facil la economia*. Obtenido de Economipedia, Haciendo facil la economia: <https://economipedia.com/definiciones/oligopolio.html>

Sampiere, R. H. (2010). *Los metodos mixtos*. Mexico: Mc GRAW. HILL. Obtenido de <http://www.equity-la.eu/upload/arxius/20170622222853-Hernandez.%20Metodolog%C3%ADa%20de%20invest.%20Dise%C3%B1os%20mixtos.pdf>

Secretaria de agricultura y desarrollo rural. (27 de Julio de 2017). Así funcionan los proyectos ambientales escolares en nueve colegios de Ibagué. *Ibague vibra*, pág. 1. Obtenido de <https://ibague.gov.co/portal/seccion/noticias/index.php?idnt=3329>

Semana. (30 de Marzo de 2020). El 78% de los hogares colombianos no recicla. *Semana*. Obtenido de <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/el-78-de-los-hogares-colombianos-no-recicla/44231#:~:text=Foto%3A%20archivo%20Juan%20Arredondo.,de%20Ambiente%20%20Desarrollo%20Sostenible>.

Sepúlveda, L. J. (2014). *Elaboración de un material*. Tesis, Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/47022/1/8911502.2014.pdf>

SERNA, A. (2013). Tratan la fibra de plátano para hacer plásticos. *LAPATRIA.COM*, 1.

Silva, D. d. (2020). *Características de la competencia monopolística: ejemplos en el mercado*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-competencia-monopolistica/>

Tebar, J. F. (2016). *LAS MEGATENDENCIAS SOCIALES ACTUALES Y SU IMPACTO EN LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS*. Obtenido de <https://silo.tips/download/consumidor-ecologico>

Terán, A. (2020). ¿TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA REALIZAR UN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN? *ONLINE-TESIS*. Obtenido de <https://online-tesis.com/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-para-realizar-un-trabajo-de-investigacion/>

Universidad de Valladolid . (s.f.). *I Simposio internacional sobre métodos mixtos en investigación social y de la educación*. Obtenido de I Simposio internacional sobre métodos mixtos en investigación social y de la educación: <http://isimposiointeruniversitariodemetodosmixtos.uva.es/metodos-mixtos/>

Web y empresas. (s.f.). *Web y empresas*. Obtenido de Web y empresas: [http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423\\_u3\\_act3.pdf](http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf)

Westreicher, G. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-del-mercado.html>

