

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
DE FABRICACIÓN Y VENTA DE ESCOBAS ECOLOGICAS,
EN EL MUNICIPIO DE SIBATÈ - CUNDINAMARCA**

PRESENTADO

LUIS ALFREDO PUENTES GÓMEZ

ID: 489619

PROFESOR

LUIS EDUARDO RIVERA VIRGUEZ

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGOSTO 2018
BOGOTA D.C**

RESUMEN

Esta idea se plantea con la finalidad como opción de grado y al mismo tiempo realizar un estudio de factibilidad para creación de una empresa que se dedicara a la fabricación y comercialización de escobas ecológicas bajo el nombre de ECO – BROOM, que su sigla quiere decir escobas ecológicas en español; desde el punto se ha pensado en tomar conciencia en cuanto a la parte ambiental y al mismo tiempo tener un poco de conciencia de la parte operacional y de productividad en donde no se siga contaminando el planeta después de realizar operaciones de producción, siempre hay que tener sentido común de que se está haciendo y que parte o sector estamos perjudicando con nuestro actuar empresarial, con nuestra propuesta lo que se pretende es ser un poco más conscientes y empezar a realizar acciones que vayan enfocados a la conservación del medio ambiente que día tras día lo pide a gritos y que está siendo destruido por el actuar de los malo manejos de las basuras en donde no se piensa de otra forma que nos ayuden a la conservación del mismo.

La propuesta de eco Broom, es de doble propósito debido a que su materia prima principal es derivado del reciclaje como son las botellas de gaseosas ayudamos al medio ambiente y al mismo tiempo transformaríamos este tipo de material como es el “pet” en escobas y se contribuiría con la conservación del medio ambiente en un 5% en el sector donde estaremos ubicado para la ejecución de nuestra empresa, por otro lado lo que pretendemos es evitar que este tipo de material llegue de forma masiva a los rellenos sanitarios, calles, fuentes hídricas entre otros contaminando todo a su paso ya que son de difícil descomposición debido a su gran densidad y resistencia por su composición, con la iniciativa se aumentaría la conciencia de que las personas del sector tomen conciencia y reciclen y sepan que pueden hacer con este tipo de material, donde también lo pueden reciclar y posteriormente vendernos este tipo de material por kilos para la fabricación de escobas, ya que este es esencial y es nuestra materia prima.

ASCTRACT

This idea is raised with the purpose as an option of degree and at the same time to carry out a feasibility study for the creation of a company that will be dedicated to the manufacture and commercialization of ecological brooms under the name of ECO - BROOM, which its acronym means brooms ecological in Spanish; from the point it has been thought to be aware of the environmental part and at the same time have a little awareness of the operational part and productivity where it does not continue to contaminate the planet after conducting production operations, you must always have common sense of what is being done and what part or sector we are harming with our business actions, with our proposal what is intended is to be a little more aware and start taking actions that are focused on the conservation of the environment that day after day it asks for it to shouts and that is being destroyed by the action of the bad handling of the garbage's where it is not thought of another form that helps us to the conservation of the same.

The eco proposal Broom, is dual purpose because its main raw material is derived from recycling such as soft drink bottles we help the environment and at the same time we would transform this type of material as is the "pet" in brooms and It would contribute to the conservation of the environment by 5% in the sector where we will be located for the execution of our company, on the other hand what we intend is to prevent this type of material from reaching massively landfills, streets, water sources among others, contaminating everything in its path since they are difficult to decompose due to their high density and resistance due to their composition, with the initiative it would increase awareness that people in the sector become aware and recycle and know what they can do with this type of material, where you can also recycle and then sell this type of material per kilos for the manufacture of brooms, as this is essential It is our raw material.

¿CÓMO SE PUEDE CONTRIBUIR CON LA CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE?

Nuestra propuesta o idea de negocio, lo que se busca con Eco – Broom es ayudar a conservar el medio ambiente con un doble propósito, fabricamos escobas con base al material pet y al mismo tiempo ayudamos a conservar el medio ambiente evitando que este material como son las botellas de gaseosas lleguen a distintos lugares contaminando todo a su paso por el mal uso de este material, y como han mostrado las estadísticas en Colombia por cada persona que habita en el territorio utilizan 170 botellas por años y si multiplicamos el dato anterior por 50.000.000 daría como resultado un total de 8`500.000.000 envases que contaminan anualmente nuestro territorio; lo que se pretende es utilizar y contribuir con nuestra idea y reducir en un 5% con base en la estadística anterior y de esta manera se contribuiría con la conservación del medio ambiente ya que lo pide a gritos.

ERGONOMÍA Y USO DE LAS ESCOBAS

También se diseñara una escoba ergonómica con soporte diagonal en el borde donde están sujetadas las cerdas, con el fin de que su uso sea adecuado y al mismo tiempo el operario pueda realizar sus labores de una forma mas adecuada y al mismo tiempo poder evitar que este le ocasione fatiga y lesiones por su uso con este tipo de producto como son las escobas.

Se fabricaran escobas de tipo ecológico , con la finalidad de que estas cumplan con todas la especificaciones de ergonomía con una inclinación del soporte de 90° donde se pueda manipular de una forma adecuada de acuerdo a su peso y al uso que se le desee dar a este tipo de herramienta primordial para el aseo como son las escobas.

ECO – BROOM

La idea de crear una empresa en el municipio de Sibatè, con material reciclado es porque en el sector hasta el momento no existe una empresa que se dedique a la fabricación de escobas de tipo industrial, debido ya que este municipio es netamente agrícola; pero hay una buena perspectiva positiva a nuestro favor, debido a que este municipio está tomando fuerza empresarial y en el sector se encuentran rodeado de 90 empresas.

se puede evidenciar que es un punto estratégico por su ubicación geográfica, la cual nos ayudaría en gran parte a la distribución de nuestro producto y al mismo tiempo los insumos se pueden adquirir de una forma rápida y nos ayudaría también a la minimizar los tiempos de entrega.

Por otro lado nuestra idea de creación de empresa como es ECO-BROOM, que se dedicara a la fabricación de escobas ecológicas, a través del reciclaje utilizando el material pet de la misma manera como se obtiene este tipo de material; lo cual el reproceso de este tipo de material aumentaría los costos de producción, mientras nosotros lo que buscamos es utilizarlo tal cual como es, y al mismo tiempo ayudaríamos en gran parte a reducir en gran parte a la recolección de botellas de gaseosas que es nuestra materia prima, evitando que este material llegue a rellenos sanitarios, cuencas hidrográficas entre otras.

Nuestro proyecto está enfocado en dos partes, la primera ayudar en el desarrollo económico del municipio de Sibatè en gran parte; y la otra en pro de cuidar el medio ambiente buscando siempre la mitigación de los residuos como son las basuras y al mismo tiempo llevar una operación industrial amigable con el medio ambiente y con el municipio.

Con el desarrollo y la creación de este tipo de empresa se busca contribuir con un 5% en la reducción de la contaminación y generar conciencia en la población y ayudar a la creatividad e impulso de ideas innovadoras que sean enfocadas a la conservación del medio ambiente.

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	13-14
3. OBJETIVOS.....	15
3.1 Objetivo General.....	15-16
3.2 Objetivos Específicos	15-16
4. JUSTIFICACION.....	17
5. Marco referencial.....	18-20
5.1 Las Cinco Fuerzas de Porter.....	21-22
5.2 Marketing Mix	23
5.2.1 La Planeación	23
5.2.2 El Producto	24
5.2.3 El Precio	25
5.2.4 La Plaza	25
5.2.5 La Publicidad.....	26
5.2.6 Prospechar	26
5.2.7 Promoción.....	26-27
5.2.8 Promoción de ventas.....	28
5.2.9 Post-venta	28
5.3 Marco Teórico	29
5.3.1 Estudio Del Arte	29-35
6. Metodología.....	36
6.1 Tipo de Investigación	36
6.2 Fuentes Secundarias	36-38
6.3 Fuentes Primarias	39
6.4 Variables e Instrumentos	39
6.5 Análisis de la información.....	40

6.6 Proyecciones.....	40
6.7 Limitaciones	40
7. DIAGNOSTICO.....	41
7.1 Antecedentes.....	41
7.1.2 Fortalezas del Sector.....	41
7.1.3 Debilidades del sector.....	42-43
7.2 Matriz de Planeación del Diagnostico.....	44-45
7.2.1 Justificación Instrumentos de Planeación del Diagnostico.....	46
7.2.2 Procedimiento: validez y confiabilidad.....	47
7.2.3 Procesamiento y Graficación de la Información	48-49
7.2.4 Encuesta Poblacion en el municipio de Sibatè	50-51
7.2.5 Ficha tecnica del producto.....	52-53
8. ESTUDIO DE MERCADO.....	55
8.1 Identificación Del Segmento	56
8.2 Segmentación del Mercado	57-58
8.3 Encuesta Investigación de mercados	59
8.3.1 Propósito y objetivos de la encuesta:.....	59
8.3.2 Población Objeto De Estudio	59
8.3.3 Herramienta para la Encuesta	60
8.3.4 Tamaño de la Muestra	60
8.3.5 Sistema de muestreo	60
8.3.6 Formato de Encuesta	61-62
8.3.7 Procesamiento y Análisis De La Información.....	63-68
9. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	69
9.1 Programa De Promoción	70
9.2 Objetivos Del Programa De Promoción.....	70
9.3 Programa de Publicidad.....	70
9.4 Objetivos Del Programa De Publicidad	70
9.5 Costos De Publicidad	71
9.6 Medios De Difusión	71

9.6.1 Redes Sociales	71
<u>10. ESTUDIO TECNICO.....</u>	<u>72</u>
<u>10.1 Tamaño</u>	<u>72</u>
<u>10.2 Capacidad de Producción y Demanda Esperada</u>	<u>72-73</u>
<u>10.3 Localización.....</u>	<u>74-75</u>
<u>10.4. Causales de escogencia del lugar de funcionamiento.....</u>	<u>76</u>
<u>10.5 Producción</u>	<u>77</u>
<u>11. INSUMOS Y MATERIA PRIMA</u>	<u>77</u>
<u>11.1 Materia Prima</u>	<u>78</u>
<u>11.2 Diagrama de Proceso</u>	<u>79</u>
<u>11.3 Maquinaria y Equipos.....</u>	<u>80-81</u>
<u>11.4 Mano de obra Requerida</u>	<u>82</u>
<u>11.4.1 Mano de Obra Directa</u>	<u>82</u>
<u>11.5 Plano Planta Física</u>	<u>83</u>
<u>12. ESTUDIO ADMINISTRATIVO</u>	<u>84</u>
<u>12.1 Legalización De La Empresa.....</u>	<u>84</u>
<u>12.2 Características de Este Tipo de Figura</u>	<u>85</u>
<u>12.3 Tipo de Asociación.....</u>	<u>85-86</u>
<u>12.4 Ventajas De Una Empresa Unipersonal</u>	<u>87</u>
<u>12.5 Limitaciones de la Empresa Unipersonal.</u>	<u>87</u>
<u>12.6 Formato Minuta De Constitución De La Empresa</u>	<u>88-92</u>
<u>12.7 Conformación y Formalización De La Empresa</u>	<u>93</u>
<u>12.7.1 Procedimiento para constitución legal de la empresa.....</u>	<u>93</u>
<u>(Cámara De Comercio De Bogotá, 2018)</u>	<u>93</u>
<u>12.7.2 Documentos requeridos</u>	<u>93</u>
<u>12.7.3Trámites Ante las Entidades Nacionales</u>	<u>93</u>
<u>13. ORGANIGRAMA.....</u>	<u>94</u>
<u>14. MANUAL DE FUNCIONES.....</u>	<u>95-96</u>
<u>15. MISIÓN Y VISIÓN</u>	<u>97</u>
<u>16. VALORES.....</u>	<u>98</u>

<u>17. OBJETIVOS.....</u>	<u>99</u>
<u>17.1 Objetivo general.</u>	<u>99</u>
<u>17.2 Objetivos Específicos</u>	<u>99</u>
<u>18. POLÍTICAS.....</u>	<u>100</u>
<u>18.1 General.....</u>	<u>100</u>
<u>18.2 Especificas:.....</u>	<u>100</u>
<u>18.3 Directrices.....</u>	<u>101</u>
<u>19. IMPACTO AMBIENTAL QUE GENERA EL PROYECTO.</u>	<u>102</u>
<u>20. EVALUACION FINANCIERA.....</u>	<u>103</u>
<u>20.1 Capacidad de Producción</u>	<u>103</u>
<u>20.2 Productos Disponibles Para La Venta</u>	<u>104</u>
<u>20.3. Proyección de Ventas</u>	<u>105</u>
<u>20.4 Proyección de Ingresos.....</u>	<u>106</u>
<u>20.5 Proyección de costo Materia Prima.....</u>	<u>107</u>
<u>20.6 Presupuesto de Gastos Anuales</u>	<u>108-109</u>
<u>20.7 Proyección de Resultados ECO-BROOM.....</u>	<u>110-111</u>
<u>20.8 Flujo de Caja Real</u>	<u>114-115</u>
<u>20.9 Punto de Equilibrio Económico.....</u>	<u>116-117</u>
<u>21. BALANCE GENERAL.....</u>	<u>118</u>
<u>22. ESTADO DE RESULTADOS</u>	<u>119</u>
<u>23. EVALUACION DEL PROYECTO CALCULO VAN Y TIR</u>	<u>120</u>
<u>CONCLUIONES.....</u>	<u>121</u>
<u>REFERENCIAS</u>	<u>122-123</u>
<u>CIBERGRAFIA</u>	<u>124</u>

Indice De Tablas

<u>Tabla 1 Plan De Negocio</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabla 2. Matriz de planeación del diagnostico</u>	45
<u>Tabla 3 Aplicación de los instrumentos</u>	47
<u>Tabla 4 Poblacion y empresarios de Sibatè</u>	48
<u>Tabla 5 Procesamiento de Resultados</u>	50-51
<u>Tabla 6 Ficha tecnica del producto</u>	52-54
<u>Tabla 7 Analisis de competencia</u>	55
<u>Tabla 8 Matriz Segmentación del mercado</u>	56
<u>Tabla 9 Mercado Total, Potencial, Objetivo</u>	57-58
<u>Tabla 10 Analisis de la oferta</u>	69
<u>Tabla 11 Capacidad de producción y Demanda esperada</u>	70
<u>Tabla 12 Matriz Insumos y Materias Primas</u>	78
<u>Tabla 13 Maquinaria</u>	80
<u>Tabla 14 Equipos</u>	81
<u>Tabla 15 Mano de Obra Directa mensual</u>	82
<u>Tabla 16 Mano de Obra Proyectada</u>	82
<u>Tabla 17 Manual de funciones</u>	96
<u>Tabla 18 Mision y Vision</u>	97
<u>Tabla 19 Capacidad de Producción</u>	103
<u>Tabla 20 Producción disponible para Venta</u>	104
<u>Tabla 21 Capacidad de Producción Anual</u>	105
<u>Tabla 22 Producción Proyectada</u>	105
<u>Tabla 23 Proyeccion de Ingresos</u>	106
<u>Tabla 24 Costos Proyectados</u>	107
<u>Tabla 25 Gastos Anuales</u>	110-111
<u>Tabla 26 Presupuesto General</u>	112-113
<u>Tabla 27 Flujo de Caja Real</u>	114-115
<u>Tabla 28 Punto de Equilibrio</u>	117
<u>Tabla 29 Balance General</u>	118
<u>Tabla 30 Estado de Resultados</u>	119
<u>Tabla 31 Calculo del VAN y TIR</u>	120

Indice de Graficos

Grafico 1 Población y Empresarios en Sibate.....	51
Grafico 6 <i>Quien compra los implementos de aseo en su hogar.</i>	67
Grafico 7 <i>Donde compran las escobas para asear su hogar.</i>.....	67
Figura 1 Diagrama de Proceso.....	82
Tabla 13 Maquinaria	83

1. PLANTIAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Es posible darles un valor económico a las botellas plásticas “PET”, a través de la transformación de este tipo de material, a productos de aseo; como son escobas ecológicas?
 En el municipio de Sibate

Tabla 1 Plan De Negocio

TABLA	
PLAN DE NEGOCIO	
Línea de investigación	Plan de negocio
Sub línea de investigación	Estudio de factibilidad de una empresa de fabricación de escobas ecológicas.
Área temática	Fabricación y comercialización
Título	Creación de una empresa, para la fabricación de escobas ecológicas (ECO-BROOM)
Localización	Barrio Santa Teresa en el municipio de Sibate - Cundinamarca

ELABORACION PROPIA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según la Cámara de Comercio de Bogotá sede **Cazucà**, en este municipio no hay empresa de este tipo inscritas con esta actividad económica, como es la fabricación de escobas ecológicas; debido a que es un municipio está enfocado más al sector agrícola, lo cual podemos concluir que seremos la primera empresa de este tipo que realizaría actividades de fabricación de escobas ecológicas a través del reciclaje del material “PET”, en su defecto botellas de gaseosas.

Por otro lado, como este municipio está enfocado a la parte a la parte agrícola y como no existe hasta el momento una empresa que se dedique a la fabricación de escobas, nos brindaría una oportunidad valiosa, porque no tendremos competencia a la hora de iniciar nuestra idea de negocio, en el municipio de Sibatè -Cundinamarca.

Nuestra idea nace, como una gran oportunidad de negocio debido a que en este municipio es un sector agrícola mas no es industrial y se puede desarrollar nuestra propuesta de fabricación de escobas ecológicas de tipo industrial, teniendo en cuenta que se encuentra en un punto estratégico donde es de fácil adquisición de los insumos, y que a la ves este se ajusta al objetivo general, lo cual nos ayudaría a suplir las necesidades con nuestro producto, al sector industrial, agrícola y a la comunidad en general; lo que indica que fabricaríamos diversos tipo de escobas con material reciclado y al mismo tiempo ayudaríamos a preservar el medio ambiente.

Este municipio como es Sibatè – Cundinamarca se eligió, para la realización del análisis y la confirmación de nuestra idea de negocio, debido a los escasos de empresas productoras de elementos de aseo en este municipio de Cundinamarca, ya que en el desarrollo de nuestra práctica profesional se pudo evidenciar que la mayoría de empresario se encuentran enfocados a la parte agrícola y no a la industrial.



Por otro lado, con nuestro plan de negocio tendría una gran ventaja debido a que en el momento de iniciar actividad económica y productiva, tendremos precios moderados y asequibles a la comunidad, en donde se puedan utilizar estrategias razonables; que nos ayuden a expandir nuestro producto como son las escobas ecológicas a otros municipios aledaños, y a la vez este nos brinde un análisis positivo y nos ayude a llevar a la práctica nuestra idea de negocio y a la vez se pueda ayudar con el desarrollo económico de este municipio.

3. OBJETIVOS

a. Objetivo General

- ✓ Evaluar la factibilidad y la viabilidad de la creación de una empresa para la fabricación y venta de escobas ecológicas, en el barrio Santa Teresa en el municipio de Sibatè – Cundinamarca.

b. Objetivos Específicos

- ❖ Analizar el entorno económico, social, político y demográfico del municipio de Sibatè para poder identificar las variables que influyen en la implementación de nuestra idea de negocio.
- ❖ Determinar las estrategias de investigación de mercado, factores de relevancia en la demanda en el municipio, oferta, análisis y sensibilidad de precios, y la preferencia de los clientes.
- ❖ Utilizar un estándar técnico para cumplir la promesa de calidad que registrará en nuestro producto “escobas”: Tiempo, Logística, Costos.
- ❖ Realizar un estudio financiero para determinar la inversión inicial del presupuesto, capital humano, y la rentabilidad de nuestra idea de negocio.



- ❖ Determinar el enfoque, el giro social, la estructura organizacional, las políticas y el marco legal para la creación de este tipo de empresa.

4. JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio como en nuestro caso como es ECO-BROOM; se fundamenta en cubrir la insuficiencia identificada según la observación en el mercado de empresas de este tipo que produzcan escobas ecológicas a través del reciclaje; y a la vez cubrir la necesidad de este producto como son las escobas, y ofrecer una alternativa con nuestro producto al municipio de Sibatè – Cundinamarca a las diferentes familias y empresas que utilizan a diario este tipo de producto; y con nuestra propuesta poderles ofrecer un producto de óptimas condiciones y que sea a un precio asequible a cualquier persona.

También con nuestra propuesta lo que se pretende con nuestra idea de negocio es ayudar a mitigar un poco el tema de las basuras en este municipio y a la vez ayudar a conservar el medio ambiente a través de la reutilización de material reciclable como es el material “PET” y de esta manera contribuimos a que este material no llegue a rellenos sanitarios, cuencas hidrográficas, bosques entre otros.

Con nuestra apuesta o nuestro mercado objetivo son las tiendas y almacenes agrícolas, en donde nos ayudaran en gran parte a que nuestro producto tenga una buena rotación y estas nos ayuden a que nuestro producto sea más conocido cada día más en el municipio de Sibatè y sus alrededores.

Pretendemos enfocarnos en ofrecer nuestro producto a clientes potenciales, brindándoles una excelente calidad, buenos precios, y cumplimiento con base en nuestras entregas; prestándole un excelente servicio como valor agregado de nuestra empresa y que a la ves esta apuesta nos ayude a crecer de forma mutua.

Con nuestra idea de negocio **ECO-BROOM** lo que se pretende es satisfacer las necesidades del mercado objetivo, adaptando los estudios realizados, y con base en estos que nos ayuden a identificar cada cliente, con base en este tipo de mercado y a la vez que nos ayuden a ganar una cota significativa en este campo como son los útiles de aseo.

5. MARCO REFERENCIAL

Según (Federico Millán, 2015) en su proyecto gestión y ambiente dicen que en Bogotá, se ha considerado tradicionalmente que los residuos metálicos son basura, razón por la cual se disponen en rellenos sanitarios, y se ha ignorado su capacidad de aprovechamiento, que para el caso del aluminio es de un 100% (White 2012), cualidad que lo convierte en un material sostenible ya que puede ser reutilizado numerosas veces sin perder sus propiedades y características originales (Valentim y Kovaleski 2010; The Aluminum Asociación 2011). Las debilidades que presenta la ciudad en este tema, y por ende las oportunidades de desarrollo del sector reciclador que se están desaprovechando, son evidenciadas por la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP) en su informe del año 2011, “Caracterización de los residuos sólidos residenciales generados en la ciudad de Bogotá”, donde se explica que de las 2.350 ton/día de residuos sólidos residenciales que se generan en la capital, el 0,14% es aluminio (Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos 2011a), es decir que cerca de 3,29 ton/día de aluminio son enterrados.

Tomado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/44573>

Según (Correa & Mónica, 2015) en la cumbre política y sociedad en Madrid, en donde en su participación argumentan los siguiente La participación en el medio andino y la fuerte influencia de los movimientos sociales ha generado la conformación de leyes reguladoras en torno al ambiente, como un proceso de institucionalización.

Es entorno a esta regulación que actividades de interés social y ecológico como el reciclaje, en las que tradicionalmente se trabajaba de forma no organizada, pasan a adoptar formas de trabajo incluyentes, metodologías que tienen en cuenta a diferentes actores como las instituciones, ciudadanía y organizaciones.

Así como se han generado normativas; Artículos en la constitución, puntos en el

plan del Buen Vivir, etc., se han desarrollado procesos participativos que han llevado, en muchas ciudades, a que se trabaje en un reciclaje inclusivo, esto es, donde las personas que reciclan sean reconocidas como actores protagónicos en la sociedad.

Este será, basándonos en el trabajo realizado en nuestro caso de estudio, el tema de este artículo: identificar las normativas y metodologías que llevaron, en los procesos de reciclaje, a levantar la participación de la Población.

Tomado de: <https://search-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/1698102386?pq-origsite=summon>

De acuerdo al (ElTiempoWeb, 2017), Los plásticos producen un gran daño en la naturaleza, debido a que en las fuentes hídricas este material forma montañas que represan el agua y provocan desbordamiento de quebradas y ríos. Además, el plástico, al no descomponerse, taponan las alcantarillas y dificulta el debido funcionamiento de los rellenos sanitarios.

En las ciudades y los campos, los desechos plásticos hacen desagradable el paisaje. En los bosques dañan el turismo ecológico. Las personas que se encargan de arrojar a los bosques, vasos y demás desechos plásticos, más adelante cuando vuelvan hacer un paseo, se van a sentir incómodos en un lugar tan sucio, pero no recuerdan que en el último paseo arrojaron todo lo que les sobró.

Como una solución a este problema de contaminación ambiental, hace poco se inauguró en Medellín la primera planta de reciclaje de plásticos del país.

La planta de reciclaje de PET, como se conoce a la familia de los plásticos, fue puesta en servicio por la Promotora de Desarrollo (Codesarrollo), una entidad sin ánimo de lucro, en unión con Enka de Colombia, con una inversión de 600 millones de pesos.

Los PET son poliéster con usos en la industria textil, de empaques, de envases para

gaseosas, aceites y agroquímicos.

Como toda planta de reciclaje, ésta recupera, reelabora y aprovecha los desechos industriales, comerciales y domésticos del plástico. Los convierte en materia prima para la fabricación de nuevos productos útiles a la sociedad. Sin embargo, al contrario de lo que sucede con el vidrio, este plástico reciclado no tiene la misma utilización, pues con él no pueden elaborarse envases para comestibles, por lo que se utiliza para empaques industriales.

La capacidad de la máquina de reciclaje es de 400 kilos de PET por hora. Se espera procesar 200 Enka, empresa productora de fibras textiles y polímeros sintéticos, asumió la responsabilidad de proteger el entorno ecológico, con la recolección de desperdicios y envases de PET y la nueva utilización de la materia prima.

Codesarrollo fue la primera entidad en incursionar en el campo del reciclaje en Medellín. Hace 25 años promovió y creó la Corporación de Papeleros de Colombia con un grupo de personas que en esa época realizaban programas de reciclaje en los basureros. Luego construyó la planta de vidrios, con una producción de 3.500 toneladas mensuales. También posee una planta de chatarra.

Para la creación de esta planta de reciclaje de PET se tuvieron varias motivaciones. La primera de ellas, la conservación del medio ambiente, ya que en varias empresas de la ciudad se producen toneladas importantes de desperdicio de poliéster, además de los materiales aportados por las fábricas de envases.

Otro objetivo es el de generar empleo para los sectores más pobres de la ciudad, como recolectores de plástico en las calles, en los supermercados, en las bodegas y en las empresas. En este sentido, los PET se les comprará a todas las personas que lo recolecten.

Tomado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-174051>

5.1 Las Cinco fuerzas de Michael Porter

Con base en la consulta sobre lo que es la situación actual de nuestro proyecto ECO-BROOM, a lo referente de las estrategias está enfocado a las 5 herramientas creadas por Michael Porter; en donde se puede evidenciar que nuestra idea como empresa está enfocada con base a las 5 fuerzas, y que a la vez sabiendo utilizar estas 5 herramientas que son de gran importancia podemos llegar al éxito que necesitamos en el mercado que queremos incursionar; y todo depende de las estrategias y a las políticas que le demos a nuestra empresa y a la diferenciación de nuestros competidores, con la finalidad de tener una mayor aceptación con referencia a nuestros consumidores.

Con base a estas estrategias, uno de los modelos más eficientes son las cinco fuerzas de Michael Porter, lo cual nos ayuda a originar estrategias que podemos implementar en el mercado, con el fin de ser cada día más competitivo de acuerdo al entorno y poder aplicar la estrategia más eficiente con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados o trazados por nuestra empresa para dicho periodo; y como lo menciona Michael Porter hay que tener siempre información de nuestros competidores y del mercado que cambia cada día con el fin de estar bien informado de la competencia y del mercado en el cual estamos incursionando.

Esta herramienta como son las cinco estrategias que se estudian según Michael Porter, se basan en el análisis organizacional, a través de la identificación y el análisis de las fuerzas dentro de la organización u empresa; tres fuerzas de competencia vertical y dos fuerzas de competencia horizontal, por medio de este análisis podemos saber a ciencia cierta qué tan competitiva son nuestras organizaciones en el sector en el cual estemos incursionando; de la misma manera a través del análisis se puede evidenciar las oportunidades y las amenazas, y a través de esta detecciones se procederá a la selección de la mejor estrategia con la finalidad de hacer frente a las amenazas y de la misma manera saber aprovechar las oportunidades existentes que se nos presente en el mercado objetivo.

Con base a nuestro proyecto o idea de negocio como es ECO-BROOM, podemos observar que la fuerza que más nos favorece es la oportunidad, debido a que en la zona que se desarrollara el proyecto no hay competidores de este tipo, ni empresas que se dedique a la fabricación de escobas ecológicas, es decir con material reciclable en un 90% de su materia prima.

Lo que se puede evidenciar también, es que podemos posicionar la marca en este municipio y expandirla a otros, en donde no fabriquen este tipo de elemento de aseo como son las escobas, y a la vez podamos ofrecer un producto con óptimas condiciones que cumplirá todas las necesidades básicas para la cuales está diseñado, a un precio justo al alcance de cualquier hogar.

Por otro lado observamos que con la aplicación de la herramienta como fuerza adicional, encontramos que es la utilización de estrategias, lo cual se trazan objetivos con miras en pro del mejoramiento continuo y el desarrollo de nuestra empresa de escobas ecológicas; lo que se puede evidenciar que estas cinco fuerzas son muy indispensables y fundamentales, ayudándonos con el posicionamiento de nuestro producto y más aun con el conocimiento de los proveedores, la competencia el mercado cambiante.

Tomado de:

https://www.google.com.co/search?q=que+estudia+las+5+fuerzas+de+porter&rlz=1C1CHZL_esCO738CO738&oq=que+estudia+las+5+fuerzas+&aqs=chrome.1.69i57j0.13887j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

5.2 Marketing Mix

En este punto se pondrán en evidencia el análisis de diferente punto de vistas de la teoría administrativas, lo cual podemos decir que este tipo de herramientas se utiliza al interior de las empresas, con la finalidad de saber la situación actual y podemos hablar sobre los siguientes términos como son:

-  Precio
-  Producto
-  Distribución
-  Promoción

Y esta gran herramienta está integrada de la siguiente manera:

5.2.1 La Planeación

La planeación es la **acción de la elaboración de estrategias** que permiten alcanzar una meta ya establecida, para que esto se puede llevar a cabo se requieren de varios elementos, primero se debe comprender y analizar una cosa o situación en específica, para luego pasar a la definir los **objetivos** que se quieren alcanzar, de cierta forma, el planear algo define el lugar o momento en donde se encuentra algo o alguien, plantea a donde se quiere ir e indica paso a paso lo que se debe hacer para llegar hasta allí. (Definista, 2017)

5.2.2 El Producto

El producto es conocido como algo tangible e intangible, es decir el resultado de un producto tangible es después de la transformación de la materia prima en donde hay un objeto y este a la vez se puede observar y tocar; como ejemplo traeremos a colación un pc, un celular entre otros, y los productos intangibles son los productos que venden algunas compañías, pero estos no se pueden tocar; porque son servicios que los adquiere la persona satisfaciendo una necesidad.

También a este tipo de producto le podemos dar otros nombres como los siguientes; producto, objetos, materiales, bienes, servicios, personas, sitios, organizaciones o ideas.

Por otro lado, el producto tiene cierto tiempo de vida, en que la persona que lo adquiera tiene un tiempo determinado para consumirlo dependiendo del tipo de producto, como para resaltar el producto tiene un ciclo de vida en donde se efectúan cuatro fases significativas que son:

- ✓ Introducción
- ✓ Crecimiento
- ✓ Madurez
- ✓ Declive

5.2.3 El Precio

El precio de nuestro producto es de suma importancia; debido que con este se generarán estrategias de marketing, estableciendo un valor se podrán utilizar estrategia e investigaciones de mercado que nos darán la información adecuada de cuál será el valor de nuestro producto, y como podemos introducirlo al mercado o al sector que deseamos participar.

Según la revista (**Marketing-free.com, 2008**) “El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio”.

5.2.4 La Plaza

Según la página (**Marketing, 2015**) La Plaza o distribución es otra de las famosas P's de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto.

Para ello se debe elaborar todo un plan acorde a la necesidades y recursos con los que cuente la empresa, los atributos del producto y cuál es el mercado meta que se pretende abarcar.

Y por otro lado se puede observar que la plaza es el lugar donde vamos a comercializar nuestro producto y donde estarán los puntos de distribución y este pueda cumplir las necesidades básicas que buscan nuestros clientes con nuestro producto.

5.2.5 Publicidad

Como podemos resaltar en la época que vivimos la publicidad es un medio esencial para todo tipo de negocio, debido que por medio de este medio podemos dar gran impulso a nuestra marca o realizar un lanzamiento de un producto nuevo que necesitamos incluirlo en el mercado; este tipo de publicidad se puede realizar de la siguiente manera, pautas radiales, tv, internet, volantes y campañas masivas de lanzamiento, y todo esto se realiza con la finalidad de dar a conocer un producto y a la vez ganar una cota de mercado.

5.2.6 Prospectar

El significado de esta palabra, es la identificación y búsqueda de cliente nuevos permanentemente y a su vez este aspecto como es prospectar juega un papel importante para las empresas en donde los vendedores o asesores deben estar en búsqueda constante de aquellos clientes que generen una fidelización con respecto a la compañía y que sean clientes exclusivos, en donde estos nos den una cuota de mercado considerable.

5.2.7 Promoción

La promoción de nuestro producto como son las escobas ecológicas, es comunicar, informar y búsqueda continua de clientes nuevos, y personas que se interesen por nuestro producto y la innovación de nuestra empresa; todo estas con la finalidad de alcanzar los objetivos y metas trazadas para cada año por nuestra organización.

Realizaremos la promoción de nuestras escobas ecológicas, a través de las siguientes formas:

- ✓ Publicidad
- ✓ Venta directa
- ✓ Venta personalizada tienda y supermercados



✓ Convenios con entidades públicas.

5.2.8 Promoción de Venta

La promoción de venta es una gran herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), que consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores finales, a los clientes del canal de distribución y al equipo de ventas, que buscan incrementar la compra o venta de un producto o servicio. (**Guzman, 2017**)

5.2.9 Post – Venta

La finalidad de manejar la pos-venta, es crear una relación a largo plazo entre nuestros clientes y la empresa, en donde la filosofía de esta herramienta como es la post-venta, que juega un rol muy fundamental en la política de una organización, que centra sus objetivos y su esfuerzo en la satisfacción del cliente. “El valor agregado de un producto” se pone de manifiesto a través de una serie de servicios, con el propósito de brindar a los usuarios la calidad, la confiabilidad y el respaldo de una marca líder. (**Oñate, 2005**)

5.3 MARCO TEORICO

5.3.1 Estudio del Arte

Esta actividad consiste en la transformación del material PET, a una fibra de 4 milímetros que a la vez se integran con diferentes elementos y realizando una integración conjunta esta da como resultado final la fabricación de una escoba ecológica.

Según la página web (**Empresite, 2018**) existe alrededor de 20 empresas dedicadas a la fabricación de escobas, diferente a nuestra apuesta de fabricación.

Las fábricas de escobas esta distribuidas de la siguiente manera en Colombia; Antioquia con siete fábricas, Bogotá seis, valle cuatro, Nariño dos y córdoba con una, lo cual se dedican a esta actividad después de la transformación del plástico que compra cada industria o empresa, con máquinas inyectoras para la elaboración desde el soporte, hasta los filamentos que se utilizan para la fabricación de las misma.

Como cabe resaltar con nuestra apuesta o idea de negocio se ha participado en dos tipos de exposiciones en el barrio Quiba y Kennedy de Bogotá; en donde nuestra idea de negocio ha tenido buena aceptación, teniendo una buena imagen y percepción de parte de los espectadores, y por otro lado en el desarrollo de la práctica profesional en convenio de la Uniminuto con la alcaldía de Sibate – Cundinamarca, en donde se capacitó doce personas con base a la creación de escobas ecológicas a través del reciclaje y transformación de botellas de gaseosas “PET”, lo cual con nuestra idea de negocio lo que pretendemos es darle una doble utilidad a este material, que después de darle el primer uso es botado a la basura; llegando este material a relleno sanitario y a fuentes hidrográfica contaminando todo a su paso donde reposa este tipo de material.

Según la estadística de consumo de gaseosas en este tipo de material, en Colombia se utilizan al año alrededor de 170 envases por personas que al multiplicarlos por los

cincuenta millones de habitantes existente en Colombia esto daría un total de 8'500.000.000 envases flotando cada año en nuestras calles, relleno sanitarios y otros lugares contaminando los lugares en donde llega este tipo de material lo cual una bolsa plástica tarda alrededor de 100 años en descomposición y más aún este tipo de material como es el PET, que está compuesto de polímero en gran densidad lo cual lo hace un material resistente y que nunca realizara una descomposición por el tipo de plástico grueso y rígido (**Puentes Gomez, 2018**)

Según la (**alcadialaPazBolivia, 2016**)) Bolivia Por el día mundial de reciclaje, la Secretaría Municipal de Infraestructura Pública (SMIP) presentó la mañana de este martes las escobas ecológicas fabricadas con botellas pet. Los utensilios de aseo se fabrican en una hora.

El secretario municipal, Rodrigo Soliz, explicó que la idea nace por una necesidad de generar la reutilización de algunos materiales, “porque está en nuestro plan estratégico hacer la limpieza de la ciudad, pero con materiales reciclados, es así que hemos creado esta máquina que generan estas escobas”.

Se prevé que las escobas ecológicas sean utilizadas inicialmente por obreros de la Secretaría Municipal de Infraestructura Pública y del Programa Barrios y Comunidades de Verdad y posteriormente sean usadas en subalcaldías y otras unidades del municipio.

Para realizar una escoba se necesitan entre ocho y 10 botellas pet. Cada recipiente es cortado en tiras en una máquina que tiene en su base un estilete que rebana el plástico y un mecanismo que hace girar la botella para que sea cortada.

“Lo primero que hay que hacer es cortar la base de la botella y ponerla en el tubo guía para que un estilete corte el ancho de las cerdas. Luego la línea de plástico es recolectada por dos travesaños y un eje que con la ayuda de una manivela recolectan el plástico a modo de rueca”,

explicó Víctor Marino, de la secretaría municipal, mientras demostraba al público el

funcionamiento.

Seguidamente se debe introducir los dos travesaños con los plásticos a un horno pequeño durante cinco minutos para endurecer y en rectar el producto.

Después de enfriar los travesaños se procede a cortar las tiras e introducirlas a una madera que cuenta con 56 huecos. Se teje con el mismo hilo de plástico y se pone otra madera con pernos para sujetar las cerdas. Por último, se atornilla una pequeña cañería donde se enrosca el palo de madera.

La secretaria Municipal de Gestión Ambiental, Mariana Daza dijo que es importante este tipo de emprendimiento pues reduce los costos al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) en la adquisición de nuevas escobas.

“Estamos orgullosos de que otras unidades del GAMLP asuman el reto de demostrar a los ciudadanos que es posible cerrar ciclos de reciclaje, que es posible reutilizar los residuos que se creían como basura y darles otro uso. Obviamente vamos a apoyar todas las iniciativas que se puedan dar dentro de la gestión”, agregó Daza.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) celebra desde 1994 cada 17 de mayo el Día Internacional del Reciclaje.

Tomado de: <http://www.inforse.com.bo/la-alcaldia-fabrica-escobas-con-botellas-pet-para-dar-un-impulso-al-reciclaje/>

Según la página (**Conocimientoweb, 2013**) La actividad de la fabricación de escobas consiste la transformación de un conjunto de partes o piezas hechas de diferentes materiales y productos plásticos aptos para su apropiada unión en el momento de la fabricación de las misma, lo cual los plásticos se caracterizan por una alta relación resistencia/densidad, unas propiedades excelentes para el aislamiento térmico y eléctrico y una buena resistencia a los ácidos,

álcalis y disolventes; se da el nombre de escoba al Instrumento de limpieza utilizado para remover del piso, el polvo y basura en general. Está compuesto por un palo en cuyo extremo se encuentra un haz de fibras, plástico, ramas etc.

Si bien los plásticos son materiales polímeros orgánicos (compuestos formados por moléculas orgánicas gigantes) que son plásticos, es decir, que pueden deformarse hasta conseguir una forma deseada por medio de extrusión, moldeo o hilado.

Las moléculas pueden ser de origen natural, por ejemplo, la celulosa, la cera y el caucho (hule) natural, o sintéticas, como el polietileno y el nailon.

La escoba plana fue inventada por los Shakers a principios del siglo XIX. Esta escoba tiene más anchura para empujar mejor la suciedad.

En la actualidad, casi todas las escobas que se construyen son planas, habiendo quedado prácticamente obsoleta la escoba redonda; y podemos clasificar los procesos de la siguiente manera:

➤ **Polimerización**

Por medio de este proceso los plásticos se pueden clasificar en polímeros de condensación y polímeros de adición. Las reacciones de condensación producen diferentes longitudes de polímeros, mientras que las reacciones de adición producen longitudes específicas.

Por otro lado, las polimerizaciones por condensación generan pequeñas cantidades de subproductos, como agua, amoníaco y etilenglicol, mientras las reacciones de adición no producen ningún subproducto.

➤ **Posibilidades de procesado**

Aquí el plástico se procesa de formas distintas, según sea termoplástico o termoestable. Los termoplásticos, formados por polímeros lineales o ramificados, pueden fundirse.

Se ablandan cuando se calientan y se endurecen al enfriarse. La mayoría de los termoestables ganan en dureza cuando se calientan; el entrecruzado final que los vuelve rígidos se produce cuando se ha dado forma al plástico.

➤ **Naturaleza química**

De un plástico depende del monómero que compone la cadena del polímero.

Clasificación de las escobas según sus componentes:

Existen diferentes tipos según la dureza y longitud de filamentos adecuadas para cada tipo de superficie como cerámica, madera, mármol, piso laminado, alfombras, superficies ásperas.

Tienen diferentes presentaciones por ejemplo de mango madera, mango metálico y sin mango.

Entre los principales tipos de escobas tenemos:

- ✓ Escobas de cerdas rígidas de fibra
- ✓ Escobas de fibra rígida cerdas de nylon
- ✓ Escobas de fibra de cerdas de plástico
- ✓ Escobas de hoja de palma o cogollo
- ✓ Escobas de paja o ramas
- ✓ Escobas de sorgo
- ✓ Escobas de botellas de plástico.

Proceso de fabricación:

Elaboración de una escoba de botellas de plástico.

Materiales:

-  20 botellas de bebida de plástico de 2 litros
-  1 palo de escoba
-  Tijeras
-  Corta cartón (cúter)
-  Perforador o taladro
-  Alambre
-  Martillo
-  Clavos

Procedimiento:

Primeramente, hay que retirar la etiqueta de la botella. Posteriormente es importante quitar el fondo de la botella cortando con el corta cartón (cúter).

Una vez que se haya realizado el procedimiento anterior hay que hacerle cortes a la botella hasta la parte más curva. La botella va a quedar con tiras de cerca de 0,5 cm aproximadamente.

Retire la boquilla con la tijera es importante hacer 18 botellas sin boquilla y deje una con boquilla.

Encajar las piezas sin boquilla, una a una, por sobre la botella con boquilla. Está así lista la base de la escoba.

Realizar un corte la parte superior de otra botella y encájela por encima de la base de la escoba que acabas de preparar.

Hacer dos hoyos y encaje el alambre atravesando todas las capas de botellas.

Hay que enrollar del alambra hasta el otro lado y doble las puntas para terminar, hay que asegurar las piezas con la ayuda de dos clavos de este modo ya queda terminada la escoba.

Elaboración de escobas con varita de palma de vino

El proceso de elaboración de este tipo de escoba comienza con la extracción y posterior secado de la varita, una vez seca es pesada y se forman montoncitos de una libra.

Al momento de sacar la varita puede hacerse de dos formas, una llamada fina en la que se extrae la varita lo más limpia posible y otra llamada basta un poco menos elaborada.

Posteriormente se tiende una pita de aproximadamente 1.20 metros de largo, en la cual se deberá tejer la malla de la escoba, primero se teje como una cuarta usando varita fina y luego se termina con la varita basta hasta completar el largo de la escoba.

Una vez terminada la malla de la escoba esta se enrolla en un palo de madera y se ata usando los extremos de la pita de la malla.

Tomado de: <http://conocimientosweb.org/elaboracion-de-una-escoba/>

6. METODOLOGÍA

6.1 Tipo de investigación

Se realizará el siguiente estudio para el desarrollo de nuestra idea de negocio como son la fabricación y venta de escobas ecológicas; de forma exploratoria que nos permita, especificar y no ayudes a determinar los factores existentes del mercado, con base a nuestro producto, competencia, sector objetivo, combinándolo con el estudio exploratorio, con la finalidad de estimar las características y tamaño del mercado actual y los diferentes factores internos y externos del mercado en el cual se pretende incursionar.

6.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias a utilizar son las páginas web de diferentes entidades privadas y gubernamentales que permitirán hacer el respectivo análisis de la información y darán el enfoque respectivo en cada proceso, bibliografía en temas de creación de empresa, administración, mercadeo, finanzas, presupuestos, políticas etc. Para realizar los análisis técnicos, legales, sociales, financieros y administrativos. Entre las fuentes secundarias se tienen:

a) **WWW.DIAN.ORG.CO :**

Se puede recolectar información acerca de normatividad, impuestos y cifras relevantes del sector del mercado y nos ayuda con el estudio exploratorio del mercado de las escobas.

b) **WWW.DANE.ORG.CO**

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia.

El DANE ofrece al país y al mundo más de 60 investigaciones de todos los sectores de la economía, industria, población, sector agropecuario y calidad de vida, entre otra información sumamente importante en el análisis del entorno del presente proyecto.

Por medio de esta entidad podemos saber, cual es la cantidad de personas en Colombia y más aún el dato de personas que habitan por cada municipio; lo cual nos ayuda mucho para la investigación del mercado objetivo en el municipio de Sibatè – Cundinamarca.

c) WWW.ANDI.COM

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI, es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Fue fundada el 11 de septiembre de 1944 en Medellín y, desde entonces, es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros. En esta página se puede encontrar información relevante del sector manufacturero y estadísticas de nuestro tema de estudio.

d) WWW.CCB.ORG.CO

La Cámara de Comercio de Bogotá es una institución privada sin fines de lucro que se encarga de administrar los registros mercantiles de las empresas y sociedades que se crean en Bogotá D.C. y que, por lo tanto, representa los intereses del sector empresarial y de la sociedad en general. Promueve el crecimiento económico en la ciudad, promueve la competitividad y además el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y empresarios de Bogotá. Además, otorga formalidad a la actividad económica, fortalece el desarrollo empresarial. En esta fuente de consulta podemos acceder a información altamente relevante del sector y economía del país, adicionalmente provee información de constitución de empresas y mantenimiento de las mismas, y también asesoría y cursos de

diferentes sectores lo cuales son gratuitos y lo que busca es fortalecer la parte empresarial de cada empresario que realice su registro mercantil en esta entidad.

e) **WWW.PAGINASAMARILLASBOGOTA.COM**

Esta página digital provee información comercial y de negocios por cuanto es un directorio electrónico de establecimientos de comercio e industrias localizadas por producto o servicio ofrecido en Colombia, por ello es una fuente de información de gran importancia o un aliado digital estratégico, ya que por medio de ella podemos saber dónde están localizados nuestros competidores y proveedores que nos suministran la materia prima para la fabricación de nuestro producto.

f) **WWW.DIRECTORIOEMPRESARIALCOLOMBIANO.COM**

El Directorio empresarial colombiano, es una compañía enfocada en prestar un servicio de contacto mercantil, tanto nacional como internacional, con el fin de garantizar una búsqueda de fácil acceso a bases de datos tanto de proveedores como distribuidores del sector.

g) **WWW.PORTAFOLIO.COM**

Esta es una fuente de información importante para el empresario, la cual provee datos acerca del estado actual de la economía de los diferentes sectores del país y el mundo, ayudara a proveer información de tipo económico del sector industrial y el entorno económico de la idea del negocio, y el cambio actual de la moneda y las diferentes tasas de cambio para aquellas personas que deseen exportar o importar.

6.3 Fuentes primarias

Para las investigaciones de mercado se realizaron, encuestas y solicitud de asesoría a fuentes que estén implicadas en la creación e implementación de la idea de negocio, como:

Microempresarios formales e informales y unidades productivas del municipio de Sibatè - Cundinamarca.

También se realizó consulta en la alcaldía del municipio de Sibatè, al director de desarrollo económico, con el fin de saber si en este municipio hay alguna microempresa o unidades productivas que se dedique a esta actividad como es la fabricación de escobas.

6.4 Variables e instrumentos

Para el presente trabajo se realizaron encuestas a las fuentes primarias, así como la implementación de Focus Group.

La encuesta está diseñada para conocer variables como el mercado, proveedores, competencia y el entorno en el contexto precio, calidad, tiempos de entrega, satisfacción de necesidades, frecuencia de consumo e información relevante que deberá analizar la empresa, dirigida a:

Tenderos, supermercados, almacenes agrícolas y a personal que se dedique a la comercialización de productos de aseo., del municipio de Sibatè.

Con base en nuestra apuesta, no solo estas personas que tienen este tipo de actividad económica son nuestros clientes; le apostaremos también aquellas empresas del sector



dedicadas a la limpieza del municipio y sus alrededores, que nos ayuden a potenciar nuestro producto y que a la vez tengan un inventario rotativo de útiles de aseo, y se generen alianzas con la finalidad de aumentar la demanda de nuestras escobas ecológicas en este sector.

6.5 Análisis de la información

Para la evaluación de las encuestas se realiza el análisis y procesamiento de la información con la organización y posterior tabulación con los métodos cualitativos y cuantitativos para un resultado más objetivo.

6.6 Proyecciones

Con nuestro proyecto buscamos la consolidación y sostenibilidad de la idea de negocio de creación de la primera empresa de manufactura de escobas ecológicas, mediante la innovación en sus procesos y generación de empleo digno con alta responsabilidad social y ética, siendo una empresa apoyada en la normatividad colombiana enfocada a generar un impacto económico y cuidando el medio ambiente en el municipio de Sibate - Cundinamarca.

Este proyecto lo que busca mostrar e incentivar a los compañeros y estudiantes de las diferentes universidades presentes en Bogotá; que se puede emprender con una simple idea que al analizarla al detalle esta trasciende en la creación e implementación de una idea de negocio factible.

6.7 Limitaciones

En una investigación es limitante el tiempo utilizado para la recolección y análisis de la información, y los posibles inconvenientes en el momento de acceder a dicha información por cuanto algunas fuentes poseen restricciones en el momento de facilitarla para ello la utilización de las TICS, para optimizar estos procesos y la utilización del mayor número de fuentes para tener una amplia visión al respecto.

Con relación a nuestra idea de negocio, no se encuentra mucha información debido a que



es una idea totalmente nueva por los componentes que integra la creación de nuestro producto.

7. DIAGNOSTICO

En este segmento de nuestro trabajo hace énfasis a la contextualización de la industria de productos de aseo específicamente a las escobas, con la finalidad de resaltar todos aquellos antecedentes con relación a este tipo de industria y su situación actual.

El contexto proporciona información de gran importancia de nuestra idea de negocio, dándonos la información pertinente del entorno en el cual se encuentra los pros, los contras y las herramientas que se deberán utilizar para las proyecciones de los próximos años de operaciones de nuestra empresa **Eco - Broom**.

7.1 ANTECEDENTES

7.1.2 Fortalezas del sector

De acuerdo a la información suministrada por la alcaldía de Sibate - Cundinamarca en el momento no se encuentra una empresa registrada que se dedique a esta actividad, como es la elaboración de escobas con base al reciclaje de botellas “Pet” , lo cual en el registro de empresas en este municipio se encuentran alojadas 90 empresas que su actividades son totalmente diferentes a la nuestra idea de negocio, con base a la información suministrada no tendríamos competencia al momento de iniciar o incursionar en el mercado en este municipio y nos ubicaríamos en un sector o lugar estratégico ya que la mayoría de insumos los suministrarían proveedores dentro y cerca al municipio.

(Sibate "Motivo para crecer y Avanzar", 2018).

Tomado de: <http://www.sibate-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx#modal-Info>

<https://guiaempresas.universia.net.co/localidad/SIBATE-CUNDINAMACRCA/?qPagina=3>

7.1.3 Debilidades del sector

Según la información que se ha recolectado hasta este punto de la investigación; es que hasta ahora es un producto nuevo y entrar en este sector como es el de los útiles de aseo o incursionar en el mercado y posesionar una marca es bastante complejo, pero utilizando las herramientas y las estrategias necesaria se entraría a competir con las diferentes marcas y diseños existentes en este segmento.

según (Andi, 2018) La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se creó con el propósito de desarrollar con los empresarios del sector, acciones que tiendan a su fortalecimiento y beneficio, coordinando esfuerzos a través de la Asociación. Esto en el campo industrial, de comercio y servicios.

La industria se compone de tres subsectores: Cosméticos, Aseo, y Absorbentes. En conjunto, el sector ha supuesto beneficios económicos para el país y para los grupos que participan en su cadena de valor. Lo anterior demuestra el potencial del sector como motor de la economía nacional. Los resultados son consecuencia de los esfuerzos conjuntos de la Cámara, las instituciones que lo apoyan, y las empresas que lo componen.

- ✓ **Misión:** contribuir al desarrollo del sector y de sus afiliados en el ámbito nacional e internacional, implementado acciones que atraigan la inversión e incentiven el consumo, dentro de un marco que promueva la responsabilidad social, mediante la búsqueda de oportunidades y ayudando a eliminar las restricciones y obstáculos en los campos legal, comercial, de infraestructura, innovación y desarrollo tecnológico, logístico, financiero, económico y publicitario, a través de la representatividad, la credibilidad, la vocería y la capacidad de influir en los diferentes escenarios de decisión.

- ✓ **Visión:** en el **2032** Colombia será reconocida como un líder mundial en producción y exportación de cosméticos, productos de aseo del hogar y absorbentes de alta calidad, con base en ingredientes naturales propios de la biodiversidad colombiana.

Tomado de : <http://www.andi.com.co/Home/Camara/15-industria-cosmetica-y-de-aseo>

7.2 Matriz de planeación del diagnóstico

“En la planeación del diagnóstico se enfatizan todas las reflexiones que se hacen en torno a las debilidades oportunidades, fortalezas y amenazas que surgen dentro y fuera de la unidad empresarial con base a la idea de negocio.

Lograr identificar estos factores es de gran importancia para nuestra idea, y de la misma manera prepararse para enfrentar el reto y al mismo tiempo minimizar los efectos negativos o utilizarlos para maximizar sus efectos”, es nuestra finalidad con nuestra idea de negocio **Eco – Broom (virtualpro, 2018)**

A continuación, se establecerá la matriz de planeación del diagnóstico con la finalidad de establecer los instrumentos y técnicas más relevantes basadas en las fuentes primarias y secundarias para la recolección de la información en cuanto a los factores que influyen en la viabilidad de la idea de negocio, como es la fabricación de escobas ecológicas.

Tabla 1. Matriz de planeación del diagnóstico

MATRIZ DE PLANEACIÓN DEL DIAGNOSTICO				
ECO - BROOM				
	DEFINICIONES	MUESTRA		CRONOGRAMA
MACROAMBIENTE	<p>Situación actual</p> <p>Percepción de los consumidores finales de nuestro producto.</p> <p>Economía:</p> <p>Ingresos económicos por hogares en el municipio de Sibatè.</p>	<p>Habitantes del municipio de Sibatè y tenderos entre otros.</p> <p>Cuantificación de las empresas ubicadas en Sibatè.</p> <p>Identificación de las actividades de las empresas ubicadas en municipio de Sibatè.</p>	<p>Método Estudio</p> <p>Tipo descriptivo y de observación.</p> <p>Técnica</p> <p>Observación directa, encuesta.</p> <p>Instrumento</p> <p>Encuesta</p>	MAYO a JUNIO 2018
MICROAMBIENTE	<p>Situación actual</p> <p>Ubicación de los proveedores.</p> <p>Clientes:</p> <p>Clientes estratégicos y por convenios institucionales.</p> <p>Puntos</p> <p>Distribución cercanos a nuestros clientes potenciales y no potenciales.</p> <p>Precio</p> <p>Asequibles a todos los consumidores finales.</p> <p>Localización</p> <p>De la empresa.</p> <p>Producto</p> <p>Acabado óptimos y de excelente calidad.</p>	<p>Identificación de las actividades de las 90 empresas ubicadas en municipio de Sibatè</p> <p>Fuentes primaria:</p> <p>-Microempresarios formales e informales y unidades productivas del municipio de Sibatè - Cundinamarca.</p> <p>- Alcaldía de Sibatè</p> <p>Fuente secundaria:</p> <p>ANDI y páginas Web</p>	<p>Método Estudio</p> <p>Tipo descriptivo y de observación.</p> <p>Técnica</p> <p>Observación directa, encuesta.</p> <p>Instrumento</p> <p>Encuesta</p>	JUNIO a JULIO 2018

AUTORIA PROPIA (Basado en diseño web)

7.2.1 Justificación Instrumentos de Planeación del Diagnostico

Realizaremos una encuesta con fines analíticos, para tener información específica del entorno, teniendo como base que en la etapa exploratoria se encontró información relevante del mercado, se deben realizar un proceso que nos ayuden a encontrar todos aquellos clientes potenciales y aquel segmento o lugar del mercado de mayor interés, que nos ayuden a tener unas ventas frecuentes y la relación de nuestra idea de negocio de la forma del corto plazo y largo plazo con nuestros proveedores.

Por otro lado, las preguntas encierran un mix, entre abiertas y cerradas; en donde se le dan preferencia las cerradas que a la vez son de gran relevancia y que del mismo modo se pueden cuantificar de forma directa.

Como para hacer énfasis no podemos ser ajenos a las opiniones y aquellos aspectos que nuestros clientes y personas del municipio de Sibatè se pueda determinar aparte del enfoque que genere el estudio de nuestra idea de negocio al momento de estructurarla.

Las preguntas en la encuesta deberán ser realizadas de forma directa y de forma clara, con la finalidad de que las personas puedan recepcionar con mayor facilidad la información; con el fin de tener una base de datos solidas de las empresas y unidades productivas existentes en el municipio de Sibatè, con base a tener lapsos de apoyo de una u otra forma.

7.2.2 Procedimiento: validez y confiabilidad

A continuación, se define el procedimiento a seguir para la aplicación de cada instrumento.

Tabla 2 Aplicación de los instrumentos

INTRUMENTO DE MEDIDA					
ECO - BROOM					
N°	INSTRUMENTO	APLICADO A	FECHA	LUGAR	CANTIDAD
1	Encuesta dirigida a la comunidad del municipio de Sibatè. Evaluación Macro ambiental	16 personas		Municipio de Sibatè - Cundinamarca	16 personas
2	Encuesta dirigida a los tenderos y supermercados. Evaluación Micro ambiental del municipio.	16 comerciantes		Municipio de Sibatè - Cundinamarca	16 comerciantes

AUTORIA PROPIA

7.2.3 Procesamiento y tabulación gráficamente de la información

A continuación, se representará de la forma gráfica los resultados obtenidos o que arrojo la aplicación de la encuesta a las personas y comerciante del municipio de Sibatè, con la finalidad analizar cada uno de los aspectos planteados, y que a la vez estos nos sirvan como ayuda en la investigación de la situación actual y del entorno al momento de la implementación de nuestra idea de negocio.

Tabla 4 Población y Empresarios en Sibatè

POBLACIÓN Y EMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE SIBATÉ			
ECO - BROOM			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD Personas	PORCENTAJE %	CANTIDAD PERSONAS
POBLACIÓN	38.412	93	35.723
EMPRESAS	90	2	768
UINIDADES PRODUCTIVAS	40	1	384
TIENDAS Y SUPERMERCADOS	15	3	1.153
OTRO TIPO DE NEGOCIOS	65	1	384
		100	38.412

Grafico 1 Población y Empresarios en Sibate.



Según la tabla de nuestros resultados en el municipio de Sibate lo componen alrededor de **38.412** habitantes; lo cual el **93 %** de la población se dedica a otras actividades en la parte agrícola, con un total de **35.723**, tiendas y supermercados este sector está integrado por **1.153** personas; **768** están integrados al personal que ha creado empresa y que son las que se encuentran en este sector como es el municipio de Sibate, por otro lado encontramos las unidades productivas apoyadas por la alcaldía y al mismo tiempo se puede evidenciar personas que se dedican a otra clase de negocio con el mismo porcentaje para cada con un **1%** de la población, con un total de **384** personas para cada sector.

Se puede argumentar que según nuestra tabla y analizando los porcentajes, este es un municipio netamente agrícola debido a que este sector tiene un porcentaje más elevado de la población con una concentración del **93%** de toda la población a las cuales los habitantes concentran todo su esfuerzo de sus actividades diarias.

7.2.4 Encuesta Población y Empresarios en el municipio de Sibatè

Tabla 5 Procesamiento de resultados

TABLA PROCESAMIENTO DE LOS DATOS					
ECO - BROOM					
			DISPONIBILIDAD DE PAGO		
CRITERIOS EVALUATIVO	PORCENTAJES%	# PERSONAS	Menos de \$ 2.500	Más de \$ 3.500 pero menos de \$ 6.000	Más de \$ 6.000
Disponibilidad de comprar escobas ecológicas.	100	30	1	20	9
Disponibilidad de pago por el producto más frecuente (\$ 3.500 a \$ 6.000).	66,7	20			
Conocimiento de empresas que vendan escobas ecológicas.	93,3	28			
Conocimiento de los encuestados de este tipo de escobas	65,5	19			
Tiempo de compra de escobas de 4 a 6 meses	43,3	13			
Lugar donde más compras escobas los usuarios. Almacenes de cadena y supermercados etc.	84,6	22			

Personas encargas de la compra (el propio usuario)	53,3	16			
Utilización de este tipo de instrumento semanalmente en casa.	56,7	17			
Persona encargada de realizar el aseo (la misma persona sola).	53,6	15			
Actualidad de los encuestados con quien viven más común, (esposo(a) y esposo(a) e hijos	33,3	20			
Situación actual del encuestado (soltero)	43,3	13			

Elaboración Propia

7.2.5 Ficha técnica del Producto

Tabla 6 Ficha técnica del Producto

	<h1>FICHA TÉCNICA</h1> 
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO</p>	<p>Escobas Ecológicas</p>
<p>DESCRIPCIÓN DE NUESTRO PRODUCTO</p>	<p>Escobas ecológicas, fabricadas de material reciclado de botellas de gaseosas pet, la cuales están diseñadas para trabajo pesado o industrial; basado en las necesidades que requiere los clientes y que de acuerdo a estas especificaciones nuestro producto cumplirá todas las expectativas con el uso requerido.</p>
<p>CALIDAD, CARACTERÍSTICAS (FISICAS, TECNICAS, TANGIBLES, INTANGIBLES, SIMBÓLICAS)</p>	<p>Calidad: nuestras escobas ecológicas se ajusta al presupuesto y necesidades del cliente, debido a la existencia de material reciclable es nuestra materia prima principal, lo cual nos hace más competitivos en el mercado por su calidad y su cómodo precio; también a futuro emplearemos un nuevo producto que supla las necesidades del hogar basado en el mismo diseño pero con materiales de la misma denominación más suave, con la finalidad de ampliar nuestro mercado y al mismo tiempo ser más competitivos con base a esta industria.</p>
<p>VALOR AGREGADO</p>	<p>Con base al valor agregado de nuestras escobas ecológicas se realizarán las entregas con un tiempo determinado de una hora después de haberse realizado el pedido, ya que siempre se manejará inventario existente en bodega; todo esto se hará con el fin de que nuestros clientes se sientan satisfechos y de la misma manera poder ir fidelizándolos e ir ganando una cuota de mercado diariamente de forma significativa.</p>

REQUISITOS GENERALES

Nuestros clientes exigen un producto que se ajuste a sus necesidades y que este a la vez cumpla con las especificaciones ofrecidas en el momento de la negociación del mismo; la compañía siempre deberá innovar y tecnificar cada día sus procesos y de la misma manera capacitar continuamente el personal con el fin de alcanzar un alto estándar con base a la fabricación de nuestras escobas.

REQUISITOS ESPECIFICOS

Con relación a las especificaciones de nuestras escobas, esta tiene una variedad en sus características con relación a la ya existentes en el mercado actual, las cuales son de gran importancia tanto para el medio ambiente como para nuestra empresa como es ECO – BROOM; lo que se puede observar una variedad del producto en 2 colores como son cristal y verde, que al mismo tiempo todo esto está a disposición de la selección de nuestros clientes.

BENEFICIOS

Con base en nuestra idea de negocio se puede resaltar que nos especializaremos en darle prioridad a todos nuestros clientes; no importa que tan grande sea o si tiene un negocio robusto, todos son de gran importancia para nuestra empresa y que de la mano de todos ellos podemos crecer mutuamente con la finalidad de tener lapsos comerciales duraderas y al mismo tiempo poder brindarles un producto que le genere beneficios tanto por su precio, como por su gran resistencia y durabilidad que es lo que todo cliente busca cuando adquiere un producto.

USO

(QUE SITUACIÓN LLEVA AL USO DEL PRODUCTO)

Las escobas de tipo industrial se utilizan en partes como zonas comunes y al interior de las empresas que se dedican a la parte industrial, para la remoción de suciedad en estas zonas; también las podemos utilizar en la parte agrícola para barrer todo tipo de suciedad pesada.

Nuestras escobas ecológicas fabricadas con este tipo de material pet, es muy resistente para este tipo de trabajo, para tener en cuenta como prevención y buen uso, no se debe utilizar este tipo de escobas en superficies con fuego, debido a que la cerda compuesta de este material se deforma con el fuego; de su buen uso depende la durabilidad y la resistencia de nuestras escobas ecológicas.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Existen en nuestro país 20 empresas dedicadas a la fabricación de escobas de todo tipo, de las cuales existen seis fábricas de escobas ubicadas en Bogotá.

Tenemos una apuesta en donde se puede marcar la diferencia por el tipo de material que se manejará a través del reciclaje, lo cual será una buena propuesta para nuestros cliente observándolo desde dos puntos, la parte de conservación del medio ambiente y por otro lado la económico.

PRODUCTOS

Grapas, material pet, y madera.

COMPLEMENTARIOS

**PRESENTACIÓN DE
NUESTRO PRODUCTO**

Se empacarán en cajas de 25 unidades para clientes que requieran grandes cantidades para sus negocios; y presentaciones de 10 y 5 unidades para negocios pequeños como tiendas y supermercados de barrio del municipio.

INSTRUCCIONES DE USO

Se rotulará las instrucciones de uso en el producto, teniendo como recomendación el uso en donde exista fuego; que partiendo de su buen uso se puede utilizar en zonas húmedas, superficies lisas y corrosivas

RECOMENDACIONES

Del buen uso que se le dé al producto en este caso nuestras escobas, dependerá la resistencia y durabilidad, con base a esto se tendrá en cuenta el tiempo y las modificaciones que se deban hacer en cuanto a mejoras; siempre buscando la tranquilidad de nuestros clientes y al mismo tiempo dar respuestas inmediatas a todos aquellos inconvenientes con la finalidad de no afectar los contratos o convenios comerciales.

Elaboración Propia (**Basado diseño web**)

8. ESTUDIO DE MERCADO BECHMARKING

Tabla 7 Análisis de competencia

ANALISIS DE COMPETENCIA BECHMARKING					
EMPRESAS	PRODUCTO	PRECIO	SECTOR	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	FOTO
FULLER	Cepillo industrial calle	\$ 13.500	Industrial	Cepillo industrial para superficies corrosivas y trabajo pesado.	
ESTRA	Cepillo industrial	\$ 15.000	Industrial	Cepillo industrial para superficies corrosivas y trabajo pesado.	
BIGGEST S.A	Cepillo tipo Edis	\$ 16.000	Industrial	Cepillo industrial para superficies corrosivas y trabajo pesado.	
ECO - BROOM	Cepillo industrial ecológico	\$ 12.000	Industrial	Cepillo industrial para superficies corrosivas y trabajo pesado.	

Elaboración Propia

8.1. Identificación Del Segmento

Tabla 8 Segmento del mercado

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO MUNICIPIO DE SIBATÉ	
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES	Los clientes buscan en un producto calidad, precios y que a la vez este cumpla todas las expectativas que esperan los consumidores y que a la vez este rote de una manera continua y genere beneficios para las dos partes.
ACCESIBILIDAD DEL SEGMENTO	En este municipio es del fácil acceso al segmento que se busca, debido a que es un punto estratégico y está tomando fuerza por la calidad de ubicación de empresas del sector; lo cual este factor nos ayudara a tener más clientes potenciales y se puede tener un mayor contacto con los proveedores y nuestros clientes del municipio y sus alrededores; lo cual se puede trazar metas a corto plazo y largo plazo utilizando estrategia de mejoras continua y relaciones de negocios positiva en beneficio de nuestra empresa y al mismo tiempo contribuir con el desarrollo empresarial de este municipio como es el de Sibaté Cundinamarca.
TAMAÑO DEL SEGMENTO	Existen alrededor de 90 empresas registradas según la cámara de comercio de Cazucá equivalentes a 2% de la población que hacen parte de la parte empresarial, el 1% de la población constituyen a la unidad productiva registrada en la alcaldía de Sibaté, las cuales obtienen recurso o capital semilla para iniciar sus ideas de negocio; el 3% equivale a tiendas y supermercados del municipio los cuales las empresas y supermercados, tiendas son nuestro mercado objetivo, los cuales estos indicadores demuestran que el 93% de la población se dedican a actividades netamente agrícolas y que en cierto modo también nos pueden ayudar a rotar en cierto modo nuestro producto.

Elaboración **Propia**

8.2 Segmentación del Mercado

Tabla 9 Mercado Total, Potencial, Objetivo

MERCADO TOTAL
<p>Como se puede establecer los productos de aseo son indispensable en todo hogar e industria lo que vale la pena resaltar que uno de esos elementos fundamental son las escobas; debido a que con este tipo de elemento realizamos la limpieza, removiendo suciedad al interior de viviendas e industrias, también se puede establecer que en Colombia según la investigación existen alrededor de 20 empresas que se dedican a la fabricación de escobas de todo tipo; las cuales 6 de estas industrias están alojadas en la capital Bogotá. según la investigación se dice que en el municipio de Sibatè hay alrededor de 38.412 habitantes y un total de 9.350 hogares equivalente a unas 3,9 personas por hogar.</p>
<p>960 * \$ 12.000 (Venta Mensual) = \$ 11.520.000</p>
<p>Producción anual 960 *12 = 11.520</p>
<p>11.520 *\$ 12.000 = \$ 138'240.000 Venta Anual</p>
MERCADO POTENCIAL
<p>Se puede establecer que este municipio está habitado por 38.412 personas lo cual el 93% de la población se dedican a labores netamente agrícolas, las cual este porcentaje equivale a un 35.723 personas que pueden utilizar nuestras escobas para limpieza y remoción de suciedad en sus diferentes actividades agrícolas ecológicas que la podrán adquirir a través de tiendas y supermercados; y otro factor importante son las empresas del sector que equivale a un 2% de la población, las cuales se realizaran ventas directas de escobas para la limpieza de sus espacios industrial.</p>
MERCADO OBJETIVO
<p>Por la segmentación encontramos que de las 90 empresas del sector que cumplen con el esquema que se ha generado en primer paso se deberá apuntar a aquellas que por estudio de mercado estén más dispuestas a la compra de este tipo de escobas, como también se</p>

pudo establecer según las personas encuestadas el 100% tiene la disposición de adquirir nuestro producto en tiendas y supermercados del municipio de Sibatè.

960 * \$ 12.000 (Venta Mensual) = \$ 11.520.000

Producción Mensual 960 *12= 11.520 anual

11.520 *\$ 12.000 = \$ 138'240.000 Venta Anual

CUOTA DEL MERCADO

100%, es el mercado al que le apuntaremos en estrategia para atraerlos como clientes al largo plazo, los individuales y los de alianza con instituciones dependerán de la actividad comercial específica mes a mes, pero siempre buscando aumentar el posicionamiento teniendo en cuenta nuestra capacidad de producción de nuestra la planta.

Elaboración Propia

8.3 ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

8.3.1 Propósito y objetivos de la encuesta:

- ❖ Hallar una oportunidad de negocio y posicionamiento de la marca.
- ❖ Evaluar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la fabricación de escobas ecológicas tipo industrial.
- ❖ Determinar elementos como es el precio, tiempo y entre otros en los cuales el servicio pueda ser de interés por parte del mercado objetivo.
- ❖ Conocer el gusto de nuestros posibles consumidores en el municipio.

8.3.2 Población Objeto De Estudio

El principal interés es tener conocimiento sobre el mercado objetivo ya que puede establecer la dirección del segmento de nuestra industria debido a que es un producto que se entrega a comerciantes y a empresas del municipio de Sibatè; como son las escobas de tipo industrial.

Lo cual se debe analizar con el fin de establecer un foco en el mercado y al mismo tiempo poder ampliar nuestra gama de escobas de todos los tipos a través de este material pet, y poder satisfacer las necesidades de la población y el sector empresarial.

8.3.3 Herramienta para la encuesta

Google Analytic

8.3.4 Tamaño de la Muestra

Se realizaron 32 encuesta con la herramienta Google analytic; 16 a personas del municipio y 16 a empresarios en el municipio de Sibatè – Cundinamarca.

8.3.5 Sistema de muestreo

Aleatorio simple

8.3.6 Formato de Encuesta (Eco – Broom)

<p>1. Usted es: <input type="checkbox"/> Casado/Unión Libre <input type="checkbox"/> Soltero</p> <p>2. Actualmente vive con: <input type="checkbox"/> Esposo(a) <input type="checkbox"/> Esposo(a) e hijos <input type="checkbox"/> Padres <input type="checkbox"/> Otros (amigos, otros familiares) <input type="checkbox"/> Sola(o)</p> <p>3. Quien realiza el aseo en su hogar <input type="checkbox"/> Usted sola(o) <input type="checkbox"/> Otro miembro del hogar (Esposo(a), padres, hijos, etc.) <input type="checkbox"/> Todos los integrantes del hogar (incluyéndolo a usted) <input type="checkbox"/> Pagan para que les hagan el aseo</p> <p>4. Cada cuanto realizan el aseo en su hogar <input type="checkbox"/> Diario <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Cada dos semanas <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Más de un mes <input type="checkbox"/> No sabe</p> <p>5. Quien compra los implementos de aseo de su hogar (jabón, escoba, traperos, recogedor, etc.) <input type="checkbox"/> Usted sola(o) <input type="checkbox"/> Otro miembro del hogar (Esposo(a), padres, hijos, etc.) <input type="checkbox"/> Usted en compañía de otro miembro del hogar (Esposo(a), padres, hijos, etc.)</p> <p>Para los siguientes puntos las preguntas están enfocadas directamente a un elemento específico de los implementos de aseo "escobas"</p>
--

6. Donde compran la(s) escoba(s) de su hogar
- Cualquier lugar donde la pueda conseguir en su barrio
 - Pasan ofreciéndola puerta a puerta
 - Almacén de cadena (surtimax, Líder, supermercado, etc.)
 - Grandes Superficies (Éxito, Alkosto, Falabella, Yumbo, etc.)
 - No sabe
7. Cada cuando compran escoba(s) en su hogar
- Menos de un mes
 - De 1 a 3 meses
 - De 4 a 6 meses
 - Más de 6 meses
 - No sabe
8. ¿Sabía que existen Escobas hechas de material reciclable?
- Si
 - No
9. ¿Conoce alguna empresa o lugar donde venden escobas reciclables? ¿Cual?
- Si _____
 - No
10. ¿Compraría una escoba hecha de material reciclable?
- Si
 - No
11. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una escoba hecha de material reciclable
- Menos de \$2.000
 - Más de \$2.000 pero menos de \$5.000
 - Más de \$5.000

8.3.7 Procesamiento y Análisis De La Información

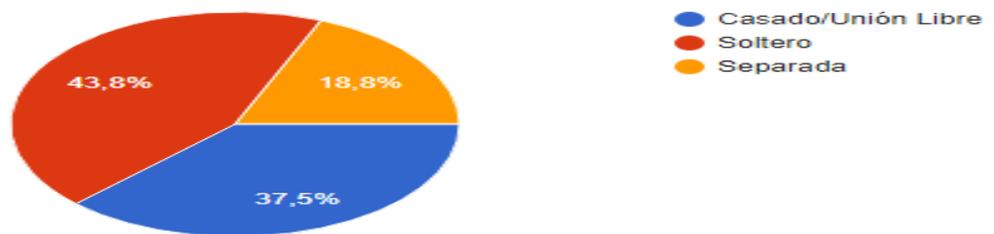
Grafico 2 usted es:

ECO-BROOM

32 respuestas

1. Usted es:

32 respuestas

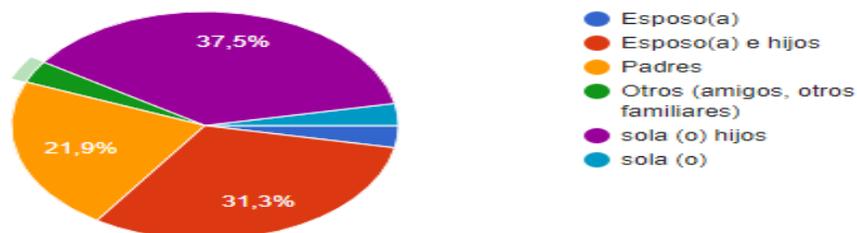


Según el grafico la mayoría de la población encuestada viven en soltería, con un porcentaje del 43,8% y el 37,5% tienen hogar; el 18,8% son separados, lo cual se puede evidenciar por otro lado que también pueden en cierto modo adquirir nuestro producto sin importar la situación sentimental.

Grafico 3 Actualmente vive con.

2. Actualmente vive con:

32 respuestas

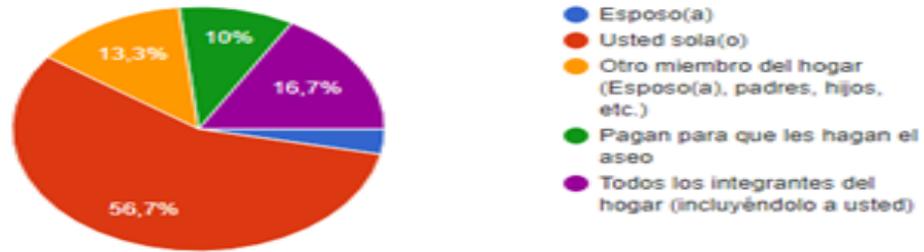


El 37,5 % de las personas encuestados viven solos, y el 33,3% tienen hogar e hijos mientras que el 21,9% todavía viven con sus padres.

Grafico 4 Quien realiza el aseo en su hogar

3. Quien realiza el aseo en su hogar

30 respuestas

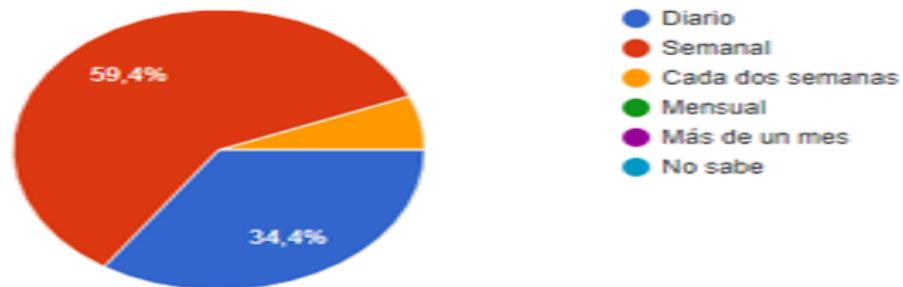


Se puede evidenciar que la respuesta que más arrojó resultados ponderados fue el ítem número dos donde resalta quien ejecuta o realiza el aseo en su hogar con un 56,7% donde la mayoría de los encuestados, ellos realizan el aseo en sus hogares de forma individual.

Grafico 5 Cada cuanto realiza el aseo en su hogar.

4. Cada cuanto realizan el aseo en su hogar

32 respuestas

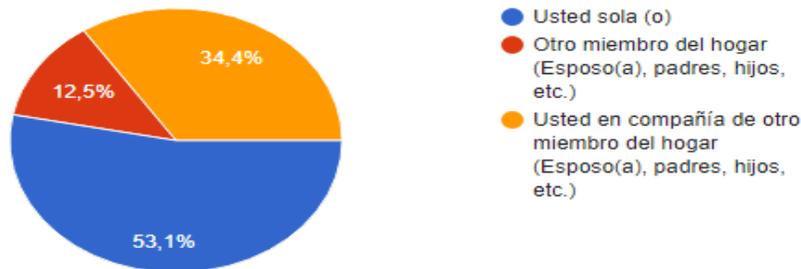


El 59,4% de las personas encuestadas tienen la tendencia de realizar el aseo en sus hogares o lugar de residencia de forma semanal; mientras por otro lado seguido de la tendencia anterior con un 34,4% realizan aseo de forma diaria.

Grafico 2 Quien compra los implementos de aseo en su hogar.

5. Quien compra los implementos de aseo de su hogar (jabón, escoba, traperos, recogedor, etc.)

32 respuestas

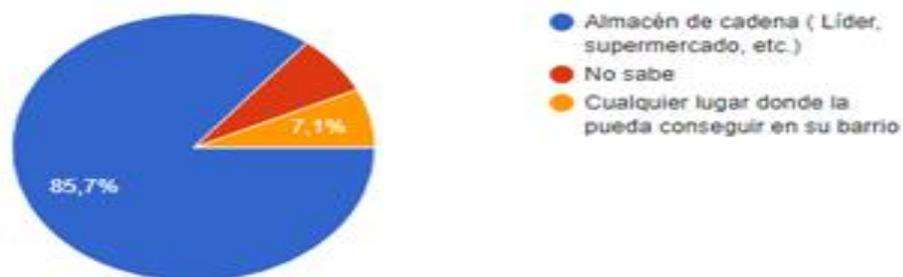


El 53,1% de los encuestados compran sus elementos de aseo de forma individual donde no hay influencia externa por parte de sus familiares; lo que se puede establecer que estas personas realizan compras de acuerdo a su propia decisión.

Grafico 3 Donde compran las escobas para asear su hogar.

Para los siguientes puntos las preguntas están enfocadas directamente a un elemento específico de los implementos de aseo "escobas" 6. Donde compran la(s) escoba(s) de su hogar

28 respuestas

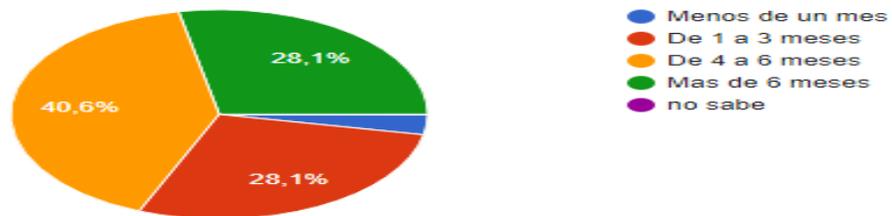


El 85,7% de los encuestados realizan la compra de escobas en almacenes de cadena y supermercado; lo cual se puede evidenciar que de acuerdo a estos resultados un segmento de mercado fuerte y que al mismo tiempo nos refleja un segmento de mercado fuerte seguido por las empresas del sector.

Grafico 8 Cada cuanto compran escobas en su hogar.

7. Cada cuanto compran escoba(s) en su hogar

32 respuestas

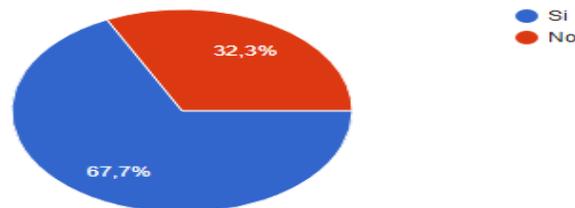


El 40,6% de los encuestados se encuentra en las personas que realizan compra de escobas de cuatro a seis meses, seguido por resultados iguales del 28,1% para cada sector encuestado de personas que realizan compra de estos elementos de aseo de uno a tres meses y con más de seis meses, lo que se puede evidenciar que estas personas estarían en disposición de comprarnos escobas en un periodo de 5 meses lo cual se puede establecer según lo evaluado nuestras venta aumentaría de forma considerables cada 5 meses.

Grafico 9 Sabías que existen escobas de material reciclable

8. ¿Sabía que existen Escobas hechas de material reciclable?

31 respuestas



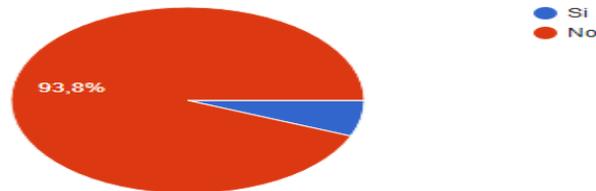


Analizando los resultados para este grafico se evidencia que el 67,7% de las personas que nos colaboraron con la encuesta tienen conocimiento de la fabricación de escobas a través del reciclaje, mientras que el 32,3% no conoce sobre la existencia de la misma, lo cual se puede trabajar un poco en publicidad y llegar a mas hogares.

Grafico 10 Conoces alguna empresa de este tipo

9. ¿Conoce alguna empresa o lugar donde venden escobas reciclables? ¿Cual?

32 respuestas

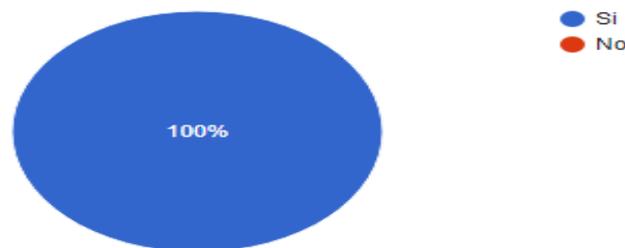


Para resaltar de acuerdo al grafico anterior, se puede evidenciar que el 93,8% de las personas encuestadas no conocen una o empresas que se dediquen a la fabricación de escobas ecológicas en el sector, lo que es un punto a nuestro favor para potenciar nuestra industria y poder ganar una cota de mercado representativa

Grafico 11 Cada cuanto compran escobas en su hogar

10. ¿Compraría una escoba hecha de material reciclable?

32 respuestas

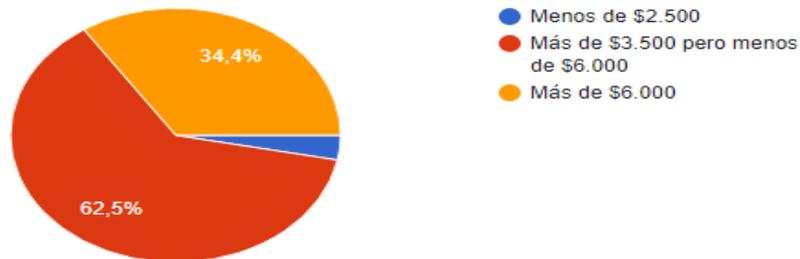


El 100% de las personas encuestadas están en disposición de comprar escobas de tipo industrial ecológicas, se puede evidenciar que es un gran porcentaje debido a que no existe un producto de este tipo en el mercado elaborado con material reciclable pet.

Grafico 12 Disposición de compra

11. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una escoba hecha de material reciclable

32 respuestas



Según los porcentajes de los resultados analizados, las respuestas con más ponderación fue los precios entre \$ 3.500 a \$ 6.000 con un 62,5%, seguidos por un 34,4% de personas que pagan más por un producto con estas especificaciones como son las escobas ecológicas de tipo industrial; se entraría a evaluar a profundidad los resultados, con el fin de ajustar los precios con los que se pretende incursionar en el mercado.

9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tabla 10 Matriz Análisis de la Oferta

ANÁLISIS DE LA OFERTA			
PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
<p>Calidad: el producto terminado pasara por un exhaustivo control de calidad para asegurar que cumpla con los estándares de calidad exigidos por los clientes, y al mismo tiempo supla las necesidades del consumidor final.</p>	<p>Descuentos: por más de 100 escobas mensual; realizando disminución de precio por compras por volumen.</p>	<p>Canales: se realiza la entrega directamente en los negocios o empresas, sin ningún recargo por envió.</p>	<p>Publicidad: se maneja publicidad por internet, Wix.com y Facebook con imágenes de nuestro producto.</p>
<p>Características: el diseño y manufactura de las escobas son diseño estándar, pero se tendrá en cuenta especificaciones de nuestros clientes.</p>	<p>Plazos: se establecerán tipo de pagos, de forma inmediata, crédito a 30,45 días</p>	<p>Tiempo Entregas máximo 6 horas después de realizar el pedido para entregas en el sector o el municipio.</p>	<p>Ventas Se realizaran venta directa en el punto de fabricación , y personalizadas a empresas y comerciantes del sector.</p>
<p>Estilos: Diseño ecológico, resistencia del producto con el fin de que supla las necesidades para las que fue fabricado.</p>			
<p>Tamaño: Ajustado y peso ideal, con la finalidad de que sea más fácil su manipulación.</p>			
<p>Garantía: Si hay un producto defectuoso se realizara el cambio por imperfecciones de fabricación.</p>			

Elaboración Propia

9.1 PROGRAMA DE PROMOCIÓN

9.2. Objetivos Del Programa De Promoción

Ofrecer mediante páginas en internet posibilidad de conocer nuestro producto mediante la difusión de redes sociales y páginas web; las características del producto, diseño, calidad, durabilidad y más importante aún los elementos con los cuales están fabricadas nuestras escobas ecológicas, y al mismo tiempo ir incrementando las ventas en un 10% anual.

9.3 Programa de Publicidad

Publicidad mediante páginas en internet de modo gratuito pero que llegue a mas cliente y que al mismo tiempo esta se pueda visualizar al momento que una persona inicie su servidor.

9.4 Objetivos Del Programa De Publicidad

- ✓ Difundir los servicios de nuestra marca y lograr la captación de nuevos clientes.
- ✓ Llamar la atención del mercado para que conozcan la existencia la empresa Eco – Broom en el municipio de Sibatè y sus alrededores.
- ✓ Llegar a la mente del consumidor generando óptimos niveles de recordación o usando como estrategia el resaltar los atributos de los productos ofrecidos por Eco – Broom y su gran ayuda al medio ambiente a raíz de nuestra operación.
- ✓ Generar impacto en las ventas reflejadas en el incremento de la rentabilidad y el retorno de la inversión.

9.5 Costos De Publicidad

La publicidad en estos medios de difusión no tiene ningún costo debido a que son plataformas gratuitas donde puedes ofertar sus productos a través de plantillas específicas, y diseño propio del requerimiento del anunciante y al mismo tiempo ayuda al impulso de un producto, ya que son espacios en internet visitados por todo el mundo.

9.6 MEDIOS DE DIFUSIÓN

9.6.1 Redes Sociales

Se diseñó páginas en **wix.com** y **Olx** para promover la marca, con difusión a todos los contactos y mercado potencial con base a las fuentes secundarias de información. No tiene costo y es interactiva pues se puede conocer inmediatamente la necesidad del cliente, gusto y expectativa sobre el producto y su respectiva ubicación.

10. ESTUDIO TECNICO

10.1 Tamaño

Por tamaño de la industria del mercado objetivo se debe contar con una planta amplia para atender una producción masiva que abarque los clientes potenciales y sus diferentes necesidades específicas, es decir contar con un sitio que se pueda almacenar el inventario mientras se realiza el despacho de los pedidos, con zona de producción con capacidad de ubicación de las máquinas, procesos de ensamble, empaque, inventario de materia prima, despacho.

10.2 Capacidad de Producción y Demanda Esperada

Tabla 11 Matriz Capacidad de Producción y Demanda Esperada

PRODUCCIÓN MENSUAL					
ECO = BROOM					
<i>Nº OPERARIOS</i>	<i>UNIDADES /DIAS</i>	<i>DIAS/ SEMANA</i>	<i>TOTAL SEMANAS</i>	<i>TOTAL DIAS</i>	<i>TOTAL UNIDADES MES</i>
1	20	6	4	24	480 UNIDS
2	20	6	4	24	480 UNDS
TIEMPO UNIDAD: Estimado por fabricación de escobas 24 minutos / unidad TIEMPO SEMANAL 24Minutos * 40 Unidades = 1.152 Minutos/semana TIEMPO MENSUAL 24Minutos * Unidades = 23.040 Minutos mensual					
TOTAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL					960 UNDS
PRODUCCIÓN ANUAL (Mensual *12 “ se estima 1 mes de vacaciones de los operarios”)					11.520 UNIDS
<i>FUENTE. PROPIA</i>					

Se debe incluir en la medición de la capacidad de producción el tiempo utilizado para el terminado.

Como se evidencia en la figura 1, la capacidad de producción máxima de la empresa está en el rango de 960 escobas mensuales sin embargo se espera una demanda del 80% al iniciar fundamentada en la consecución de clientes y su fidelización.

Para la fábrica la demanda se compone de los comerciante y empresarios que pertenecen al sector comercial y empresarial del municipio de Sibatè Cundinamarca.

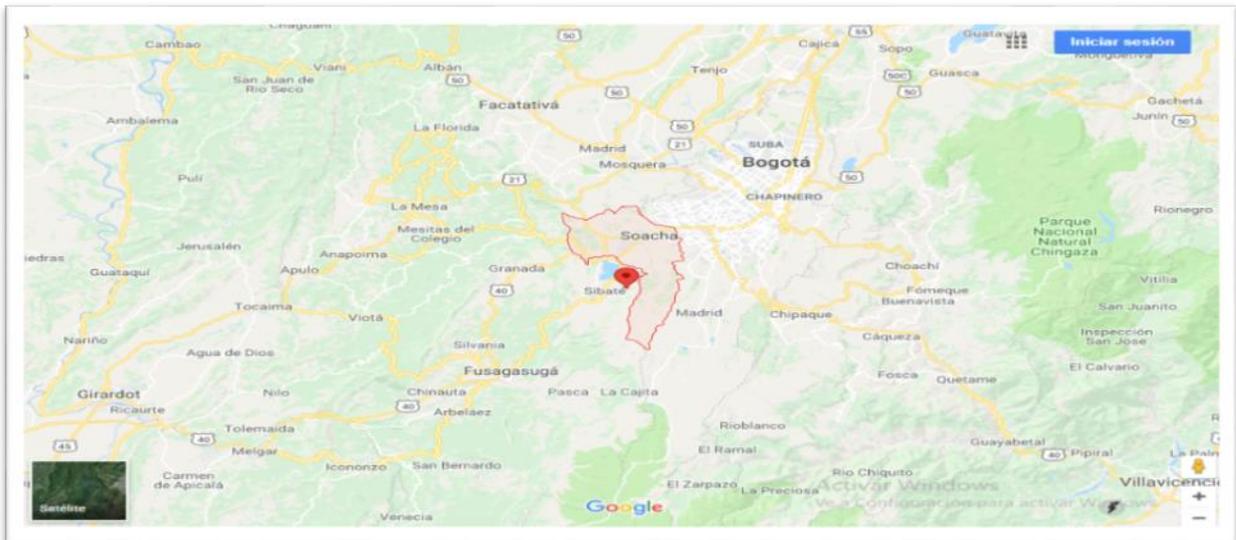
Según la Cámara de Comercio de Bogotá sede Cazucà, en el municipio de Sibatè hay alrededor de 15 supermercados que representan el 4% de la población de la actividad económica del municipio y 90 empresas que se dedican a otras actividades diferentes a la parte agrícola y a ala nuestra con una representación del 2% con base en estos datos enfocaremos nuestro esfuerzo a posesionar nuestra marca en este sector donde está tomando fuerza la parte empresarial por ser un punto estratégico este municipio por su ubicación y al mismo tiempo por su ubicación no ayuda para distribuir nuestro producto a otros municipios cercanos.

10.3 Macro Localización

Nuestra fábrica de escobas ecológicas Eco – Broom estará situada en el municipio de Sibate, Cundinamarca – Colombia.

Nuestra planta de fabricación de nuestras escobas ecológicas está situada en el barrio Santa Teresa en Sibate en la carrera 11 N° 15 – 62 Sibate.

Ubicación Sibate mapa de Cundinamarca Imagen 1 Macro localización y Micro localización



Fuente. (Maps, 2018)

Ubicación planta de producción

Imagen 2 Micro localización



El sitio escogido para la colocación de la empresa se encuentra localizado en el municipio de Sibatè, es un municipio del departamento de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la Provincia de Soacha, a 27 km al sur de Bogotá. Hace parte del Área metropolitana de Bogotá, según el censo DANE 2005.

A Sibatè se llega a través de la Autopista Sur. El municipio es reconocido por su producción de fresas, papa y arveja. En el área rural se encuentra el Embalse del Muña.

En situado en el barrios como es el de Santa Teresa se encuentra ubicado occidente del municipio Sibatè de carrera 11 N° 15 - 62 lo cual no es muy comercial, pero por exigencias presupuestaria de nuestro proyecto es ideal por los temas del canon de arriendo es de gran ayuda económica.

10.4 Causales de escogencia del lugar de funcionamiento.

- ✓ El sector es una zona de alto movimiento industrial, lo cual es punto a nuestro favor.
- ✓ Es un sector donde apenas está tomando fuerza la parte industrial por su gran ubicación.
- ✓ Economía en sus arriendos, lo cual nos ayuda al momento de iniciar nuestra idea de negocio.
- ✓ Existencia de servicios básicos (gas, electricidad, agua, telefonía todos con plena cobertura en el municipio)
- ✓ Vías de accesos hacia los diferentes municipios de su alrededor y cercanía a la capital, donde también podríamos proyectar incursionar en este tipo de mercado.

10.5 Producción

Programar la producción diaria, debido a que se manejarán diseños específicos y es necesario tener producto terminado en bodega, para los despachos y dar respuesta inmediata a nuestros clientes.

11. INSUMOS Y MATERIA PRIMA

- ✓ **Materia Prima:** material pet, lo cual es nuestra materia prima primordial, para nuestro proceso de fabricación.

- ✓ **Producto terminado,** es de gran relevancia ya que de este depende la respuesta inmediata a nuestros clientes, lo cual es necesario tener producto terminado en existencia.

11.1 Materia Prima

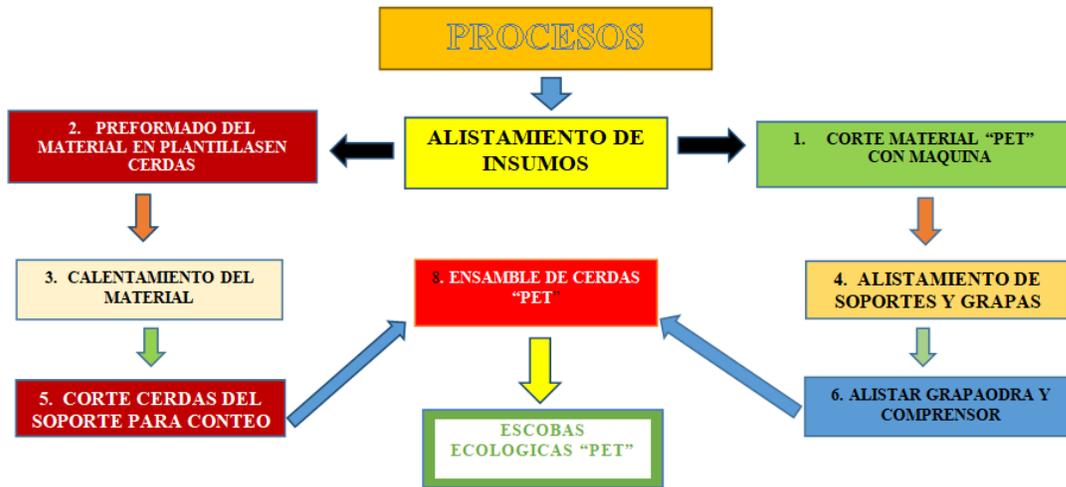
Tabla 3 Matriz Materias Prima mensual

MATERIA PRIMA MENSUAL							
COSTO							
ECO - BROOM							
	NOMBRE DEL INSUMO	REFERENCIA	CANTIDAD / MES	\$ PRECIO / UINDAD	NOMBRES PROVEEDORES	NIT	COSTO TOTAL
Precio Producto A	GRAPA CAL 18 NEUMATICA	16MM*5/8	91.200	11	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S	9001998639	\$ 1.003.200
Precio Producto B	SOPORTE MADERA	30*7*4 CM	960	500	CARPINTERIA QUINTANATES	REG SIMPLIF	\$ 480.000
Precio Producto C	BOTELLA PLASTICA (PET)	PLASTICO/KG	132	600	ASOCIACION DE CARRETEROS RECICLADORES DE BOGOTA	900300229-1	\$ 79.200
Precio Producto D	BISTURIS	COMPLETOS	10	800	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S	9001998639	\$ 8.000
Precio Producto E	BISTURIS	HOJAS	40	80	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S	9001998639	\$ 3.200
COSTO TOTAL MP MENSUAL							\$ 1.573.600

Elaboración Propia

11.2 Diagrama de Proceso

Figura 1 Diagrama de Proceso



Elaboración Propia

11.3 Maquinaria y Equipos

A continuación, se especifica la maquinaria y equipo que se utiliza para la ejecución del proyecto de Eco – Broom.

INVERSION INICIAL MAQUINARIA ECO - BROOM					
DESCRIPCIÓN	REFERENCIA	CANTIDAD	VALOR / UNIDAD	DATOS PROVEEDOR	VALOR TOTAL / REFERENCIA
GRAPADORA NEUMÁTICA	RANGER	2	\$ 120.000	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S NIT: 9001998639	\$ 240.000
COMPRESOR DE 200 PSI	MCCARTY	1	\$ 400.000	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S NIT: 9001998639	\$ 400.000
TALADRO 5/8	PERCUTOR	1	\$ 80.000	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S NIT: 9001998639	\$ 80.000
RUTEADORA PARA MADERA	MEDIANA	1	\$ 180.000	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S NIT: 9001998639	\$ 180.000
TIJERAS	MEDIANA	1	\$ 2.000	COMERCIALIZADORA D&M S.A.S NIT: 9001998639	\$ 2.000
CORTADORA DE "PET"	MAQUINA	2	\$ 250.000	PATENTE PROPIA	\$ 500.000
COSTO TOTAL DE LA INVERSION INICIAL					\$ 1.402.000
ELABORACION PROPIA					

Tabla 23 Maquinaria



Tabla 14 Equipos

INVERSION INICIAL

EQUIPOS

ECO - BROOM



N°	COMPUTADORES Y EQUIPOS DE OFICINA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	COMPUTADOR	1.400.000	1	1.400.000
2	IMPRESORA	300.000	1	300.000
3	ESCRITORIO	120.000	1	120.000
4	ARCHIVADOR	60.000	1	60.000
5	SILLAS	60.000	2	120.000
	TOTAL			\$ 2.000.000

Elaboración Propia

11.4 Mano de obra Requerida

11.4.1 Mano de Obra Directa

Únicamente se requiere mano de obra directa de dos operarios de maquinarias y el gerente encargado de las ventas y los diferentes procesos para la fabricación.

Tabla 15 Mano de Obra Directa mensual

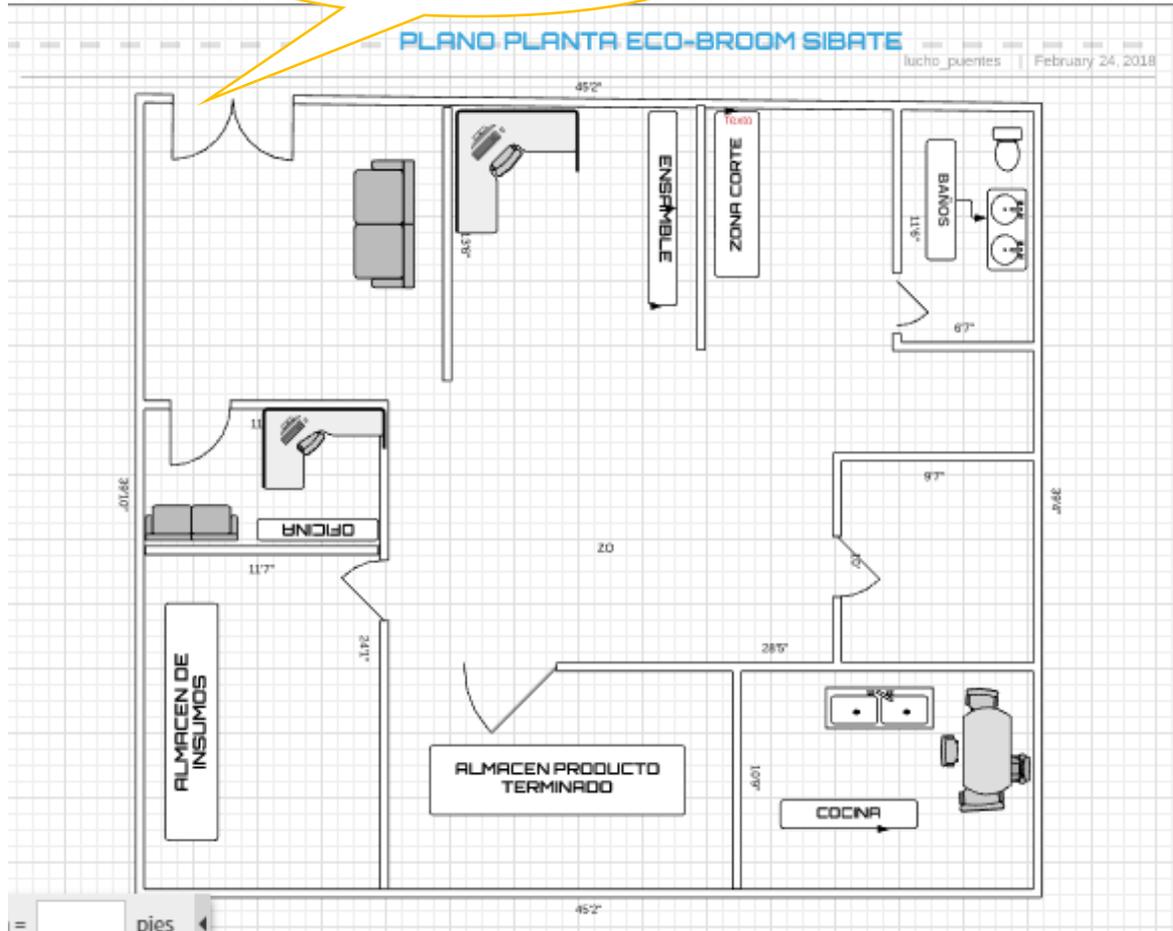
MANO DE OBRA MENSUAL										
DIRECTA										
ECO - BROOM										
N° OPERARIOS	SMLV	SUBSIDIO TRANSPORTE	SALUD 12,5 %	PENSIÓN 16 %	CESANTIAS 8,33 %	INTERESES CESANTIAS MENSUAL 1 %	PRIMA LEGAL 8,33 %	VACACIONES 4,16 %	ARL #2 1,044 %	TOTAL COSTO MENSUAL
1	781.242	88.211	97.655	124.998	55.077	7.812	55.077	32.499	3.156	\$ 1'245.727
2	781.242	88.211	97.655	124.998	55.077	7.812	55.077	32.499	3.156	\$ 1'245.727
COSTO TOTAL MO MENSUAL \$ 2'491.454 * 12 MESES = 29.897.448										\$ 2'491.454
COSTO MO 5 AÑOS 29.897.448 * 5 = \$ 149'487.240										
Elaboración Propia										

PROYECCION		
MANO DE OBRA 5 AÑOS		
ECO - BROOM		
AÑO	VALOR ANUAL	TOTAL 5 AÑOS
2.018	29'897.448	\$ 149'487.240
2.019	29'897.448	
2.020	29'897.448	
2.022	29'897.448	
2.023	29'897.448	
Elaboración Propia		Tabla 16 Mano de Obra proyección 5 años

11.5 Plano Planta Física

Imagen 3 plano

Carrera 11 N° 15 – 62 Barrio
Santa Teresa - Sibate



Fuente. <https://es.floorplanner.com/> (herramienta creación de planos.)

12. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

12.1 Legalización De La Empresa

El tipo de empresa es unipersonal en el marco Jurídico Legal Colombiano, está será registrada ante la cámara de comercio de Bogotá sede Cazucà y ante la Súper intendencia de sociedades con el nombre de **ECO - BROOM**; se constituirá como sociedad comercial con la estructura de empresa unipersonal.

La empresa unipersonal tiene una justificación práctica a la clase de empresa elegida la cual, cómo figura, permite a los empresarios destinar una parte de sus bienes a la realización de determinados negocios, dotándolos de personería jurídica y, por ende, logrando que su responsabilidad quede limitada al monto del capital asignado a la nueva empresa; y todo esto podrá alcanzarlo sin necesidad de acudir a otras personas que colaboren como socios reales o simulados de la operación. Ofreciendo así el derecho una alternativa de negocio complementaria para el empresario permitiéndole actuar como persona individual, no sometiéndose a trabajar en una sociedad pluripersonal.

La empresa con nombre ECO – BROOM (Empresa Unipersonal) está enfocada a la fabricación de escobas ecológicas tipo industrial con ubicación en el municipio de Sibate Cundinamarca en el barrio santa teresa en la carrera **11 N° 15 – 62**.

De acuerdo al código de comercio “mediante la empresa unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil" (Art.71 de la Ley 222 de 1995). Se denominará bajo la expresión "empresa unipersonal" o la sigla "E. U".

12.2 Características de Este Tipo de Figura

De acuerdo al código de comercio las empresas unipersonales tienen las siguientes características.

- Solo para comerciantes.
- Que sea persona natural o jurídica.
- Podrá destinar parte de activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil
- Una o varias actividades igualmente mercantiles
- Tiene personería jurídica.

12.3 Tipo de Asociación.

(Código de comercio. Art 110). Se aclara que para la empresa unipersonal se creará mediante documento escrito en el cual se expresará

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
- Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión "empresa unipersonal", o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.
- El domicilio.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
- Monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo. Cuando los activos destinados a la empresa comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la empresa deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes
- El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.



- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

12.4 Ventajas De Una Empresa Unipersonal

- ◆ “El empresario como persona natural podrá ejercer el comercio, aun cuando la empresa quebrare y de esta manera no se vería comprometida en la prohibición contenida en el artículo 14 numeral 1 del código de comercio, que señala como inhábil para ejercer el comercio a los comerciantes declarados en quiebra que no hayan obtenido su reivindicación”.
- ◆ “El empresario individual podrá limitar la responsabilidad de su patrimonio, arriesgando solo la suma que aporta, es decir su patrimonio personal no sufrirá desmedro alguno y por lo tanto su familia o quienes dependan de el, tendrán mayor estabilidad”.
- ◆ Acceso eficaz del pequeño empresario a las fuentes de crédito y financiamiento, tales como bancos y compañías financieras.
(UNIVERSIDAD EAFIT).

12.5 Limitaciones de la Empresa Unipersonal.

- ✓ Al empresario le está prohibido retirar para sí o para terceros bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas.
- ✓ El titular de la empresa no podrá contratar con ésta, ni tampoco podrán hacerlo entre sí empresas unipersonales constituidas por la misma persona. Los actos celebrados en contravención a ésta prohibición no surtirán ningún efecto legal, es decir serán ineficaces de pleno derecho.
- ✓ Al momento de hacer disminución del aporte a la empresa, ya que este debe tener autorización de la superintendencia de sociedades, que está sujeto a lo que está dicho en el artículo 145 del código de comercio. (UNIVERSIDAD EAFIT)

12.6 Formato Minuta De Constitución De La Empresa (ECO-BROOM)

MINUTA DE CONSTITUCIÓN EMPRESA UNIPERSONAL

FECHA JULIO 30 DE 2018

ARTÍCULO PRIMERO. Empresario. Como empresario de la empresa unipersonal, que mediante la presente minuta constituye, y obrando en su propio nombre, el señor LUIS ALFREDO PUENTES GOMEZ, colombiano, mayor de edad y vecino del municipio de Sibatè - Cundinamarca, identificado con la cédula de ciudadanía 12.504234, expedida en Pelaya – Cesar, residente en la ciudad de Bogotá en la siguiente dirección calle 162 N° 17ª - 68 barrio las orquídeas de la ciudad Bogotá.

ARTÍCULO SEGUNDO. Razón Social. La empresa será unipersonal y girará bajo la razón social (o denominación) de **ECO - BROOM EMPRESA UNIPERSONAL**.

ARTÍCULO TERCERO. Domicilio. El domicilio de la Empresa será en el municipio de Sibatè, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros Lugares del país, y del exterior por disposición del empresario y con arreglo a la Ley.

ARTÍCULO CUARTO. Duración de la Empresa. La empresa durará por el término de 5 años contados desde la fecha de este documento y se disolverá por las siguientes causales: a) Por vencimiento del término de su duración, si antes no fuere prorrogado válidamente; b) por la imposibilidad de desarrollar la empresa, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituyan sus objetos; c) Por decisión de autoridad competente en los casos expresamente previstos en la Ley; d) Por ocurrencia de pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%) y, e) Por las demás causales señaladas por Ley.

ARTÍCULO QUINTO. Objeto. La empresa

ECO - BROOM EU podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.

ARTÍCULO SEXTO. Capital-Cuotas. La empresa tendrá un capital de Diez millones de pesos moneda legal corriente (\$10.000.000), representada en dos cuotas con un valor

igual de 5 Millones de pesos moneda legal (\$ 5.000.000) cada una. Este capital ha sido suscrito y pagado en su integridad, así:

DESCRIPCIÓN VR. CUOTA N° CUOTAS %

VALOR

EFFECTIVO \$5.000.00 diez millones de pesos M.cte.

EFFECTIVO \$5.000.00 diez millones de pesos M.cte

TOTALES \$10.000.000 veinte millones de pesos M.cte

(Cuando se trate de aportes en especie: máquinas, vehículos, etc., ellas deben ser descritas claramente y debe señalarse su avalúo).

La empresa declara haber recibido los aportes a su entera satisfacción, tanto en dinero como en especie.

ARTÍCULO SÉPTIMO. Cesión de Cuotas. El empresario tendrá derecho a ceder total o parcialmente sus cuotas a otras personas naturales o jurídicas, lo que implicará una reforma estatutaria y por consiguiente se hará mediante documento escrito que se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. A partir de este momento producirá efectos la cesión. El documento será otorgado por el cedente y el cesionario y generará la transformación de la empresa en una persona jurídica distinta de conformidad con los mandatos contenidos en el código de comercio.

ARTÍCULO OCTAVO. Administración. La administración de la empresa estará a cargo de los siguientes órganos: a) El Administrador.

ARTÍCULO NOVENO. Administrador. La empresa tendrá un, administrador que, será el encargado de la operación y las ventas en el establecimiento comercial.

ARTÍCULO DÉCIMO. Representante Legal. El administrador o el representante legal de la empresa con amplias facultades, por lo tanto, podrá ejecutar todos los actos y contratos acordes con la naturaleza de su encargo y que se relacionen directamente con el giro ordinario de los negocios de la empresa. Además, son atribuciones especiales del Gerente o administrador, las siguientes funciones:

a) El uso de la firma o razón social.

b) Dirigir y vigilar las actividades de la empresa en todos los campos e impartir las órdenes e instrucciones necesarias para lograr la adecuada realización de los objetivos

que aquella propone.

c) Designar los empleados que se requieran para el normal funcionamiento de la empresa y señalarles su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por Ley y por estos estatutos deban ser designados por el empresario.

d) Presentar un informe de su gestión al empresario en sus reuniones ordinarias y el balance general al final del ejercicio con un proyecto de distribución de utilidades.

e) Convocar al empresario a reuniones ordinarias y extraordinarias, de acuerdo con lo previsto en estos estatutos y la Ley.

f) Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de compromisos, cuando así lo autorice el empresario.

g) Constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses de la empresa.

PARÁGRAFO PRIMERO. No obstante en los asuntos jurídicos o administrativos que tengan relación con conflictos de trabajo o que comprometan las políticas de la empresa en materia laboral, la facultad para transigir, conciliar, comprometer y desistir, estará reservada al empresario, y el Gerente solo podrá constituir apoderados para tales asuntos con la previa autorización escrita del empresario, en consecuencia en materia laboral las facultades autónomas del Gerente conforme al presente artículo quedan restringidas al manejo del personal de la empresa.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Cuando el administrador ejerza el cargo de Gerente en virtud de lo dispuesto en los estatutos, tendrá las mismas facultades y obligaciones que le asigne el empresario, el Gerente o estos estatutos.

PARÁGRAFO TERCERO. El administrador en todo momento al igual que en aquellos casos en que se encuentre reemplazando en sus faltas absolutas, temporales o accidentales al Gerente, requerirá autorización previa del empresario para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de \$4.000.000

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO. Balances y Estado de Pérdidas o Ganancias.

Anualmente al treinta y uno (31) de diciembre, se cortará las cuentas y se hará el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de pérdidas y ganancias, el informe del Gerente General y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por éste a la consideración del empresario.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO. Utilidades. Las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. Reserva Legal. La empresa formará una reserva legal con el diez por ciento (10%) de las utilidades de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital.

En caso de que este último porcentaje disminuyera, por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. Pérdidas. En caso de pérdidas, éstas se enjugarán con las reservas que se hayan constituido para este fin y en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuera la de absorber determinadas pérdidas no se podrán emplear para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida el empresario. Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar el déficit de capital, se aplicarán a este fin los beneficios sociales de los ejercicios siguientes.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. Conversión a Sociedad. Cuando por virtud de la cesión de cuotas o por cualquier otro acto jurídico, la empresa llegare a pertenecer a dos o más personas, la empresa deberá convertirse en sociedad comercial para lo cual, dentro de los seis (6) meses siguientes a la inscripción de aquella en el registro mercantil se elaborarán los estatutos sociales de acuerdo con la forma de la sociedad adoptada. Estos deberán elevarse a escritura pública que se otorgará por todos los socios e inscribirse en el registro mercantil. La nueva sociedad asumirá sin solución de continuidad, los derechos y obligaciones de la empresa. Transcurrido dicho término sin que se cumplan las formalidades aludidas, quedará

Disuelta de pleno derecho y deberá liquidarse.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. Disolución de la Empresa. En los casos previstos en el código de comercio, podrá evitarse la disolución de la empresa adoptando las modificaciones que sean del caso, según la causal ocurrida, con observancia de las reglas establecidas para las reformas de estatutos, a condición de que el acuerdo se formalice dentro de los seis (6) meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. Liquidación. Disuelta la empresa se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la Ley. En consecuencia, no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos necesarios a la inmediata liquidación. El nombre de la empresa (o su razón social según el caso), una vez disuelta, se adicionará con la expresión “En Liquidación”, su omisión hará incurrir a los encargados de adelantar el proceso liquidatorio en las responsabilidades establecidas en la Ley.



Firma del Empresario **LUIS ALFREDO PUENTES GOMEZ**

Identificación: **12.504.234** de Pelaya.

Elaboración Propia basada en CCB.2018

12.7 Conformación y Formalización De La Empresa

12.7.1 Procedimiento para constitución legal de la empresa.

(Cámara De Comercio De Bogotá, 2018)

- ✚ Se debe consultar en la cámara de comercio que no esté inscrita una razón social igual a nuestra actividad comercial con el mismo nombre.
- ✚ Consultar el tipo de sociedad en este caso (**Unipersonal**).
- ✚ Consultar la clasificación por su actividad económica.
- ✚ Rut para la identificación tributaria ante la DIAN la cual se puede realizar en la página Web de la DIAN; para obtener el RUT.

12.7.2 Documentos requeridos

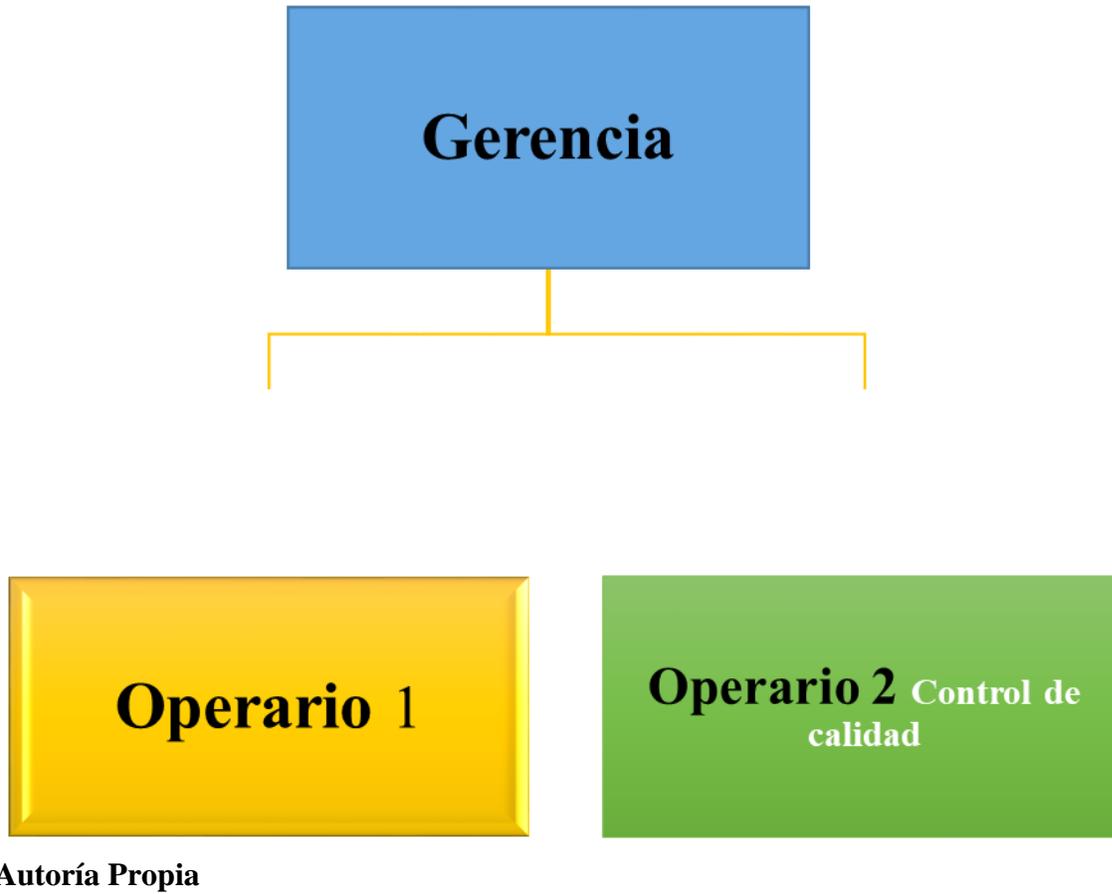
- ✚ Registro de la Empresa ante la Cámara de Comercio
- ✚ Matrícula de Registro Mercantil.
- ✚ Registro Único Tributario (RUT)
- ✚ Fotocopia cedula

12.7.3 Trámites Ante las Entidades Nacionales

- ✚ Impuestos nacionales. Se realiza el diligenciamiento del NIT (Número de identificación Tributaria).
- ✚ Tramite Patronales. Entidades prestadoras del servicio de seguridad social establecidas por Ley. Entidad Promotora de Salud (EPS), Caja de Compensación Familiar Cafam, Comfenalco), parafiscales (SENA; ICBF).

13. ORGANIGRAMA

Grafico 13 Organigrama ECO - BROOM



14. MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 17 Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES		
ECO - BROOM		
		
ECO - BROOM		
NOMBRE DEL CARGO: Administrador	ÁREA: Administrativa	
SECCIÓN: Oficina Administrativa	JEFE INMEDIATO: N/A	
REQUISITOS: Persona técnica laboral, administrador de Empresas, persona líder de procesos al interior de la empresa y supervisión de procesos experiencia laboral 2 años.		
FUNCION PRINCIPAL: Encargado de planear, dirigir y controlar todos los procesos y gestiones que se realicen para el desarrollo y crecimiento de la empresa, también se encargará de presentar y negociar con a los clientes potenciales		
<ul style="list-style-type: none"> • Representar a la sociedad y administrar su patrimonio. • Delegar funciones en asuntos específicos. • Queda facultado para la elaboración de reglamentos que determinen su función. • Definir los niveles de los cargos que conforme la estructura organizacional de la empresa. • Asignar las funciones y requisitos para el desempeño de los cargos y establecer los sistemas de remuneración. • Desarrollar planes de incentivos de desempeño y productividad. 		
V° B° Empleado	V° B° Jefe Inmediato	V° B° Gerente.

ECO - BROOM		
NOMBRE DEL CARGO: Operario producción	ÁREA: Operativa	
SECCIÓN: Corte y ensamble	JEFE INMEDIATO: administrador	
REQUISITOS: Bachiller, con conocimiento maquinas industrial de corte y ensamble, con cumplimiento de objetivos propuesto por la empresa.		



FUNCION PRINCIPAL: Cortar y ensamblar el material pet, en los soportes de madera verificando el control de calidad de cada escoba.

V° B° Empleado

V° B° Administrador

V° B° Administrador.

Elaboración Propia



15. MISIÓN Y VISIÓN

Tabla 18 Misión y Visión

ECO – BROOM Cultura para cuidar el medio ambiente 	
MISION	VISION
Satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante la fabricación de escobas ecológicas tipo industrial con altos estándares de calidad y siempre buscando el mejoramiento continuo en sus diseños y los requerimientos de nuestros clientes.	Ser en el 2030 una empresa líder en el sector de la fabricación y venta de escobas ecológicas en el municipio de Sibatè; con un alto impacto en la conservación del medio ambiente a través de nuestra operación.

Elaboración Propia

16. LOS VALORES

- ◆ **Lealtad:** Buscar el desarrollo y crecimiento de la empresa con rectitud y fidelidad para su permanencia en el tiempo.
- ◆ **Responsabilidad:** Actuar siempre con compromiso hacia la Empresa.
- ◆ **Respeto:** En el trato con todos.
- ◆ **Confianza:** Ofrecer el mejor servicio, a un precio justo y razonable.
- ◆ **Trabajo en Equipo:** Trabajar unidos para alcanzar los objetivos de la empresa mediante un entorno laboral agradable donde todo estemos motivado.

17. OBJETIVOS.

17.1. Objetivo general.

Ser una empresa que satisfice las necesidades de sus clientes de manera integral, siendo siempre eficientes cumpliendo con los tiempos de entrega y calidad de los productos y crear lapsos comerciales duraderos.

17.2 Objetivos Específicos

- ✚ Identificar las ventajas y desventajas que posee la empresa para ampliar su participación en el mercado y al mismo tiempo lograr el reconocimiento de la marca.
- ✚ Utilizar herramientas novedosas para cautivar clientes e incursionar en nuevos mercados del sector de las escobas industriales.
- ✚ Establecer vínculos comerciales que permitan aumentar sus niveles de producción y el aprovechamiento máximo de la capacidad de planta.
- ✚ Aumentar de manera paulatina el número de clientes de modo que la marca se posicione gradualmente en el mercado.
- ✚ Disponer de un Registro Formal de Proveedores que describa detalladamente las características y condiciones de la actividad económica de la empresa.
- ✚ Innovar en la gama de productos o catálogo de venta de productos y servicios.

18. POLÍTICAS

18.1 General

Nuestro compromiso es brindar los más altos estándares de calidad, en producto de aseo como son las escobas de tipo industrial; y la satisfacción de los clientes, buscando que todas sus expectativas se cumplan a través del mejoramiento continuo en nuestros procesos para poder brindar un producto de óptima calidad

18.2. Especificas:

- ✚ Los colaboradores de manufactura deberán tener los implementos de seguridad Industrial dentro de las instalaciones al momento de realizar sus labores.
- ✚ Cada uno de los colaboradores debe estar capacitado en la labor que desempeña y tendrán capacitaciones continuas.
- ✚ Los funcionarios de la empresa, tienen funciones específicas.
- ✚ Los integrantes deben ser puntuales tanto en la hora de llegada como en la hora de salida, así como en la entrega de la producción con máxima calidad.
- ✚ La información brindada a los clientes deber ser clara, concisa y precisa.
- ✚ La comunicación y retroalimentación con los clientes debe ser constante.
- ✚ En el desarrollo de las actividades laborales priman las necesidades de los clientes en todo momento.

18.3 Directrices

- ✚ Todo el Personal, debe colaborar para mantener un clima de respeto frente a diferencias personales.
- ✚ El Personal debe dar en todo momento un trato justo a las demás personas que trabajan en la empresa, de igual manera a los clientes, proveedores, competidores, y público en general.
- ✚ Nadie debe aprovecharse injustamente de otra persona a través de la manipulación o cualquier otra práctica.
- ✚ El Personal debe, efectuar las tareas asignadas.
- ✚ La empresa implementara políticas de observación orientada a propiciar un ambiente de trabajo sano y seguro.

19. IMPACTO AMBIENTAL QUE GENERA EL PROYECTO.

Con relación a nuestra investigación, y seguimiento de nuestro estudio de factibilidad el impacto ambiental por parte de la ejecución de nuestra idea de negocio es de gran ayuda para el medio ambiente; debido a que nuestra empresa se reducirá en un 5% la contaminación del planeta y el sector donde estará ubicada nuestra empresa ECO-BROOM, ya que nuestra materia prima para la fabricación de escobas ecológicas son las botellas de gaseosas que siempre van a parar en rellenos sanitarios y fuentes hídricas etc.

Con esta idea lo que buscamos es reducir en estos lugares la existencia de material “pet” mal llamados botellas de gaseosas plásticas derivados de los polietilenos y que al mismo tiempo son de difícil descomposición, con nuestra idea de negocio lo que se busca es ser más amigable con el planeta creando conciencia y ayudando en gran parte a reciclar y al mismo tiempo darle otra utilidad aparte de la primera que ya prestaron estos envases, se realizara la transformación de este tipo de producto en escobas ecológicas de tipo industrial y de esta manera se le sacaría o aprovecharíamos todo este tipo de material reciclable y evitaríamos la contaminación con ellos.



20. EVALUACION FINANCIERA



20.1 Capacidad de Producción Mensual

TABLA 19 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL ECO – BROOM																
Cultura para cuidar el medio ambiente																
N°	PRODUCTO	MINUTOS POR PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		TOTAL
1	Escobas Industrial	24	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	UNIDADES ANUALES	11.520
			23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	23.040	MINUTOS ANUALES

Elaboración Propia



20.2 Productos Disponibles Para La Venta

TABLA 20 PRODUCCIÓN DISPONIBLE VENTA.

PRODUCTO DISPONIBLE					
VENTA					
ECO - BROOM					
Nº OPERARIOS	UNIDADES /DIAS	DIAS/ SEMANA	TOTAL SEMANAS	TOTAL DIAS	TOTAL UNIDADES MES
1	20	6	4	24	480 UNIDS
2	20	6	4	24	480 UNDS
TOTAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL					960 UNDS
PRODUCCIÓN ANUAL (Mensual *12 “ se estima 1 mes de vacaciones de los operarios”)					11.520 UNIDS
Elaboración Propia					



20.3. Proyección de Ventas

TABLA 21 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL.

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL ECO – BROOM Cultura para cuidar el medio ambiente																
Nº	PRODUCTOS	COSTO DEL PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
1	Escobas Industrial	6.477	12.000	500	520	550	570	600	620	640	660	680	700	710	720	7.470
				6.000.000	6.240.000	6.600.000	6.840.000	7.200.000	7.440.000	7.680.000	7.920.000	8.160.000	8.400.000	8.520.000	8.640.000	89.640.000

TABLA 22 PROYECCION DE PRODUCCIÓN 5 AÑOS.

PROYECCIÓN DE VENTAS 5 AÑOS ECO – BROOM Cultura para cuidar el medio ambiente						
Año	2.018	2.019	2.020	2.021	2022	Porcentaje % esperado anual



	7.470	8.217	9.038	9.941	10.935	10%
--	-------	-------	-------	-------	--------	-----

20.4 PROYECCION DE INGRESOS

TABLA 23 PROYECCION DE INGRESOS

PROYECCIÓN DE INGRESOS 5 AÑOS ECO – BROOM Cultura para cuidar el medio ambiente				
AÑO	VENTA UNIDADES ANUAL	PRECIO	TOTAL ANUAL	TOTAL, INGRESOS 5 AÑOS
2.018	7.470	\$ 12.000	\$ 89.640.000	\$ 576'848.250
2.019	8.217	\$ 12.250	\$ 100.658.250	
2.020	9.038	\$ 12.500	\$ 112.975.000	
2.021	9.941	\$ 13.000	\$ 129.233.000	
2022	10.935	\$ 13.200	\$ 144.342.000	

Elaboración Propia



20.5 PROYECCION DE COSTOS DE MATERIA PRIMA

TABLA 24 PROYECCION COSTO MP

PROYECCIÓN COSTOS MP 5 AÑOS ECO – BROOM Cultura para cuidar el medio ambiente				
AÑO	UNIDADES ANUAL	VALOR UNIDAD *	TOTAL ANUAL	TOTAL INGRESOS 5 AÑOS
2.018	7.470	\$ 1.539	\$ 11.496.330	\$ 70'179.939
2.019	8.217	\$ 1.539	\$ 12.645.963	
2.020	9.038	\$ 1.539	\$ 13.909.482	
2.021	9.941	\$ 1.539	\$ 15.299.199	
2022	10.935	\$ 1.539	\$ 16.828.965	

Elaboración Propia



20.6 PRESUPUESTO DE GASTOS ANUAL

TABLA 25 PROYECCION GASTOS ANUALES

PRESUPUESTO DE GASTOS ECO – BROOM														
	F/V	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ARRIENDOS		450.000	5.400.000											
LOCAL	F	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000
SERVICIOS		220.000	222.800	227.000	229.800	234.000	236.800	239.600	242.400	245.200	248.000	249.400	250.800	2.845.800
TELÉFONO	F	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	300.000
TELÉFONO CELULAR	F	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000
AGUA	F	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000
ENERGÍA	V	70.000	72.800	77.000	79.800	84.000	86.800	89.600	92.400	95.200	98.000	99.400	100.800	1.045.800
INTERNET		25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	
GAS			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS														
ICA	V	66.240	68.890	72.864	75.514	79.488	82.138	84.787	87.437	90.086	92.736	94.061	95.386	989.626
GASTOS ADMINISTRATIVOS		272.833	230.833	2.811.996										
GASTOS LEGALES		42.000												42.000
SEGUROS Y VIGILANCIA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DEPRECIACION COMPUTADORES Y EQUIPOS	5	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	28.333	339.996
DEPRECIACION MUEBLES Y ENCERES	10	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000

PAPELERÍA	F	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
ASEO	F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAFETERÍA	F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD		480.000	499.200	528.000	547.200	576.000	595.200	614.400	633.600	652.800	672.000	681.600	691.200	7.171.200
PAGINA WEB	F	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MATERIAL PUBLICITARIO			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRASPORTES		480.000	499.200	528.000	547.200	576.000	595.200	614.400	633.600	652.800	672.000	681.600	691.200	7.171.200
GASTOS DE PRODUCCION		14.113	14.153	14.213	14.253	14.313	14.353	14.393	14.433	14.473	14.513	14.533	14.553	28.053
DEPRECIACION DE MAQUINARIA	10	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113	13.113
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA		1.000	1.040	1.100	1.140	1.200	1.240	1.280	1.320	1.360	1.400	1.420	1.440	14.940
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS		177.663	324.000	321.333	318.667	316.000	313.333	310.667	308.000	305.333	302.667	300.000	297.333	3.594.996
COMISIONES BANCARIAS	1.60%	160.000	157.333	154.667	152.000	149.333	146.667	144.000	141.333	138.667	136.000	133.333	130.667	1.744.000
FINANCIACION O CREDITOS		166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	2.000.000
4X1000	0,40%	10.996	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS		1.614.609	1.740.986	1.771.379	1.790.753	1.821.146	1.840.519	1.859.893	1.879.266	1.898.639	1.918.013	1.926.366	1.934.719	21.996.288



20.7 Resultados Proyecto ECO-BROOM

TABLA 26 DE PRESUPUESTO GENERAL

PRESUPUESTO GENERAL ECO – BROOM													
Cultura para cuidar el medio ambiente													
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
VENTAS	6.000.000	6.240.000	6.600.000	6.840.000	7.200.000	7.440.000	7.680.000	7.920.000	8.160.000	8.400.000	8.520.000	8.640.000	89.640.000
GASTOS	3.075.780	3.073.153	3.070.546	3.067.920	3.065.313	3.062.686	3.060.060	3.057.433	3.054.806	3.052.180	3.049.533	3.046.886	31.456.296
ARRIENDOS	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000
SERVICIOS	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	2.640.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
NOMINA ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	16.620.000
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000
GASTOS DE PRODUCCION	14.113	14.153	14.213	14.253	14.313	14.353	14.393	14.433	14.473	14.513	14.533	14.553	172.296
GASTOS FINANCIEROS	326.667	324.000	321.333	318.667	316.000	313.333	310.667	308.000	305.333	302.667	300.000	297.333	3.744.000
COSTO DE VENTAS	2.953.229	2.984.009	3.030.179	3.060.959	3.107.129	3.137.909	3.168.689	3.199.469	3.230.249	3.261.029	3.276.419	3.291.809	37.701.073
NOMINA OPERATIVA	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	2.183.729	26.204.743
COSTOS DE MATERIAS PRIMAS	769.500	800.280	846.450	877.230	923.400	954.180	984.960	1.015.740	1.046.520	1.077.300	1.092.690	1.108.080	11.496.330
GASTOS + COSTOS	6.029.008	6.057.162	6.100.725	6.128.878	6.172.442	6.200.595	6.228.748	6.256.902	6.285.055	6.313.208	6.325.952	6.338.695	69.157.369



UTILIDAD	-29.008	182.838	499.275	711.122	1.027.558	1.239.405	1.451.252	1.663.098	1.874.945	2.086.792	2.194.048	2.301.305	15.202.631
IMPUESTO DE RENTA (35%)	0	63.993	174.746	248.893	359.645	433.792	507.938	582.084	656.231	730.377	767.917	805.457	1.281.070
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	-29.008	118.845	324.529	462.229	667.913	805.613	943.314	1.081.014	1.218.714	1.356.415	1.426.131	1.495.848	9.871.557
RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN TOTAL	0%	2%	5%	7%	10%	12%	14%	16%	18%	20%	21%	22%	144%

Capital de trabajo	3.315.955	48%
Inversión inicial	3.559.000	52%
TOTAL	6.874.955	100%
SOSTENIBILIDAD PROMEDIO		144%
RENTABILIDAD ANUAL		144%



20.8 FLUJO DE CAJA REAL (ECO- BROOM)

TABLA 27 FLUJO DE CAJA PRESUPUESTO

FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO														
ECO - BROOM														
Cultura para cuidar el medio ambiente														
	%	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
INGRESOS	100%	1.200.000	1.248.000	6.120.000	6.360.000	6.720.000	6.960.000	7.296.000	7.536.000	7.776.000	8.016.000	8.232.000	8.448.000	75.912.000
VENTAS DE CONTADO	20%	1.200.000	1.248.000	1.320.000	1.368.000	1.440.000	1.488.000	1.536.000	1.584.000	1.632.000	1.680.000	1.704.000	1.728.000	17.928.000
VENTAS A CREDITO	80%			4.800.000	4.992.000	5.280.000	5.472.000	5.760.000	5.952.000	6.144.000	6.336.000	6.528.000	6.720.000	57.984.000
ANTICIPOS	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS INGRESOS	0%													0
GASTOS		2.749.113	3.075.820	3.073.213	3.070.586	3.067.980	3.065.353	3.062.726	3.060.100	3.057.473	3.054.846	3.052.200	3.049.553	36.438.963
ARRIENDOS		450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000
SERVICIOS		220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000	2.640.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
NOMINA ADMINISTRATIVA Y DE MERCADEO		1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	1.385.000	16.620.000
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD		480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000
GASTOS DE PRODUCCION		14.113	14.153	14.213	14.253	14.313	14.353	14.393	14.433	14.473	14.513	14.533	14.553	172.296
GASTOS FINANCIEROS			326.667	324.000	321.333	318.667	316.000	313.333	310.667	308.000	305.333	302.667	300.000	3.446.667



20.9 Punto de Equilibrio Económico

GRAFICO 14 PUNTO DE EQUILIBRIO

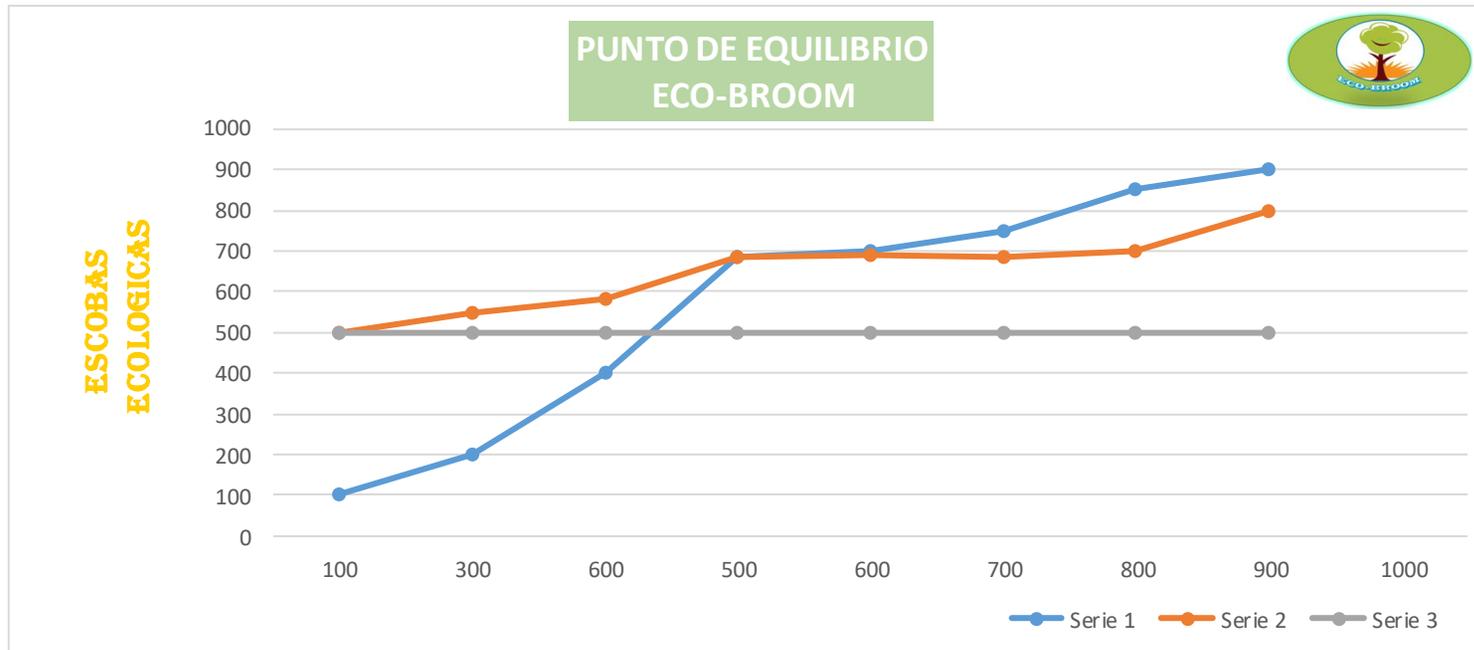




TABLA 28 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	684 UNIDADES
EQUILIBRIO FINANCIERO EN PESOS	\$ 8.208.000

Elaboración Propia (BASADA PLANTILLA WORD)



21. BALANCE GENERAL (ECO-BROOM)

Tabla 29 balance general

BALANCE GENERAL ANUAL ECO- BROOM					
CUENTAS	2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVOS					
CAJA	6.441.000	6.441.000	6.441.000	6.441.000	6.441.000
BANCOS	13.570.631	22.534.631	32.386.631	43.222.631	55.150.631
INVENTARIO	0	0	0	0	0
CUENTAS POR COBRAR	6.912.000	6.912.000	6.912.000	6.912.000	6.912.000
TOTAL DE ACTIVOS	26.923.631	35.887.631	45.739.631	56.575.631	68.503.631
PASIVOS					
CUENTAS X PAGAR CORTO PLAZO	0	0	0	0	0
CUENTAS X PAGAR LARGO PLAZO	9.261.333	6.909.333	4.557.333	2.205.333	0
TOTAL PASIVOS	9.261.333	6.909.333	4.557.333	2.205.333	24.021.014
PATRIMONIO	21.221.298	32.537.298	44.741.298	57.929.298	48.041.617
CAPITAL	0	0	0	0	0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	17.662.298	28.978.298	41.182.298	54.370.298	44.482.617
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	30.482.631	39.446.631	49.298.631	60.134.631	72.062.631



22. ESTADO DE RESULTADO

Tabla 30 estado de resultado

Estado de resultados 2018 - 2022 ECO - BROOM					
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	89.640.000	98.604.000	108.456.000	119.292.000	131.220.000
- Costo de ventas	37.701.073	37.701.073	37.701.073	37.701.073	37.701.073
Utilidad bruta	51.938.927	60.902.927	70.754.927	81.590.927	93.518.927
-Gastos de operación	31.456.296	31.456.296	31.456.296	31.456.296	31.456.296
Utilidad en operación	20.482.631	29.446.631	39.298.631	50.134.631	62.062.631
Otros gastos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuesto	20.482.631	29.446.631	39.298.631	50.134.631	62.062.631
-Impuesto sobre la renta 28%	0	0	0	0	0
Utilidad neta	20.482.631	29.446.631	39.298.631	50.134.631	62.062.631
Elaboración propia	TOTAL, PROYECTADO				201.425.156



23. EVALUACION DEL PROYECTO CALCULO DEL VAN Y LA TIR

TABLA 31 CALULO VAN Y TIR

ECO – BROOM EVALUACION DEL PROYECTO Cultura para cuidar el medio ambiente							
Tasa de Ganancia Requerida	40%						
Flujo del Proyecto	2018	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL ANUAL
Ingresos por Ventas		89.640.000	98.604.000	108.464.400	119.310.400	131.241.440	547.260.240
Egresos Operativos		69.157.369	69.157.369	69.157.369	69.157.369	69.157.369	345.786.845
		20.482.631	29.446.631	39.307.031	50.153.031	62.084.071	201.473.395
Inversión	-3.559.000						Valor
							Residual
Flujo del Proyecto	-3.559.000	16.923.631	29.446.631	39.307.031	50.153.031	62.084.071	197.914.395
Tasa Interna de Retorno	242%						
Valor Actual Neto	\$ 85.347.461						
Elaboración Propia							

CONCLUSIONES

Con base en los estudios realizados, se puede establecer que la creación de este tipo de empresa es factible, debido al capital de inversión inicial lo cual es un monto monetario muy bajo; pero el grado de rentabilidad es del 30% anual, y al mismo tiempo se puede determinar que la inversión realizada la podemos retornar en un periodo de corto plazo.

También es de resaltar que los proyectos de este tipo son idean innovadoras en donde es de difícil acceso al mercado pero según las encuesta es un producto que tiene buena aceptación y que se puede competir con los precios y calidad por los costos bajos de la producción; también es obvio que este tipo de producto está enfocado a la parte industrial y nuestro sector está rodeado de empresas donde se puede tener relaciones comerciales duraderas.

REFERENCIAS

- alcadialaPazBolivia. (2016). *fabricacion de utensilios de aseo*.
- Andi. (2018). *fortalecimiento y beneficios*.
- Cámara De Comercio De Bogotá. (2018). CCB. Obtenido de <http://www.ccb.org.co>
- Conocimientoweb. (2013). *fabricacion de escobas*.
- Correa, F., & Mónica, J. (2015). *plan de buen vivir*.
- Definista. (2017). *planeación*.
- ElTiempoWeb. (2017). *causa de los plasticos*.
- Empresite. (2018).
- Federico Millán, D. S. (2015). *proyectos de gestion y ambiente*.
- FUMC. (2015). *Casos Crecimiento Empresarial*.
- Guzman, S. (2017).
- <http://es.slideshare.net/licivaniaverenisegarcia/productividad-y-competitividad-empresarial>. (s.f.). Recuperado el 05 de 07 de 2016, de <http://es.slideshare.net/licivaniaverenisegarcia/productividad-y-competitividad-empresarial>
- http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf. (s.f.). Recuperado el 04 de 07 de 2016, de http://nulan.mdp.edu.ar/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf
- http://www.degerencia.com/tema/gerencia_de_proyectos. (s.f.). Recuperado el 06 de 07 de 2016, de http://www.degerencia.com/tema/gerencia_de_proyectos
- <http://www.monografias.com/trabajos94/gerencia-operaciones-y-produccion/gerencia-operaciones-y-produccion.shtml>. (s.f.). Recuperado el 06 de 07 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos94/gerencia-operaciones-y-produccion/gerencia-operaciones-y-produccion.shtml>
- Maps, G. (22 de 02 de 2018). *Google Maps*. Obtenido de google.com.co: <https://www.google.com.co/maps/dir/@4.5078425,74.2399236,10z/data=!4m4!1m3!3m2!1s0x8e3f757eee3979af:0xca6d53c41dd02904!2sSoacha,+Cundinamarca>

Marketing, P. (2015). *plaza y dsitribucìon*.

Marketing-free.com. (2008). *el precio*.

Oñate, J. (2005). *pos-venta*.

Puentes Gomez, L. A. (2018). BOGOTA.

Sibatè "Motivo para crecer y Avanzar". (2018). *Sector empresarial*. sibatè -cundinamarca.

UNIVERSIDAD EAFIT. (s.f.). Empresas Unipersonales. *Boletín 24 Informativo EAFIT*, 3.

virtualpro, R. (2018). *planeacion estrategica*.

CIBERGRAFIA

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/44573>

<https://search-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/1698102386?pq-origsite=summon>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-174051>

<https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

<http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

<http://puomarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

<http://empresite.economistaamerica.co/Actividad/ESCOBAS/>

<http://conocimientosweb.org/elaboracion-de-una-escoba/>

<https://es.floorplanner.com/>

