

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de bolsas
biodegradables en la ciudad de Pereira

Lina María Bedoya Arcila

Proyecto de Grado

Asesor: Juan Carlos Ospina Ramírez

Economista empresarial, especialista en mercado

Nota del autor

Lina María bedoya, Programa de Mercadeo, Universidad Católica de Pereira.

Este trabajo corresponde a la asignatura trabajo de grado.

La correspondencia en relación con este trabajo de grado debe dirigirse a Lina M, Bedoya,

Programa de Mercadeo, Universidad Católica de Pereira, Av. Las Américas. Dirección

electrónica: lina,bedoya@ucp.edu.co

Tabla de contenido

1. Introducción	8
1.1 Planteamiento del problema	8
1.2 Formulación del problema	9
1.3 Idea.	9
1.4 Oportunidad	9
2. Objetivos del proyecto.....	11
2.1 Objetivo general	11
2.2 Objetivo específicos	11
3. Justificación.....	12
4. Marco referencial.....	13
4.1 Marco teórico.....	13
4.2 Marco contextual.....	19
4.3 Marco conceptual	21
4.4 Marco espacial.....	22
4.5 Marco temporal	22
4.6 Marco legal	22
5. Diseño de metodología.....	24

5.1 Tipo de estudio	24
5.2 Metodología de investigación	25
5.3 Población y muestra	25
5.4 Fuentes técnicas e instrumentos para la recolección de la información	26
5.5 Tratamiento de la información	26
6. Estudio de mercados	26
6.1 Análisis del sector del pastico.....	26
6.2 Encuestas de mercado	30
6.3 Competencia	40
6.4 Estrategias del producto.....	40
6.5 Estrategias de precio	41
6.6 Estrategia de publicidad.....	41
6.7 Estrategias de distribución del producto	41
6.8 Estrategias de ventas	42
6.9 Estrategias de servicios	42
7. Estudio técnico	43
7.1 Ficha técnica del producto	43
7.2 Localización	46
7.3 Distribución de planta	46

8. Estudio administrativo y legal	47
8.1 Tipo de empresa y objetivo social	47
8.1.1 Naturaleza	47
8.1.2 Imposibilidad de negociar valores en mercado público	47
8.1.3 Obligaciones tributarias	48
8.2 Visión	50
8.3 Valores corporativos	50
8.4 Organigrama	50
8.5 Recursos documentales	51
9. Estudio financiero	51
9.1 Ventas	51
9.2 Balance general.....	52
9.3 Estado de resultado	54
9.4 Flujo de caja	54
9.5 Análisis de la TIR	55

Lista de tablas

Tabla 1.Resultado encuesta nacional manufactura	28
Tabla 2.inversión neta en el departamento de Risaralda.....	29
Tabla 3. Cantidad de bolsas utilizadas	30
Tabla 4. Valor agregado por empaque	31
Tabla 5. Interés por adquirir bolsas biodegradables.	32
Tabla 6. Beneficios tributarios.....	33
Tabla 7. Consumo promedio de bolsas plásticas.	34
Tabla 8. Precio promedio de la bolsa plástica	35
Tabla 9. Precio máximo a pagar por una bolsa biodegradable.	37
Tabla 10. Interés por la bolsa biodegradable.....	38
Tabla 11. Medio para obtener más información.....	39
Tabla 12. Equipo investigador.....	51
Tabla 13. Equipo investigador.....	52
Tabla 14. Equipo de investigación	54
Tabla 15. Equipo investigador.....	54
Tabla 16. Equipo investigador	55

Lista de figuras

Figura 1. Distribución de la producción por países	27
Figura 2. Diseño de planta.....	46
Figura 3. Organigrama	50

Lista de gráficos

Grafica 1. Cantidad de bolsas utilizadas.	30
Grafica 2. Valor agregado por empaque.	31
Grafica 3. Interés por adquirir bolsas biodegradables.....	32
Grafica 4. Beneficios tributarios.....	33
Grafica 5. Consumo promedio de bolsas plásticas	35
Grafica 6. Precio promedio de la bolsa plástica.	36
Grafica 7. Precio máximo a pagar por una bolsa biodegradable.	37
Grafica 8. Interés por la bolsa biodegradable.	38
Grafica 9. Medio para obtener más información.	39

Resumen

El presente trabajo se realizó con la finalidad de estudiar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de bolsas biodegradables ubicada en la ciudad de Pereira, donde se plantean 4 objetivos específicos que ayudaran a obtener información necesaria para determinar si el proyecto cuenta con las condiciones adecuadas para generar utilidades en el transcurso de los primeros 5 años, se elaboró un análisis del mercado cuyo sector identifica las oportunidades y limitaciones del producto, además de esto se realizó un estudio técnico, administrativo y legal en los cuales se identificaron las necesidades para la puesta en marcha, finalizando con un estudio financiero el cual permitió identificar cada una de sus variables que al final dan a concluir que el proyecto es las condiciones planteadas es factible en la ciudad de Pereira.

Abstract

The present work was carried out with the purpose of studying the feasibility of the creation of a company dedicated to the distribution of biodegradable bags located in the city of Pereira, where 4 primary objectives are proposed that help to obtain the necessary information to determine if the project account. If I elaborate an analysis of the market, this sector identifies the opportunities and limitations of the product, in addition to this a technical, administrative and legal study is carried out in which, if they are identified. needs for the start-up, ending with a financial study, which in order to identify each of its variables to conclude the project is raised conditions is feasible in the city of Pereira.

1. Introducción

Las bolsas plásticas son un elemento que ha incrementado su uso en los últimos años, debido a que se evidencia que cada vez es mayor el número de compras que realiza una persona lo que hace que en la mayoría de los casos se haga necesario utilizar una bolsa plástica. Se estima que un colombiano utilice durante su vida un promedio de 22.176 bolsas. [1]

Las bolsas plásticas en su mayoría están elaboradas por polietileno un material bastante resistente lo que hace que su proceso de descomposición sea difícil, se puede decir que una bolsa plástica puede tardar aproximadamente 150 años en descomponerse lo que genera una contaminación significativa para el planeta.

En este trabajo se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de bolsas biodegradable, esto con el fin de disminuir la contaminación ambiental.

El material biodegradable utilizado para la elaboración de las bolsas es de almidón de maíz, a través de un proceso que desestructura el almidón logra obtener un material que iguala el comportamiento de los plásticos convencionales, por lo que no contaminan en su producción, son 100% orgánicas, y se biodegradan en un ambiente de compostaje adecuado, minimizando el impacto ambiental.

Para desarrollar este proyecto es necesario realizar un estudio de mercados, se debe analizar todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, de igual manera se implementará el diseño de una estructura administrativa y un estudio financiero lo que permitirá determinar la factibilidad de crear la empresa.

1.1 Planteamiento del problema

Debido a la resolución 0668 del 28 de Abril de 2016 la cual reglamenta el uso racional de bolsas plásticas y entro a regir a partir del 01 de Julio del 2017 se han venido presentando

inconformidades en los clientes ya que se está restringiendo el uso de estos elementos a la hora de hacer compras en los establecimientos comerciales a nivel nacional o se está realizando un cobro adicional si el consumidor desea adquirir la bolsa plástica todo esto con el fin de disminuir su consumo ya que el impacto negativo que ha venido dejando el uso excesivo del plástico en Colombia está empezando a pasar factura en el ambiente.

Con la nueva norma, el consumidor se ha puesto en la tarea de buscar diferentes alternativas de empaques que le permita transportar los productos que compra en el comercio. En algunos casos los compradores se ven obligados a adquirir bolsas grandes de múltiples usos, con esto disminuyen el uso de bolsas de plástico y aun así no erradica el problema ambiental, pues estos empaques en su mayoría están hechos con materias no biodegradables.

Dado lo anterior, se identifica una oportunidad de negocio que permite ofrecer a los consumidores de Pereira, una bolsa elaborada en material biodegradable que facilite el transporte de los productos adquirido por los consumidores.

1.2 Formulación del problema

¿Es factible la creación de una empresa comercializadora de bolsas biodegradables en la ciudad de Pereira?

1.3 Idea.

Comercializar las bolsas biodegradables en sectores comerciales, hacer estudio de mercado para saber si es factible ya que existe un crecimiento de consumo de bolsas biodegradables y así lograr la disminuir del impacto ambiental.

1.4 Oportunidad

Analizando la problemática en que se encuentra el medio ambiente por los desechos plásticos podemos encontrar una oportunidad de negocio y beneficio al planeta, minimizando el impacto negativo en el que se encuentra, una de las soluciones para este problema, son las bolsas

biodegradables. Porque dan lugar a beneficios tanto en el ambiente como en la salud, siendo favorables a nivel global, por su rápida degradación, ya que son agentes que frente al calor, la luz solar y el oxígeno se descomponen rápidamente hasta quedar convertidas en agua, humos, y dióxido de carbono en un tiempo de 24 meses, es por eso que el uso permanente del material biodegradable generando resultados positivos a este problema, tales como:

- La conserva de energía.
- Minimización el impacto ambiental negativo sobre el suelo y el agua.
- Disminución de la mortalidad de animales marinos.
- La sostenibilidad del ecosistema.
- Disminución de la dependencia del petróleo.

Según estudios si se usaran bolsas biodegradables en todo planeta, una persona se ahorra seis (6) bolsas por semana, 24 al mes y 288 bolsas al año, lo que daría como resultado una reducción de 17.280 bolsas durante un lapso de 60 años. [2]

El material biodegradable este hecho de elementos naturales, en este caso de almidón de yuca que se caracteriza por no ser toxico y un producto natural, además su degradación final puede ser útil en compostaje. La fabricación orgánica de este producto tiene como fin reducir la vida útil ya que su ciclo de vida es de 100 días, reduciendo los efectos negativos que causan las bolsas plásticas.

Cada vez es más el interés del consumidor por cuidar el medio ambiente, lo que hace que cada vez se demanden más alimentos presentados en empaques hechos de bioplástico, lo que propicia el crecimiento de este mercado. Los bioplásticos son plásticos que se distinguen por ser biodegradables, pues se derivan de recursos renovables como el almidón y la celulosa de algunos cultivos o plantas.

Las marcas y el valor de la imagen es muy importante y el estar asociados a una empresa socialmente responsable, de esta manera se da un plus y un valor agregado a los productos, muchas empresas han migrado la mayoría de sus empaques y embalajes a el uso de bioplásticos, generando en el consumidor una satisfacción de conservación por el ambiente y que de cierta manera reducen la huella de carbono en el planeta.

Empresas a nivel mundial han sido coherentes con sus ideas de negocios en cuanto a la oferta comercial de sus productos, es decir que si ofertan productos libres de pesticidas, frutas y verduras totalmente orgánicos, o rechazando la venta de productos genéticamente modificados, también deben ofrecer empaques biodegradables y compostables con el ambiente.

2. Objetivos del proyecto

2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de bolsas biodegradables en la ciudad de Pereira.

2.2 Objetivo específicos

- Realizar un estudio de mercados que determine la factibilidad comercial para la creación de una empresa dedicada a la distribución de bolsas plásticas biodegradables para establecimientos comerciales de la ciudad de Pereira.
- Realizar un estudio técnico que determine la factibilidad para la creación de una empresa.
- Diseñar un estudio organizacional y legal que determine la factibilidad.
- Elaborar un estudio financiero que determine la factibilidad.

3. Justificación

Con base al objetivo general y los objetivos específicos del presente proyecto se pretende atacar una problemática actual que se está viviendo en el comercio de nuestro país y en cada una de las ciudades del mismo, actualmente se empezó a regular el consumo de bolsas plásticas en los establecimientos comerciales, es ahí donde se evidencia una oportunidad, tanto de negocio donde se puede encontrar una muy buena oportunidad de emprendimiento como también brindar un impacto positivo al medio ambiente al trabar con material biodegradable que ayuda a disminuir la contaminación que actualmente se encuentra por el uso excesivo de este material.

Al desarrollar esta idea de emprendimiento se están abarcando varios puntos de los cuales servirían de bases importantes para el desarrollo exitoso del proyecto, como lo es, el estar cubriendo una necesidad cotidiana, como es el uso de este sencillo elemento en el día a día, además de esto se empieza a cumplir con los requerimientos de ley establecidos previamente por el gobierno colombiano donde se está garantizando el uso de materiales amigables con el medio ambiente y como último punto importante se está brindando una solución a un problema para los establecimientos comerciales al poder ofrecer un producto que de ajusta a sus necesidades tanto en materiales, uso y el bajo costo.

Además de cumplir estos puntos relacionados anteriormente se quiere llegar a cada una de las personas, donde se generen recordación del producto por el impacto positivo que se está dando al hacer uso de las bolsas biodegradables, donde se contribuye con la preservación de las fuentes hídricas y se garantizan la descomposición del material de una forma mucho más beneficioso para el ambiente.

En Colombia se han dado los primeros pasos en cuanto al comportamiento responsable, motivado a diferentes sectores empresariales mediante incentivos tributarios:

- . Sobre el impuesto a las ventas IVA, siendo un beneficio en la exclusión de su pago.

. Sobre el impuesto a la Renta, como una reducción de la base gravable sobre la cual se calcula dicho impuesto.

Los anteriores beneficios son contemplados principalmente en la Ley 223 de 1995 y en la Ley 788 de 2002, soportados bajo el Estatuto Tributario aplicable a todo el territorio Colombiano.

4. Marco referencial

4.1 Marco teórico

Los plásticos biodegradables son elaborados a partir de polímeros naturales. Se les denomina biodegradables por que pueden ser destruidos, degradados o metabolizados por organismos naturales, como por ejemplo ciertas bacterias. [3] Con la relación de este estudio se pretende realizar la viabilidad de realizar bolsas plásticas a base de maíz debido a que se ha comprobado que este elemento es un polímero natural el cual puede ser plastificado, es biodegradable y se puede cultivar durante todo el año lo que es de gran importancia al momento de la comercialización de las bolsas.

El almidón es un polímero natural, un gran hidrato de carbono que la planta sintetiza durante la fotosíntesis y le sirve como reserva de energía por lo que el almidón puede ser procesado y convertido en plástico, pero como es soluble en agua produce que se ablande y deforme cuando entra en contacto con la humedad limitando de esta manera su uso, y para esto lo primero es extraer el almidón de maíz, luego los microorganismos los transforman en una molécula más pequeña llamado ácido láctico. Después, este ácido láctico es tratado químicamente de manera de formar cadenas o polímeros, con una estructura molecular parecida a la de los orígenes petroquímicos, que se unen entre sí para formar el plástico ácido poliláctico.

Los productos elaborados a base del almidón del maíz son amigables con el medio ambiente por sus características biodegradables, pues tienen la capacidad de deshacerse en menos de un año en el medio ambiente. [4]

Si tomamos guías de las teorías de la administración se tendrá un proyecto con unas base fuertes que ayudaran a garantizar una estructura organizacional más organizada y ayudaran a dar un norte, para esta idea de negocio se podrá implementar la teoría de la administración científica la cual da unos pasos para poder implementar una nueva organización, desde el análisis de puestos de trabajos y procesos, diseño de tareas, asignación de salarios, condiciones adecuadas de trabajo, estandarización de procesos entre otros ítems que ayuden a la organización a fortalecer su estructura.

El enfoque típico de la escuela de la administración científica es el énfasis en las tareas. El nombre de esta escuela obedece a un intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración para alcanzar elevada eficiencia industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y a la medición. La escuela de la administración científica fue iniciada a comienzos de este siglo por el ingeniero norteamericano Frederick W. Taylor. A quien se le consideraba fundador de la moderna TGA (teoría general de la administración), Taylor tuvo innumerables seguidores (como Gantt, Gilbreth, Emerson, Ford, Brath y otros) Y provoca una verdadera revolución en el pensamiento administrativo y en el mundo empresarial de su época. [5]

Además, para la realización de todo estudio de viabilidad es importante ver lo referente a teorías de plan de negocio y para esto según Jack Fleitmam un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o el desarrollo de una empresa. Así como guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa [6]

En la creación de una empresa, es de gran importancia desarrollar e implementar un plan de negocios, que permita evaluar la probabilidad de éxito y dar rumbo positivo a la empresa. Por medio de este, se pueda analizar el entorno en el que se desarrollara la empresa, para así dar cuenta de la oportunidad de negocio en el mercado; también permite precisar la idea y el modelo de negocio a implementar y establecer el plan estratégico, está integrado por la misión, visión, objetivos y metas que se quieren alcanzar, además de la definición de las estrategias que se llevaran a cabo, permitiendo a la empresa reducir el riesgo de fracaso y así alcanzar el éxito.

Por último, es importante mencionar el modelo de las cinco fuerzas de Porter que es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. [7]

Este modelo permite identificar cuáles son las ventajas y desventajas que puede presentar la empresa desde cinco fuerzas; a continuación se dará una pequeña explicación de cada fuerza:

. La rivalidad entre competidores: analizar esta fuerza permite comprender o saber cómo se encuentra la empresa comparada con otras empresas dedicadas a producir el mismo producto o prestar el mismo servicio y mirar que ventajas o desventajas tenemos con respecto a las mismas.

. La amenaza de entrada de nuevos competidores: esta fuerza permite identificar si entra un nuevo competidor como se encuentra la empresa para competir y aun sabiendo que ellos son nuevos en el mercado pueden ofrecer algo más innovador que puede perjudicar a la empresa.

La amenaza de ingreso de productos sustitutos: con esta fuerza se puede analizar que amenazas se presentan cuando ingresa un nuevo producto al mercado y permite crear estrategias para ser competitivos con el producto.

El poder de negociación de los proveedores: esta fuerza permite identificar como es el manejo con los proveedores si es la adecuada o se pueden realizar nuevas estrategias que permita ayudar a la empresa hacer más competitiva.

El poder de negociación de los consumidores: esta fuerza permite crear estrategias para atraer más números de clientes y para fidelizar los que ya se encuentran en la empresa.

Analizar estas fuerzas permite principalmente determinar el grado de competencia que existe en la empresa, así poder saber que tan atractiva y como detectar oportunidades y amenazas, y desarrollar estrategias que permitan aprovechar dichas oportunidades y saber que hacer frente a dichas amenazas.

La mercadotecnia es una herramienta que debe ser considerada como una de las más importantes dentro de una organización debido a los beneficios de su correcta aplicación. Sin el uso de esta, los esfuerzos de una empresa no tendrían un objetivo definido pues se involucran en todos los procesos relacionados con la generación de un producto ideado para cubrir las necesidades del cliente, hasta la forma de ponerlo al alcance de sus manos y generar deseos por su adquisición. ¿Qué es la mercadotecnia? A continuación, se expone la definición de algunos de los principales estudios del área.

Concepto	Autor
“Marketing is the activity, set of intitutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large”	(American Marketing Association, 2007)
“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes”	(Kotler P. A., 2008)
“Proceso de planear y ejecutar la concepción precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y las de la empresa”	(Lamb W, Hair, McDaniel, C., 2005, pág. 6)
“Sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los	(Staton W, 2003, pág. 7)

Fuente: elaboración propia en base de trabajo.

Para efectos de este caso práctico se tomara como definición la propuesta por Lamb et al. (2005), pues habla de la planeación de las cuatro áreas principales de la mercadotecnia, buscando que las necesidades tanto del cliente como de la organización sean satisfechas. [8]

La mezcla de mercadotecnia fue denominada y popularizada por McCarthy y Perreault al comienzo de los años 70's. “la mezcla de marketing es el conjunto de herramientas de marketing, tácticas y controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta” [9]

Dicha mezcla contempla 4 variables de suma importancia para el desarrollo de la estrategia empresarial y a su vez estas variables se componen de elementos complementarios, a continuacion, se observa un diagrama aclarar este punto.

Las 4 P de la Mercadotecnia			
Producto	Precio	Promoción	Plaza (Distribución)
• Variedad • Utilidad • Diseño • Características • Marca • Envase • Servicios	• Precio de lista • Descuentos • Periodo de pago • Condiciones de crédito	• Publicidad • Ventas personales • Promoción de ventas • Relaciones publicas	• Canales • Cobertura • Surtido • Ubicaciones • Inventario • Transporte • Logística

Fuente: elaboración propia en base de trabajo.

Producto: son los bienes y servicios que puede ofrecer una empresa a un mercado. Entiéndase como “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

Precio: son los esfuerzos que realiza un consumidor para obtener un producto. Una definición dice que es “la cantidad de dinero y otros elementos de utilidad que se necesita para adquirir un producto. **[10]** el precio es aquello que es entregado a cambio por para adquirir un bien o servicio. Cabe aclarar que se deben considerar en el precio, los esfuerzos de búsqueda de información, transporte etc. Que realiza el cliente pues forma parte del costo que tendrá para él.

Promoción: los esfuerzos que realiza una empresa por comunicar y convencer a un mercado para que adquiera determinando producto o servicio así como para mantener una imagen de sí mismo y comunicar información entre el vendedor y el comprador potencial u otros miembros en el canal de distribución para influir en las actitudes y el comportamiento.

Plaza: se refiere al punto de venta incluye los esfuerzos realizados para llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final. [11] “Hacer accesible los bienes y servicios en cantidades adecuada, cuando los clientes los quieran” para el desarrollo del caso de las 4 P tendrán adecuaciones las necesidades específicas del modelo de plan de marketing que se elija.

4.2 Marco contextual

Nivel nacional.

Autores Título: plan de negocio diseños, fabricación y comercialización de bolsas biodegradables

: Díaz Cajiao Samuel Fernando, Hurtáis Hernández Álvaro Roosvel

Año: 2012(Bogotá)

Resumen: “su resultado propone encontrar una alternativa para reducir el alto consumo cotidiano de bolsas plásticas contaminantes, se plantea describir y analizar el problema de contaminación ambiental objetivo de la investigación para proponer una solución real si se llevara a cabo” [12]

Del presente trabajo es posible revisar la viabilidad de la puesta en marcha de la empresa, los factores que intervienen tanto internos como externos y un muy buen trabajo de investigación del mercado de los bioplásticos.

Título: desarrollo de un material para empaques de alimentos a partir de harina de yuca y fibra de fique.

Autor: Navia Porras, Diana Paola

Año: 2015(valle)

Resumen: Se desarrolló de la materia bioplástico semirrígido a partir de harina nativa de yuca de cuatro variedades y fibra de fique procesado por la técnica de moldeo por compresión. El material fue obtenido sometiendo la mezcla de materias primas en un molde comprimido durante

tres minutos a 200°C. Fueron evaluadas diferentes concentraciones de fibra, harina y plastificante con el fin de obtener características mecánicas, térmicas y de absorción de humedad adecuadas. Las proporciones de los componentes de la mezcla con los cuales se obtuvo la más alta resistencia mecánica y un adecuado comportamiento de adsorción de agua fueron: harina de yuca 60%, fibra de fique 25%, glicerol 7.5%, y aceite vegetal 7.5%. [13]

A partir de este estudio realizado en la universidad del Valle se puede revisar el manejo de diferentes materiales con el mismo fin, creación de plástico biodegradable y abrir el horizonte de las ideas que se tiene con el proyecto.

Nivel regional.

Título: estudio de factibilidad para la empresa de empaques ecológicos a partir del bagazo de la caña de azúcar en el municipio de la Virginia Risaralda.

Autores: Cerón Lema Ana María, Jaramillo Blandón Juan Sebastián, Quintero Posada Olga Lucia

Año: 2016(Pereira)

Resumen:“ la presente investigación es un instrumento para conocer la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa dedicada al aprovechamiento del bagazo de caña de azúcar como materia prima, para utilizarlo en la comercialización de empaques biodegradables con el fin de disminuir la presión ejercida hacia los recursos naturales por las industrias textiles, alimenticia y marroquinería. En busca de ofrecerles a estas industrias en la zona de eje cafetero y el resto del país un producto diseñado para conseguir la sustentabilidad en sus procesos, ofreciéndoles unos empaques que disminuyan la huella de carbón generada en la disposición final de su producto”[14]

De este proyecto se tendrá en cuenta la visión de emprendimiento en la región con materiales biodegradables con el aprovechamiento de materiales naturales como lo es en este caso el bagazo de caña de azúcar, que en el caso propio se trabajara con almidón de maíz.

4.3 Marco conceptual

De acuerdo con la investigación que se va a llevar a cabo en el trabajo es importante mencionar ciertos conceptos que ayudan a dar entendimiento y a desarrollar el proyecto.

El concepto de plástico biodegradable se incluye en este proyecto debido a que se tiene como finalidad la comercialización de bolsas biodegradables por lo que se puede decir que el plástico biodegradable “es un material que, expuesto a condiciones óptimas de humedad, flora microbiana y oxígeno, puede, después de varios meses o incluso, algunos años, ser convertido por los microorganismos presentes básicamente en los suelos, en agua, dióxido de carbono de carbono y biomasa. Estos materiales biodegradables son metabolizados y convertidos por los microbios presentes en los suelo, en sustancias sencillas y fácilmente asimilables por el medio ambiente, ya que se obtienen a partir de fuentes naturales, como, por ejemplo, procesos fermentativos mediados por microorganismos especiales. Al provenir de fuentes naturales, pueden ser metabolizados por otros microbios, y que entonces los plásticos son reconocidos biológicamente como susceptibles de ser degradados por los enzimas que los microorganismos secretan”. [15]

También es importante definir el concepto de factibilidad como la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizando a largo plazo su rentabilidad económica.

Dentro del desarrollo de este proyecto es relevante hablar de innovación la cual la definen en la 3ra. Edición del manual de Oslo como la introducción de un nuevo o significativamente un mejor producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores. [16] este estudio tiene como finalidad el desarrollo de un producto innovador como lo

es crear bolsas biodegradables a basa de maíz. Es importante señalar que la evolución del concepto de medio ambiente ha sido positivo.

4.4 Marco espacial

El presente estudio va dirigido a todos los establecimientos comerciales de la ciudad de Pereira que estén dispuestos a utilizar bolsas para empaque de producto a comercializar.

4.5 Marco temporal

El desarrollo del presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de bolsas biodegradables se lleva a cabo durante el periodo comprendido entre septiembre del año 2018 y mayo del año 2019, periodo en el cual se realizará todas las investigaciones permitentes que permitan concluir factibilidad técnica, económica, administrativa, legal y comercial de la empresa.

4.6 Marco legal

Dentro de las leyes colombianas que se reglamentan para constituir una empresa se encuentran ley 1014 de 2006 (De fomento a la cultura de emprendimiento) para llevar a cabo el proyecto esta ley se encarga principalmente de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativas, y tiene otros objetivos que se pondrá observar más adelante.

Ley 590 10 de julio 2000 creo el consejo superior de la microempresas y consejo superior de la pequeña y mediana empresa, estableció incentivos fiscales para la creación de mí-pymes esta ley se tendrá en cuenta para participar en todos los beneficios que ofrece el gobierno.

Para poner en marcha la empresa y dar funcionamiento hay que seguir unos tramites desde lo comerciales en esta parte se debe tener claridad sobre el número de socios que se desean tener en este caso personas jurídicas, a su vez verificar que el nombre o razón social con la que se desea llamar la empresa y no se encuentre registrada entre otros, todos estos trámites se debe realizar en la Cámara de Comercio de la ciudad donde se va a poner en marcha la empresa, por otra parte se

debe tramitar lo referente a la seguridad laboral estos trámites se realizan en las entidades promotoras de salud, cajas de compensación, fondos de pensiones y cesantías según sea la exigencia o el caso en este paso de debe afiliar a los empleados a cada una de estas entidades, también hay que hacer los trámites necesarios referente al funcionamiento este paso se realiza en la alcaldía y finalmente todo lo referente a los tramites tributarios en temas como solicitar formularios de Registro único Tributario (RUT), el número de identificación tributaria (NIT), inscribir la empresa en el Registro Único Tributario, como responsable del impuesto al Valor Agregado (IVA). Opciones Régimen Común y Régimen Simplificado, establecer si es o no agente retenedor; además como la empresa quiere funcionar bajo la figura de SAS (SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS), hay que seguir el siguiente MODELO DE ESTATUTOS DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCION No 01

Además de esto la resolución 668 del 28 de abril de 2016 del ministerio ambiental y desarrollo sostenible quien es la que reglamenta el uso racional de bolsas plásticas y se adoptan otras disposiciones, es esta resolución una de las razones por la cual se pensó en esta idea de emprendimiento.

La Ley de Formalización y Generalización de empleo, que fue expendida por el Congreso el 29 de diciembre de 2010, busca generar incentivos a la formalización en etapas iniciales de la creación de empresas con el fin de aumentar beneficios y disminuir los costos de formalizarse.

Ley 1429, está pensada para ayudar a conseguir trabajo a jóvenes menores de 28 años, a mujeres mayores de 40 que lleven por lo menos un año sin contrato formal y a personas con discapacidad.

Igualmente, busca que se beneficie cabezas de familia de los niveles uno y dos del Sisbén, reinsertados y personas en situación de desplazamiento, así como cualquier persona que

devengue menos de 1,5 salario mínimos mensuales y que no haya cotizado antes a la seguridad social.

La Ley favorece a cerca de 60% de los empleados que no están vinculados formalmente al mercado de trabajo, es decir, que no tienen vacaciones pagas, ni reciben primas, ni reciben cesantías, ni cotizan para salud, pensión, riesgos profesionales y no están afiliados a una caja de compensación. Quienes tienen empresas también reciben beneficios como el ahorro en la matrícula mercantil el primer año y paga la tarifa especial el segundo y tercer año.

Igualmente, no pagaran contribuciones parafiscales los dos primeros años, es decir, a la caja de compensación, al ICBF y al SENA. Pagaran tarifas reducidas del tercer al quinto año. Tampoco pagarán impuestos de renta por los primeros dos años y tendrán tarifas reducidas del tercer al quinto año.

Cualquier empresa que sea formal y que incrementen su nómina, vinculando a trabajadores considerados venerables o de baja empleabilidad, podrá descontar del impuesto de renta el valor de los aportes en salud y pensión.

Hay quienes se preguntan qué pasa si la persona no quiere perder el Sisbén. Los beneficios que se derivan del Sisbén, como los subsidios de Familias en Acción, se seguirá otorgando hasta por un año después de conseguir empleo. Además, a los afiliados al régimen subsidiado de salud se les mantendrán el cupo hasta por dos años.

5. Diseño de metodología

5.1 Tipo de estudio

Este tipo de investigación identifica aspectos relevantes de la realidad, como lo es el grado aceptación que pueda tener la distribución de bolsas biodegradables en el mercado, las preferencias e inclinaciones de los habitantes, permitiendo determinar las estrategias que guiaran la evaluación de los factores básicos que conforman el problema de estudio.

El estudio descriptivo, permite llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetivos, procesos y personas, esta identifica la relación que existe entre dos o más variables, permitiendo determinar la factibilidad del proyecto.

Para la realización del estudio de factibilidad técnica, legal y comercial para la creación de una empresa dedicada a la distribución y comercialización de bolsas biodegradables en la ciudad de Pereira, se ha decidido utilizar el tipo de estudio descriptivo, tomando en cuenta los objetivos a alcanzar de este proyecto.

5.2 Metodología de investigación

El método utilizado para obtener el conocimiento y cumplir con los objetivos del estudio de investigación será el método de encuesta estructurada, ya que este método permite hacer un sondeo de la población objetivo y dará bases e información que servirá de insumo al momento de realizar un estudio de mercado.

5.3 Población y muestra

El presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de bolsas biodegradables en la ciudad de Pereira será enfocado a establecimientos cuyo fin sea la comercialización de textiles, prendas de vestir, calzado, accesorios y supermercados, considerando que es el mercado objetivo que más se ajusta a la idea de negocio. De acuerdo con la información anterior en la ciudad de Pereira para el año 2016 y según información suministrada por la Cámara de Comercio de Pereira se cuenta con un total de 17.784 empresas, de las cuales 9513 se dedican al comercio, valor que será utilizado para el cálculo de la muestra.

$$72,43 = 72$$

$$N= 9513$$

$$P= 95\% - 0,95$$

$$Q = 5\% - 0,05$$

$$e = 5\% - 0,05$$

$$Z (95\%) = 1,96$$

Para una población de 9513 empresas dedicadas al comercio y luego de hacer el cálculo de muestreo aleatorio simple, se obtuvo una muestra de 72 empresas sobre las cuales se realizará el estudio.

5.4 Fuentes técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Para alcanzar los objetivos propuestos en el estudio de factibilidad del presente proyecto se llevó a cabo la siguiente técnica de recolección de la información:

Encuesta estructurada: esta permite obtener información relevante acerca de las necesidades, usos o requerimientos que los clientes tengan respecto al tema de la utilización de bolsas biodegradables, además de medir sus opiniones o percepción; también permitió conocer los índices de la oferta u demanda. Esta técnica se realizó vía internet y cara a cara.

5.5 Tratamiento de la información

La información es recolectada de la fuente primaria se operó de forma matemática y se presentó a través de estadísticas descriptiva (diagrama de barras, de sectores, histograma, etc...)

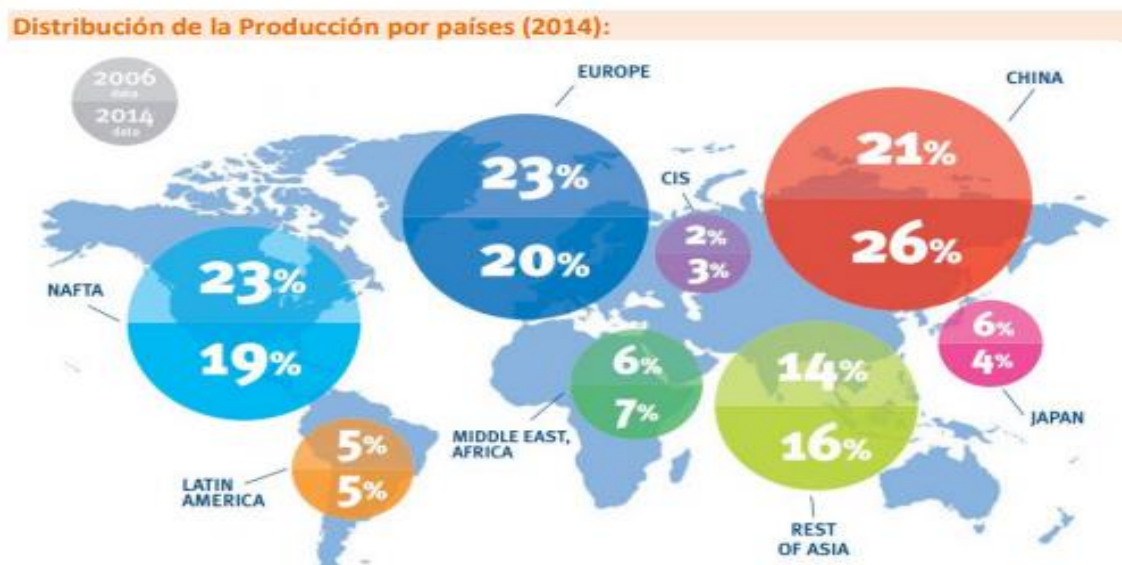
6. Estudio de mercados

6.1 Análisis del sector del plástico

La producción de plástico en el mundo según el Departamento de Inteligencia Competitiva y Estratégicas de AIMPLAS se puede apreciar un ligero aumento de la producción mundial. Con un desplazamiento de la misma desde Europa y el Norte de América hacia el continente asiático y más concretamente hacia China en los últimos años, como se muestra en el siguiente gráfico se observa que China y el Continente Europeo tiene una gran participación en el mercado con casi

un 50% de la producción de plástico en el mundo, para el caso de América latina se puede observar que la producción de plástico no es muy significativa debido a que solo cuenta con un 5% de la producción mundial.

Figura 1. Distribución de la producción por países



Fuente: AIMPLAS

Para el análisis del sector del plástico a nivel nacional, es importante mencionar que los plásticos hacen parte del sector manufacturero de Colombia. El sector de los plásticos en los últimos años se ha venido expandiendo por lo que las empresas Colombianas del sector son optimistas, reportan buenos resultados y existen en ellas una tendencia importante hacia la innovación, que determinara el crecimiento futuro. Así mismo, la búsqueda de alternativas correctas desde el punto de vista ambiental genera pautas para el desarrollo de nuevos productos.

Los productos hechos a base de plástico influyen mucho en el producto interno bruto, puesto que son uno de los rubros más grandes de la industria manufacturera, tiene un porcentaje importante en la variación del producto interno bruto en Colombia. La siguiente grafica nos muestra los grupos industriales que concentran la mayor parte del producto interno bruto del país encontrándose en este grupo los productos de plásticos con una participación del 4,1%.

Tabla 1. Resultado encuesta nacional manufactura

Grupo industrial CIIU Rev.4	Descripción	Millones de pesos Producción bruta	Part. %
Total	18 grupos	195.315.395	80,2
192	Productos de la refinación del petróleo	40.591.584	16,7
202	Otros productos químicos	17.289.885	7,1
110	Elaboración de bebidas	13.660.295	5,6
108	Elaboración de otros productos alimenticios	12.633.091	5,2
239	Productos minerales no metálicos n.c.p.	11.487.133	4,7
101	Procesamiento y conservación de carne, pescado, crustáceos y moluscos	10.586.993	4,3
222	Productos de plástico	10.092.811	4,1
201	Sustancias químicas básicas, abonos y plásticos y caucho sintético	8.728.711	3,6
170	Papel, cartón y productos de papel y cartón	8.402.088	3,5
141	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	8.282.547	3,4
104	Elaboración de productos lácteos	8.251.172	3,4
109	Elaboración de alimentos preparados para animales	7.521.825	3,1
105	Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados	7.133.550	2,9
210	Productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y botánicos	6.425.842	2,6
242	Industrias básicas de metales preciosos y metales no ferrosos	6.214.957	2,6
241	Industrias básicas de hierro y de acero	6.102.138	2,5
106	Elaboración de productos de café	6.071.464	2,5
107	Elaboración de azúcar y panela	5.839.308	2,4

Fuente DANE- EAM, 2014

Por su parte, a asociación Colombiana de industrias plásticas (Acoplásticos), de acuerdo con el análisis del comportamiento del sector plástico de Colombia, informo que, durante el 2014, los productos de cauchos y de plásticos:

Exportaron 678,7 millones de dólares, aportando el 3,5% a las ventas internas industriales y el 1,3% a las ventas totales del país, así como el 18% en el monto de las mercancías industriales despachadas de Colombia y del 6,5% en el gran total del país.

Importaron 1.992,6 millones de dólares, representando el 3,4% de las importaciones industriales y el 3,3% del gran total nacional de compras de bienes al exterior en 2014.

De acuerdo con la información anterior y donde se relaciona de manera general el análisis del sector de los plásticos es importante relacionar que en este sector se pueden encontrar las empresas dedicadas a la producción de bolsas plásticas, se puede estimar que en Colombia existe alrededor de 100 empresas dedicadas a esta producción las cuales se han visto afectadas ya que según la Asociación Colombiana de Industria Plásticas en Colombia (Acoplásticos) en los últimos 2 años se puede ver un decrecimiento del 25% en las ventas de estos productos en parte

esto se debe a la implementación del cobro de impuesto a la bolsas plástica y también se debe a las campañas medioambientalistas donde se promociona el uso de bolsas reutilizables o biodegradable.

En el departamento de Risaralda según la Cámara de Comercio de Pereira en el cuarto trimestre de 2017 la inversión neta en sociedades registro un valor de 46.593 millones de pesos. Los sectores económicos con mayor participación fueron las actividades inmobiliarias, agricultura e industria manufacturera con participación del 33,6%, 32,4% y 13% respectivamente.

El sector del plástico se ubica en la industria manufacturera por lo que se puede decir que se evidencia un aumento en la inversión de este sector lo que puede beneficiar a las empresas dedicadas a la producción de bolsas plásticas en el departamento.

Tabla 2. Inversión neta en el departamento de Risaralda

Descripción	Constituciones		Reformas de capital		Liquidaciones		Inversión neta	
	2016-IV	2017-IV	2016-IV	2017-IV	2016-IV	2017-IV	2016-IV	2017-IV
Agricultura	175	9.944	984	5.163	30	0	1.129	15.107
Minería	0	0	240	0	0	0	240	0
Industria manufacturera	360	303	1.000	5.822	319	83	1.041	6.041
Electricidad, gas y aire	25	0	0	0	0	0	25	0
Distribución y tratamiento de Agua	3	200	0	0	0	0	3	200
Construcción	1.883	296	1.209	1.202	911	138	2.181	1.359
Comercio	1.185	1.306	8.427	4.300	4.158	2.814	5.454	2.792
Transporte y almacenamiento	897	385	1.207	400	8.966	15	-6.863	770
Hoteles y restaurantes	104	382	0	870	2	65	102	1.188
Información y Comunicaciones	408	738	331	150	17.764	77	-17.024	811
Actividades financieras	154	373	272	-70	342	187	84	115
Actividades inmobiliarias	2.633	19.606	764	4.059	420	8.007	2.977	15.658
Actividades profesionales	520	590	948	607	2.155	175	-688	1.022
Servicios administrativos y de apoyo	841	933	382	208	37	143	1.186	998
Administración pública y defensa	0	0	0	0	0	0	0	0
Educación	19	5	0	0	0	15	19	-10
Salud	20	101	382	156	303	45	99	212
Actividades Artísticas y de entretenimiento	325	324	0	0	301	3	24	321
Otros Servicios	32	10	0	0	29	1	3	9
Total	9.581	35.496	16.146	22.867	35.736	11.770	-10.009	46.593

Fuente Cámara de Comercio de Pereira, 2016

Analizando el departamento de Risaralda y según informe de la gobernación, el departamento cuenta con 21.136 establecimientos registrado en el 2016, creciendo el 13,6% en los últimos dos años, lo que se interpreta como un territorio de confianza para la inversión y la facilidad de apertura en creación de empresas. De estos establecimientos se dice que gran porcentaje de ellas son pequeñas empresas.

De otro lado, la estructura empresarial por sectores económicos es predominantes en actividades de comercio, restaurantes y hoteles en un 60.2% por su parte los servicios sociales y personales presentan el 18% de los establecimientos, industria 8.4% en transporte y comunicaciones 4.4% seguido por el financiero y seguros con 3.8% de tal manera, el tejido empresarial en un 86.8% corresponde al sector terciario y el excedente corresponde a los sectores reales de la economía, industria, construcción, minería, y el agropecuario.

6.2 Encuestas de mercado

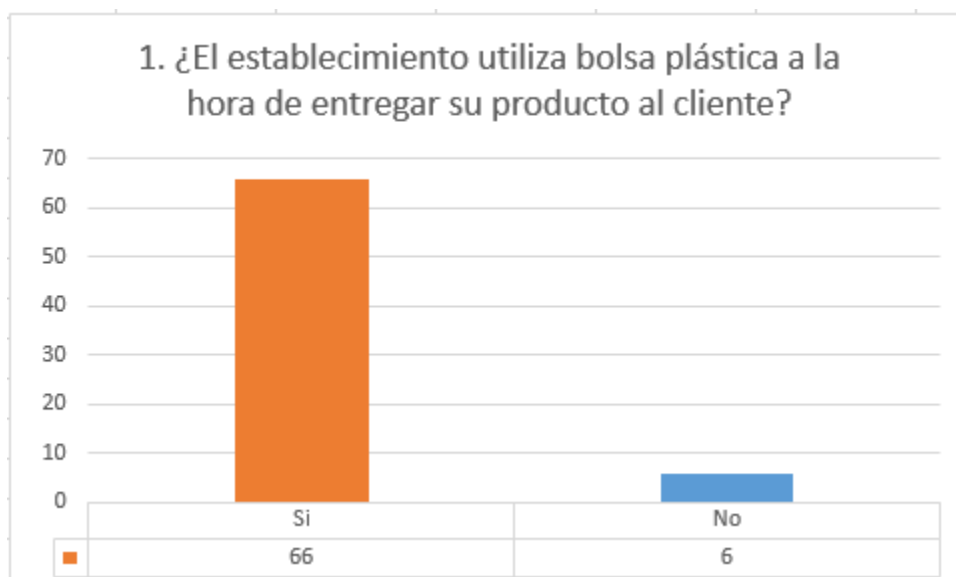
¿El establecimiento utiliza bolsa plástica a la hora de entregar su producto al cliente?

Tabla 3. Cantidad de bolsas utilizadas

Si	66
No	6

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 1. Cantidad de bolsas utilizadas.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Al tabular el total de la información encuestada se puede encontrar que el 91.66% de los establecimientos abordados hace uso de bolsas plásticas para la entrega de sus productos, garantizando así la posibilidad de entrada a gran cantidad de establecimientos que hacen uso de este materia, los demás establecimientos afirmaron utilizar material diferente especialmente bolsas de papel, estos establecimientos de igual manera podrían llegar a ser un cliente de nuestro producto, pues se encuentra en su requerimiento.

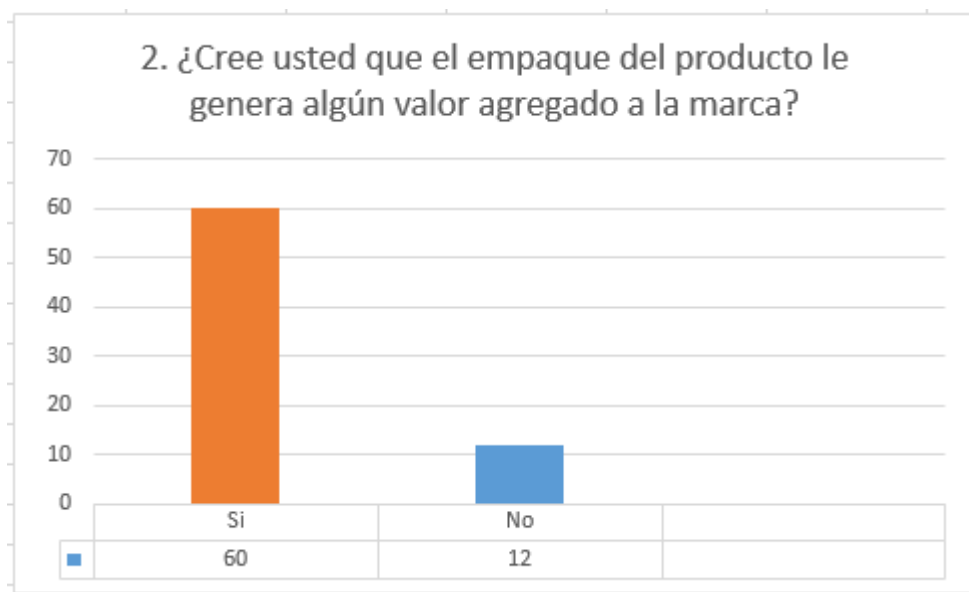
2. ¿Cree usted que el empaque del producto le genera algún valor agregado a la marca?

Tabla 4. Valor agregado por empaque

Si	60
No	12

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 2. Valor agregado por empaque.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 83% de los establecimientos entrevistados creen que el material de empaque puede llegar a generar un valor agregado a su marca o establecimiento, lo que puede abrir gran cantidad de posibles clientes para este emprendimiento, pues al tener diseño personalizado de sus empaques, abordaremos necesidades de cada uno de los establecimientos generando un valor agregado al producto, además de ser un material amigable con el medio ambiente, tendrá diseño de marca de cada uno de los clientes.

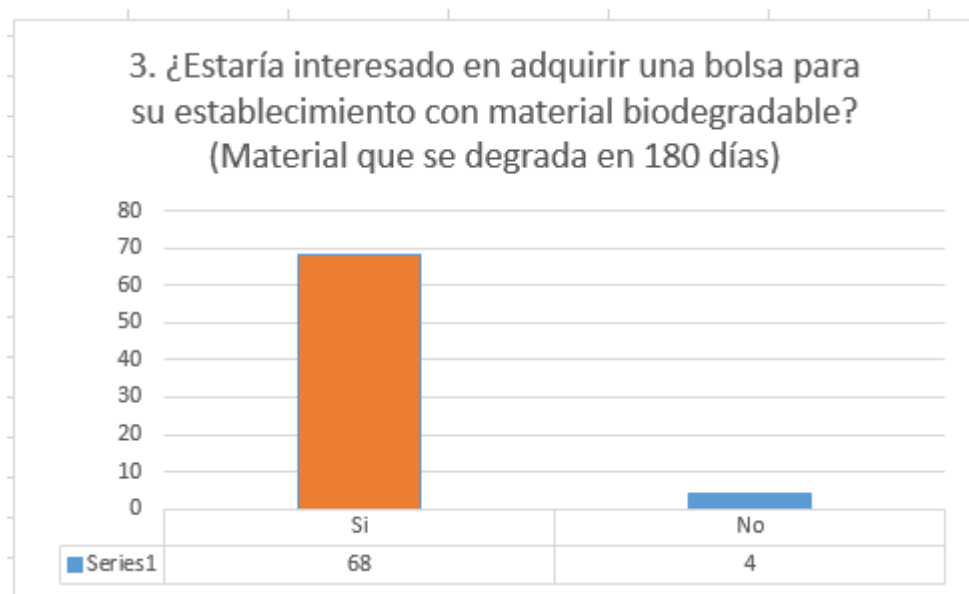
3. ¿Estaría interesado en adquirir una bolsa para su establecimiento con material biodegradable? (Material que se degrada en 180 días)

Tabla 5. Interés por adquirir bolsas biodegradables.

Si	68
No	4

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 3. Interés por adquirir bolsas biodegradables.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 94% de los establecimientos manifiestan interés por un producto hecho a base de un material amigable con el medio ambiente, biodegradable en 180 días, lo que permite identificar que el mercado al que se quiere llegar se ve interesado en el producto. Considerando que es hora de trabajar con estos materiales en pro de conservación del medio ambiente.

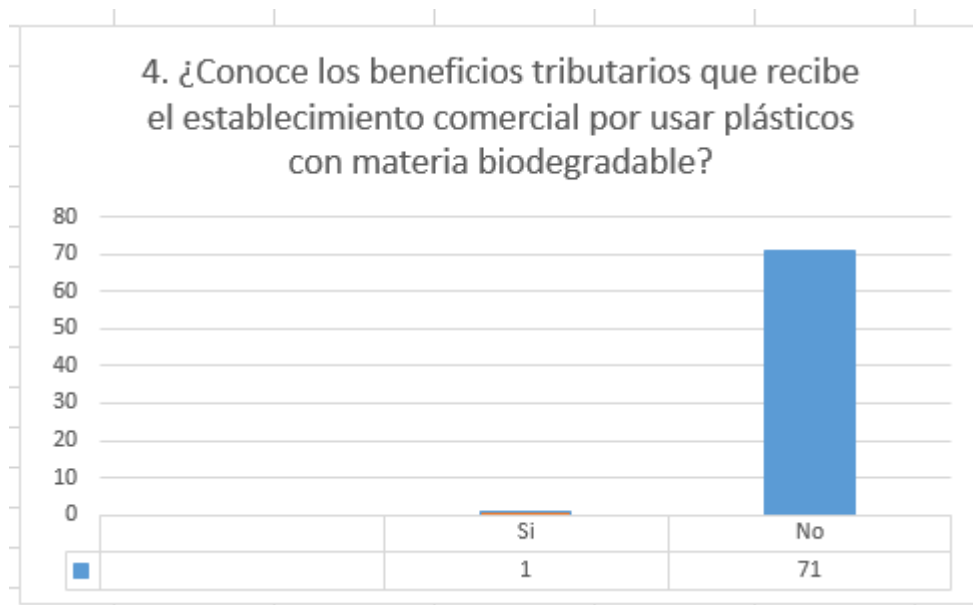
4. ¿Conoce los beneficios tributarios que recibe el establecimiento comercial por usar plásticos con materia biodegradable?

Tabla 6. Beneficios tributarios

Si	1
No	71

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 4. Beneficios tributarios



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Al indagar sobre el conocimiento de los beneficios tributarios que reciben los establecimientos por hacer uso de materiales biodegradables, se pudo encontrar que el 98% de los encuestados nunca han escuchado de ellos, solo un establecimiento afirmo conocer sobre los beneficios, esto deja gran oportunidad para el proyecto ya que es una de las razones con la que se podría abrir el mercado al que se quiere llegar, mostrando que no sola mente van a tener un producto que va a llevar su marca impresa sino que también por el uso de este material van a adquirir beneficios tributarios.

5. ¿Actualmente cuál es el consumo promedio mensual de bolsa plástica en su establecimiento?

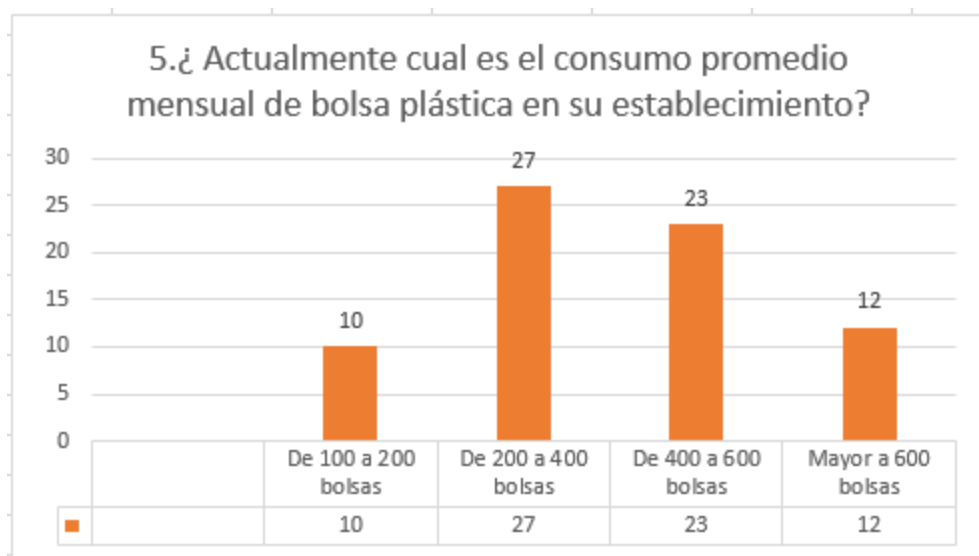
Tabla 6. Consumo promedio de bolsas plásticas.

De 100 a 200 bolsas	10
---------------------	----

De 200 a 400 bolsas	27
De 400 a 600 bolsas	23
Mayor a 600 bolsas	12

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 5. Consumo promedio de bolsas plásticas



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 65% de la población encuestada tiene en su demanda de bolsas entre 200 a 600 unidades al mes, lo que da un horizonte para la proyección de ventas para el promedio de los establecimientos a los que se quiere llegar en un corto plazo, el 16% de los establecimientos abordados manifiestan consumir mensualmente más de 600 bolsas siendo un mercado atractivo para lo que se puede ofrecer con la creación de este proyecto.

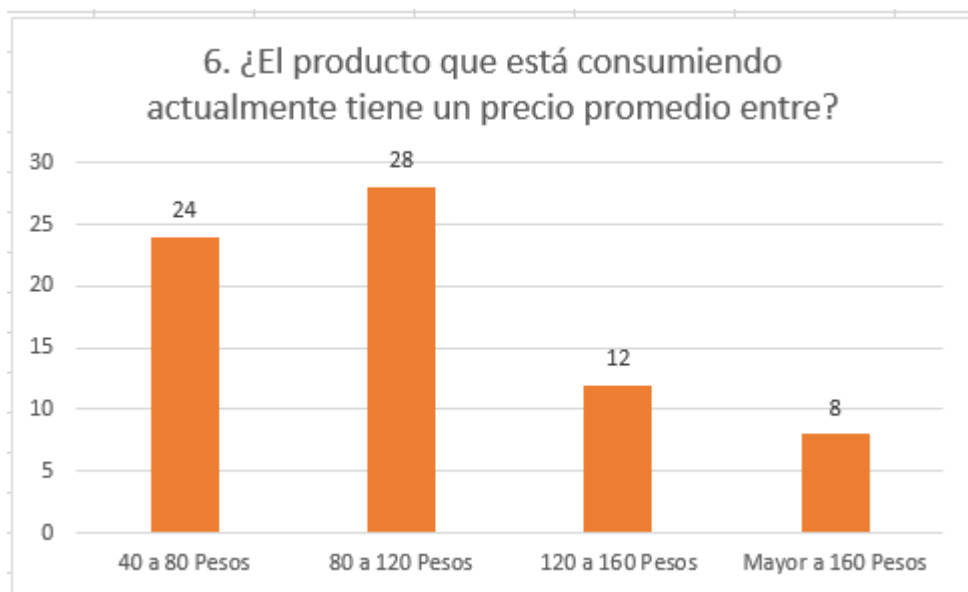
6. ¿El producto que está consumiendo actualmente tiene un precio promedio entre?

Tabla 7. Precio promedio de la bolsa plástica

40 a 80 Pesos	24
80 a 120 Pesos	28
120 a 160 Pesos	12
Mayor a 160 Pesos	8

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 6. Precio promedio de la bolsa plástica.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 38% de los establecimientos manifiestan pagar por cada unidad de bolsa plástica entre 80 a 120 pesos, el 33% dice paga entre 40 a 80 pesos por cada unidad, mientras que el porcentaje restante (28%) paga un valor más alto que se encuentra entre 120 a 160 pesos por cada bolsa. Esto brinda un panorama de precio actual del producto para entra al sector con una idea aterrizada de lo que el consumidor está pagando actualmente con los diferentes proveedores del sector.

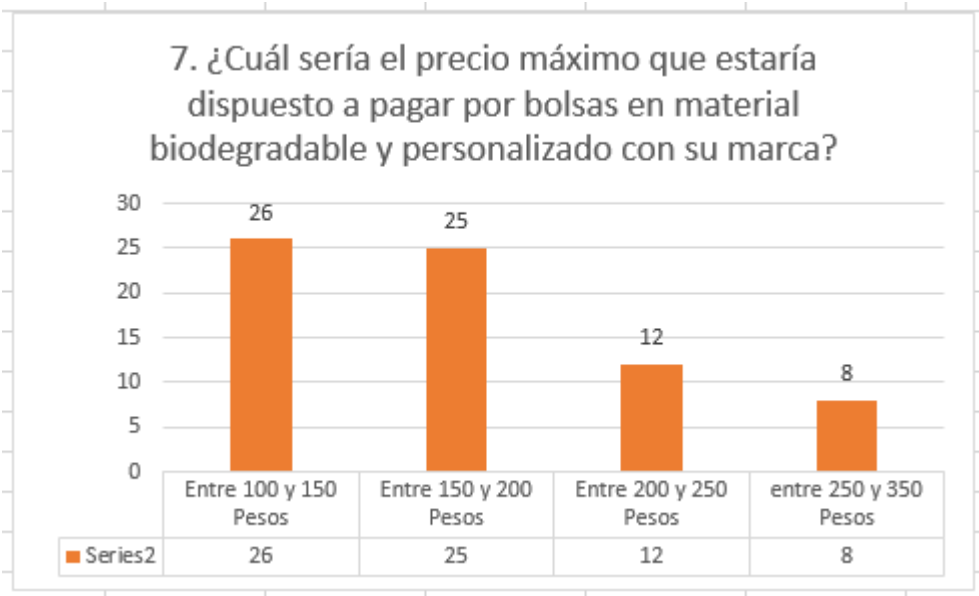
7. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por bolsas en material biodegradable y personalizado con su marca?

Tabla 8. Precio máximo a pagar por una bolsa biodegradable.

Entre 100 y 150 Pesos	26
Entre 150 y 200 Pesos	25
Entre 200 y 250 Pesos	12
entre 250 y 350 Pesos	8

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 7. Precio máximo a pagar por una bolsa biodegradable.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 72% de los establecimientos encuestados manifiestan que el valor máximo que pagarían por cada una de las bolsas de su establecimientos se encuentran entre 100 y 200 pesos, esto así, nos brinda estadísticas claras del valor máximo que pagaría un establecimiento en Pereira, el porcentaje restante (28%) dice estar dispuesto a pagar un valor por encima de 200 pesos por cada bolsa.

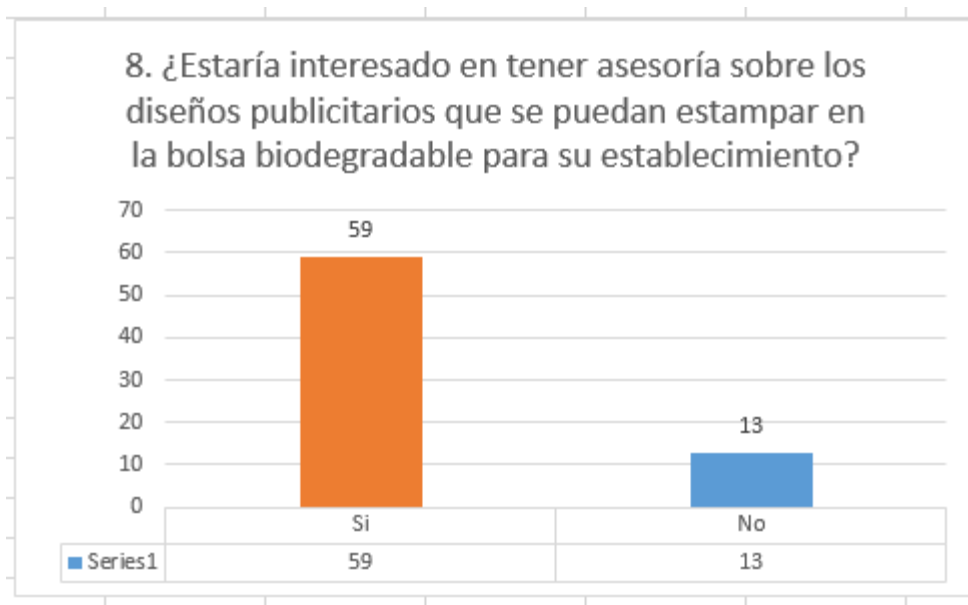
8. ¿Estaría interesado en tener asesoría sobre los diseños publicitarios que se puedan estampar en la bolsa biodegradable para su establecimiento?

Tabla 9. Interés por la bolsa biodegradable.

Si	59
No	13

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 8. Interés por la bolsa biodegradable.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

El 81% de la muestra encuestada se encuentra interesado en tener asesoría sobre los diseños que puede llegar a obtener si entran al proyecto del uso de bolsas biodegradables, esto es un valor adicional de la idea del proyecto donde se pretende fidelizar los clientes con la estrategia de mercado que les ayude a cada una de las empresas a mantenerse a la vanguardia en los programas de publicidad y mercadeo.

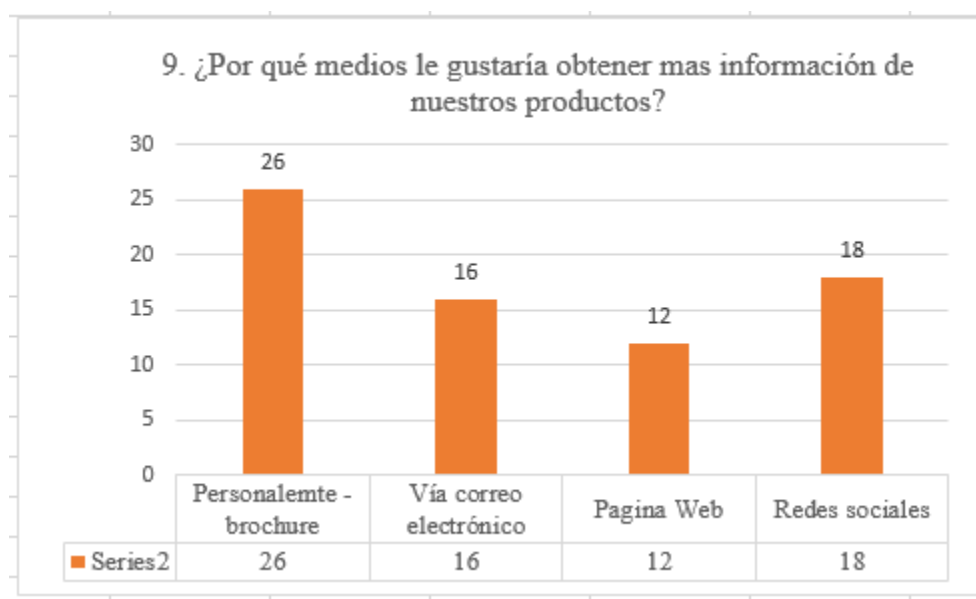
9. ¿Por qué medios le gustaría obtener más información de nuestros productos?

Tabla 10. Medio para obtener más información.

Personalmente - brocharé	26
Vía correo electrónico	16
Página Web	12
Redes sociales	18

Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Grafica 9. Medio para obtener más información.



Fuente: elaboración propia en base de trabajo de campo.

Al preguntar sobre cómo se quisiera obtener información del actual proyecto la respuesta de la muestra se encuentran bastante divididas, el 36% del total de las encuestas piensa que la mejor forma de recibir información personalmente y un 25% piensa que la mejor alternativa es recibir información mediante las redes sociales, el resto de las personas dicen que prefieren por correo electrónico y pagina web, al ser personalmente la opción más encontrada, podemos hallar una

buena oportunidad de fidelización de los clientes al poder estar al tanto de cada uno de ellos en el transcurso del tiempo.

6.3 Competencia

Para toda empresa es de gran importancia conocer la competencia tanto directa como indirecta para el producto que va a elaborar, para el caso de las bolsas biodegradable es importante mencionar que en la ciudad de Pereira no existe un competidor de manera directa ya que no se conocen empresas que realicen bolsas con material biodegradable por lo que se puede ver como una ventaja competitiva; con relación a los competidores de forma indirecta en la ciudad si se puede observar empresas dedicadas a la elaboración de bolsas plásticas no biodegradables como son Indubolsas y Dispol, empresas que ya tienen gran trayectoria en la ventas de bolsas plásticas en la ciudad.

6.4 Estrategias del producto

Para la venta de bolsas biodegradables se tendrán en el portafolio los tipos de producto, con diseños básicos en el cual solo varía el color del material y los otros están personalizados el estampado por cada uno de los consumidores según su necesidad y las diferentes campañas de su establecimiento.

Nombre

CREABOXX

Eslogan

Sembrando futuro

Nombre de la empresa “CREABOXX” bolsas biodegradable Sembrando futuro

Se pretende y se ofrece tres valores agregados como la disminución impacto ambiental, innovación en las bolsas biodegradables y la calidad del producto. Como se ha evidenciado que los materiales de plástico convencionales representan amenazas ecológicas a no ser degradable

los gobiernos motivan con leyes emergentes a sacar las bolsas biodegradables al mercado para optimizar y tener un impacto positivo a futuro, La empresa quedara ubicada en la ciudad de Pereira, capital del departamento de Risaralda.

El tipo de distribución será al mercado directo el cual se pretende llegar a las grandes superficies, supermercados de la ciudad, graneros mayoristas y como clientes potenciales a tiendas y graneros minoristas y demás empresas de venta al público.

6.5 Estrategias de precio

Para la estrategia de precio de tendrá en cuenta factores relacionados con el costo de distribución del producto; de otro lado se tendrá en cuenta el precio de la competencia, información que será tenida en cuenta como referencia en el momento de establecer el precio de nuestro producto.

6.6 Estrategia de publicidad

En primera instancia, como la empresa es nueva en el sector, se utilizará publicidad impresa como volantes y pasacalles, de manera que se promocioe la marca, logo y producto, buscando ser conocidos fácilmente en la mente del consumidor.

Por otro lado, la empresa también realizara publicidad en las diferentes redes sociales como Facebook e Instagram, en donde el cliente pueda visualizar los productos y conocer la empresa, adicional se utilizara la divulgación de publicidad sobre la empresa en diferentes emisoras de la ciudad.

6.7 Estrategias de distribución del producto

El tipo de distribución de la empresa será directa, esta se basa en que la empresa va a ser la encargada de hacer llegar el producto al consumidor final. Para la estraga del producto al cliente la empresa dispondrá un colaborador.

6.8 Estrategias de ventas

Las estrategias de ventas para cualquier organización es uno de los puntos clave a la hora de trazarse objetivos, se desea implementar estrategias de marketing a la hora de lanzar el producto al mercado, gran parte de esta estrategia se realizara mediante las redes sociales y canales alternos de publicidad como volantes, una vez se tenga el producto en venta se desea realizar fidelización de los clientes con diferentes alternativas como ofrecer asesorías personalizadas en el diseño de sus campañas publicitarias, es decir, prestar acompañamiento cuando se necesite de cuál sería la mejor alternativa para plasmar en cada una de las bolsas biodegradables.

El acompañamiento posventa da a las organizaciones ventajas competitivas y es por eso por lo que se quiere dar prioridad a esto para que sea el servicio y cada uno de los clientes los que abran puertas a nuevos mercados, además, a esto se presentaran campañas de descuentos de manera trimestral para los clientes.

6.9 Estrategias de servicios

La necesidad básica en toda clase de ventas es la de ganar la satisfacción del cliente y cultivar buenas relaciones con él a largo plazo, es por esto que es indispensable saber cuáles son sus necesidades y conocer lo que esperan de nosotros. Para así ofrecerles los mejor servicios o el mejor soporte sobre los productos, esto se debe prolongar en el tiempo debido a que las necesidades de los clientes cambian con los giros inesperados que tiene el mercado. El cliente está en constante movimiento, por ende, en cada contacto que se haga con el mismo, es muy importante tener presente la actualización de la información en las bases de datos con las que cuenta la empresa.

Las buenas relaciones con los clientes se mantendrán con el cumplimiento del tiempo de entrega de los productos, con un excelente servicio y atención. Por otro lado, se garantiza la

calidad de los productos, ya que una empresa con buena calidad obtiene como resultados clientes satisfechos.

7. Estudio técnico

7.1 Ficha técnica del producto

	FICHA TECNICA BOLSA BIODEGRADABLE		Programa: Mercadeo
			LEY 45 DE 1985
Preparado por: LINA MARIA BEDOYA	Aprobado por:	Fecha: 2018	Versión: 2018

NOMBRE DEL PRODUCTO:	BOLSA BIODEGRADABLE COMPOSTAGE
DESCRIPCION DEL PRODUCTO:	Las bolsas biodegradables permiten una degradación completa, pueden ser conservadas en condiciones normales y su tiempo de durabilidad y utilización son de 18 meses.
LUGAR DE ELABORACION:	Hecho en EE.UU Certificado bajo ASTM D-6400 para los Estados Unidos
COMPOSICION:	Derivado del maíz, almidones, celulosa, aceites vegetales y sus combinaciones

PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES:



Bolsa de verduras

16 "x 28"

Específicamente diseñado para contener verduras de hoja grande

75% más de volumen que la bolsa de producción estándar PULL-N-PAK® de 15 "x 20"

A prueba de fugas y agua

Las bolsas están teñidas de verde para facilitar su identificación.



Bolsa para productos.

15 "x 24"

Especialmente diseñado para contener artículos pesados como maíz y ñame

Dos veces más grandes que las bolsas de productos tradicionales.

Fácil carga

Un montón de espacio para cerrar y atar

Bolsa lineal de baja densidad resistente a pinchazos y roturas.



Bolsas estándar

Los lazos incorporados (manijas) eliminan la necesidad de los lazos torcidos

Los tiradores de manija son más convenientes para los compradores que los tirantes

Elimina la necesidad de embolsar productos nuevamente al pagar

Funciona como una bolsa de compras independiente para productos (y otros artículos pequeños)

Combina la fuerza de las bolsas de comestibles convencionales

	FICHA TECNICA BOLSA BIODEGRADABLE		Programa: Mercadeo
			LEY 45 DE 1985
Preparado por: LINA MARIA BEDOYA	Aprobado por:	Fecha: 2018	Versión: 2018

REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVIDAD	Certificado bajo ASTM D-6400 para los Estados Unidos Ley 45 de 1985 (Colombia)
TIPO DE CONSERVACION	Temperatura: medio ambiente:
	NO 
	NO 
Formulación:	El almidón se extrae del maíz, luego los microorganismos los transforman en una molécula más pequeña (un monómero), el ácido láctico. Después, este ácido láctico es tratado químicamente de manera de formar cadenas o polímeros, con una estructura molecular parecida a la de los de origen petroquímico, que se unen entre sí para formar el plástico llamado PLA (Acido Poliláctico). "
Consideración para el almacenamiento	No almacenar con productos húmedos y productos que impriman un fuerte aroma.

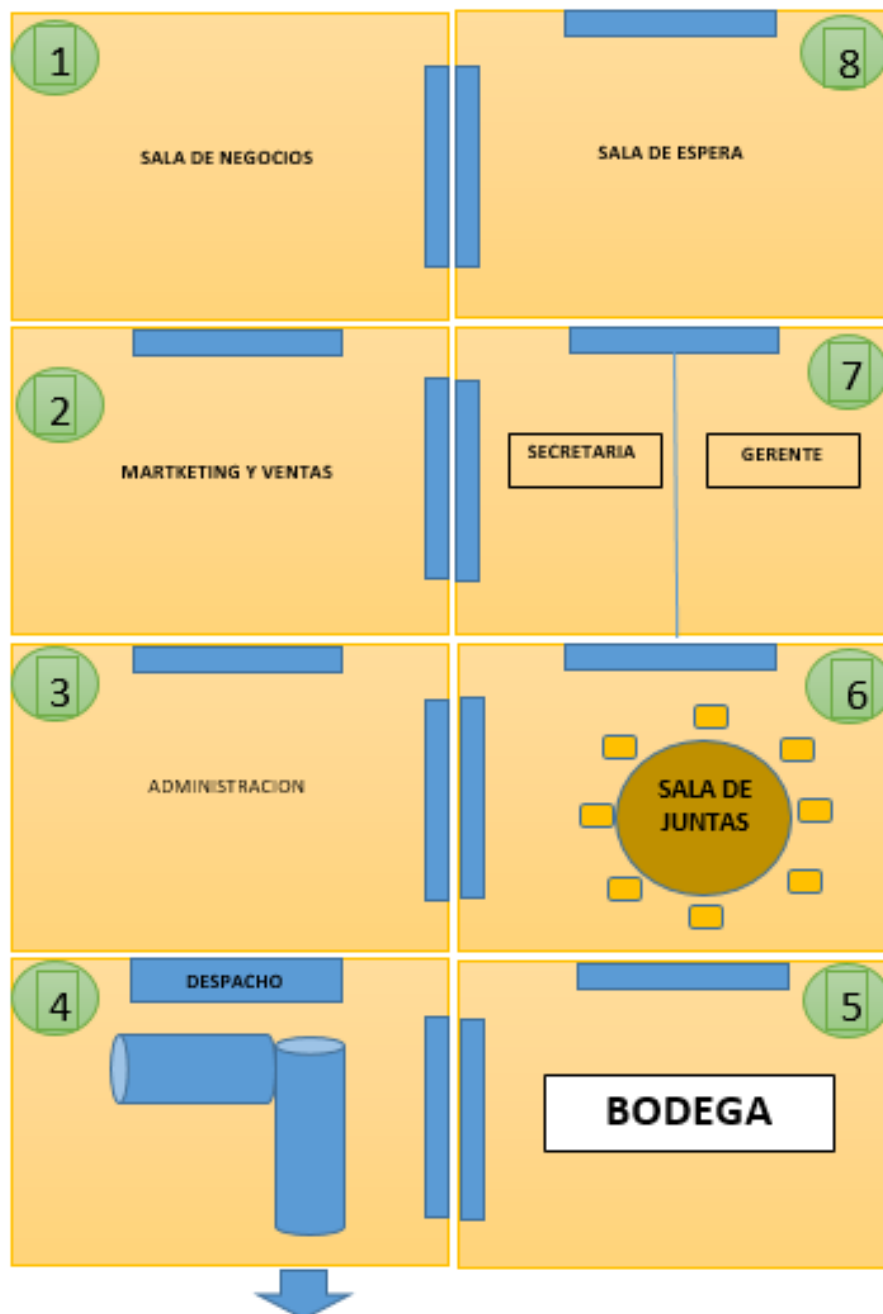
Fuente: elaboración propia

7.2 Localización

Dentro de la localización de la empresa, se tiene como plan inicial ubicar las instalaciones en Pereira, departamento de Risaralda, que por su ubicación estratégica permite acceder al mercado objetivo que se quiere abordar, que en su mayoría se encuentra en el centro de la ciudad, en la zona comercial, por su ubicación también cuenta con gran facilidad de abastecimiento de distribución de sus productos.

7.3 Distribución de planta

Figura 2. Diseño de planta



Fuente: elaboración propia

8. Estudio administrativo y legal

8.1 Tipo de empresa y objetivo social

Esta empresa será constituida como una empresa SAS sociedades por acciones simplificadas, ley 1258 del 5 de diciembre de 2008.

8.1.1 Naturaleza

La sociedad por acciones simplificadas es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objetivo social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones implicadas se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

8.1.2 Imposibilidad de negociar valores en mercado público

Las acciones y demás valores que emita la sociedad por acciones simplificadas no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa. La ley 1258 de 2008 representa la innovación jurídica en materia societaria más importante de los últimos años. Establece una regulación flexible que permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se regirán su relaciones, para lo cual se requiere responsabilidad en la adopción de las cláusulas por parte de los contratantes. Estableció, además, en su artículo 46, que a partir de su entrada en vigencia no se podrían constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la ley 1014 y las ya constituidas, tienen un plazo máximo de 6 meses (es decir hasta el 5 de junio de 2009) para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.

8.1.3 Obligaciones tributarias

Respecto a las obligaciones tributarias, las SAS tienen las mismas que los demás tipos de sociedades, ya que son una persona jurídica. Se debe tener en cuenta que antes de registrar la sociedad ante la cámara de comercio, se debe inscribir el RUT, que podrá hacerse por internet en la página de la DIAN. Esto, básicamente, significa que: debe hacer facturas y cobrar el impuesto al valor agregado (IVA), que sea pagado por el comprador pero que la empresa recaudara y consignara bimestralmente a la DIAN. Debe declarar y pagar bimestralmente el impuesto de Industria y Comercio (ICA), que es un impuesto municipal, cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas.

Deberá pagar mensualmente la retención de la fuente, que es un anticipo y no un impuesto por la renta, cuando la sociedad paga un bien o un servicio. Además, este valor alcanza los topes que la DIAN establece.

Deberá pagar anualmente el impuesto a la renta por un monto del 33% de las utilidades. Para las empresas pequeñas y nuevas se dan unos beneficios en los cinco primeros años de acuerdo a su inicio de la actividad económica principal y a partir del sexto año se deberá pagar el 33% completo, siempre y cuando el primero de enero de 2011 tenga un patrimonio líquido de mil millones de pesos, debe pagar aportes parafiscales equivalentes al 9% de la nómina mensual (en caso de que tenga trabajadores). Este porcentaje se distribuirá así: 4% para la caja de compensación, 3% para el ICBF y 2% para el SENA. Si una SAS hace parte de las mipyme tiene muchos beneficios, como descuentos en los aportes parafiscales por tres años de funcionamiento, distribuidos de la siguiente manera: en el primer año del 75%, en el segundo año del 50% y el tercer año del 25%.

Los accionistas responderán hasta el monto de sus aportes y no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad.

Igualmente, sobre las obligaciones de tipo comercial, administrativo, disciplinario, excepto cuando los accionistas y los administradores que hubieran realizado, participado o facilitado actos por fraude, responderán socialmente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados a la ley o a terceros.

El IVA como impuesto indirecto sobre la venta de bienes y prestación de servicio expresamente grabados no siempre se aplica, ya que hay bienes y servicios que son excluidos (son los que no casan IVA por disposición legal), exentos (son grabados sobre el 0%), no sometidos (son los que no son ni grabados, excluidos, exentos). Las tarifas del IVA oscilan entre el 1.6%, 5%, 10%, 16%, 20%, 25% y 35%.

El estatuto tributario establece que dentro de los bienes y servicios excluidos está el de la capacitación y la educación, pero siempre que sean prestados por instituciones educativas autorizadas por el gobierno, independientemente si es o no formal. Esto significa que la capacitación por una institución no autorizada se le debe aplicar el IVA con la tarifa general.

A pesar de esto, también es importante destacar que si bien este es un servicio grabable por no tener el permiso del gobierno como institución educativa, también es importante saber qué tipo de régimen se tiene, ya que si es de régimen simplificado no deberá facturar ni cobrar IVA, así no tenga el permiso del gobierno como institución educativa.**[17]**

Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de bolsas biodegradables con altos estándares de calidad. Comprometida con el medio ambiente y con el desarrollo sostenible del país.

8.2 Visión

En el 2022 ser una empresa reconocida a nivel nacional por su innovación y calidad en la distribución de productos biodegradables ecológicos y su compromiso al medio ambiente, también un agente motivador del cambio en la sociedad.

8.3 Valores corporativos

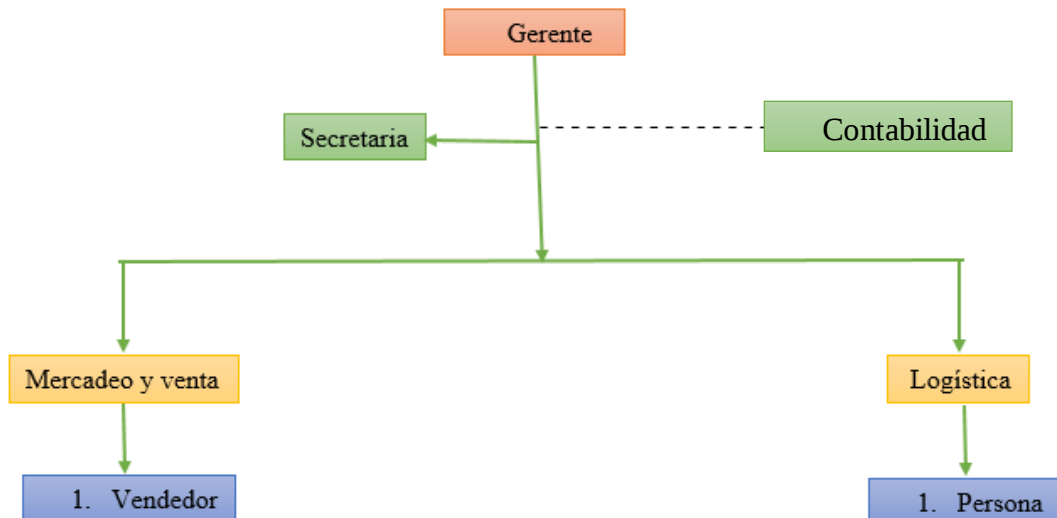
Calidad y buen servicio: la calidad de nuestro producto es la carta de presentación de una empresa comprometida con prestar el mejor servicio con materia prima de primera.

Innovación: estaremos a la vanguardia con las últimas tecnologías con materiales de primera para brindarles a nuestros clientes productos con factores diferenciadores.

Responsabilidad: el trabajo que desempeñe la empresa tendrá un enfoque de responsabilidad tanto para el cliente externo como para el interno. La responsabilidad para el cliente interno se verá reflejado en las capacitaciones y conocimiento adquirido durante su desempeño en la organización, la responsabilidad con el cliente externo se basa principalmente en calidad del producto que se ofrece.

8.4 Organigrama

Figura 3. Organigrama



Fuente: elaboración propia.

8.5 Recursos documentales

Los recursos documentales como libros, tesis, publicaciones periódicas, artículos y otros tipos de información que se van a utilizar en la investigación, están consignados de forma online, además de los repositorios y las bibliotecas de la universidad que también servirán de apoyo para dar estructura al trabajo de investigación.

9. Estudio financiero

Para realizar el análisis y estudio financiero de la empresa se tuvieron en cuenta los siguientes indicadores con la finalidad de realizar las respectivas proyecciones:

Inflación: 5%

Tasa impositiva: 33% sobre las utilidades generadas.

9.1 Ventas

Tabla 9-1. Equipo investigador

Precio Por Producto		VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5
Precio BOLSA DE 15	\$ / unid.	70	74	77	81	85
Precio BOLSA DE 16	\$ / unid.	70	74	77	81	85
Unidades Vendidas por Producto						
Unidades BOLSA DE 15	unid.	1.350.000	1.827.000	1.863.540	1.900.811	1.938.827
Unidades BOLSA DE 16	unid.	900.000	1.218.000	1.242.360	1.267.207	1.292.551
Total Ventas						
Precio Promedio	\$	70,0	73,5	77,2	81,0	85,1
Ventas	unid.	2.250.000	3.045.000	3.105.900	3.168.018	3.231.378
Ventas	\$	157.500.000	223.807.500	239.697.833	256.716.379	274.943.241

Fuente: elaboración propia

Durante los tres primeros meses de inicio de actividades no se presupuestara realizar ventas por lo que serán considerados como mese muertos ya que en este periodo de tiempo se adecuara todo lo necesario para el correcto funcionamiento de la empresa.

Para el primer año se tiene presupuestado tener ventas de 2.250.000 unidades por los dos productos, lo que en dinero representara unos ingresos de \$157.500.000.

Para el segundo año el presupuesto de ventas en unidades es de 3.045.000 bolsas, lo que generara un ingreso total de ventas de \$223.807.500.

Para el tercer año la empresa tiene estimado crecer las ventas en unidades en un total de 3.105.900, dando ingresos de \$239.697.833.

Llegando al cuarto año se espera vender 3.168.018 unidades, lo que representa \$256.716.379.

Para la proyección de quinto año se espera vender un total del 3.231.378, con un total de ingresos por ventas de \$274.943.241.

9.2 Balance general

Tabla 9-2. Equipo investigador

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	-16.465.733	49.337.667	107.446.793	173.357.370	242.215.555	314.310.194
Cuentas X Cobrar	13.125.000	13.125.000	18.650.625	19.974.819	21.393.032	22.911.937
Provisión Cuentas por Cobrar		-1.312.500	-1.865.063	-1.997.482	-2.139.303	-2.291.194
Inventarios Materias Primas e Insumos	20.000.000	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	20.000.000	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	20.600.000	20.600.000	20.600.000	20.600.000	20.600.000	20.600.000
Amortización Acumulada	-6.866.667	-13.733.333	-20.600.000	-20.600.000	-20.600.000	-20.600.000
Gastos Anticipados	13.733.333	6.866.667	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	50.392.600	68.016.833	124.232.355	191.334.708	261.469.283	334.930.938
Muebles y Enseres	15.124.000	15.124.000	15.124.000	15.124.000	15.124.000	15.124.000
Depreciación Acumulada		-3.024.800	-6.049.600	-9.074.400	-12.099.200	-15.124.000
Muebles y Enseres	15.124.000	12.099.200	9.074.400	6.049.600	3.024.800	0
Equipo de Transporte	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000
Depreciación Acumulada		-14.000.000	-28.000.000	-42.000.000	-56.000.000	-70.000.000
Equipo de Transporte	70.000.000	56.000.000	42.000.000	28.000.000	14.000.000	0
Total Activos Fijos:	85.124.000	68.099.200	51.074.400	34.049.600	17.024.800	0
ACTIVO	135.516.600	136.116.033	175.306.755	225.384.308	278.494.083	334.930.938
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	53.949	3.532.020	8.175.460	13.176.326	19.317.657
Obligación Fondo Empezar (Contingencia)	135.516.600	135.516.600	135.516.600	135.516.600	135.516.600	135.516.600
PASIVO	135.516.600	135.570.549	139.048.620	143.692.060	148.692.926	154.834.257
Patrimonio						
Utilidades Retenidas	0	0	545.484	36.258.135	81.692.248	129.801.158
Utilidades del Ejercicio	0	545.484	35.712.650	45.434.113	48.108.910	50.295.522
PATRIMONIO	0	545.484	36.258.135	81.692.248	129.801.158	180.096.680
PASIVO + PATRIMONIO	135.516.600	136.116.033	175.306.755	225.384.308	278.494.083	334.930.938

Fuente: Elaboración propia

Para el momento cero de la empresa se encuentra un valor total en pasivos más patrimonio de \$135.516.600 que corresponde a los presupuestos propios de los fondos de los cuales \$15.124.000 destinados a muebles y enseres, para el primer año se pretende una disminución debido principalmente a la descripción de los equipos.

Para el segundo año se presenta utilidad de \$35.712.650 lo que aumenta significativamente el patrimonio de la empresa a \$36.258.135, lo que se vuelve a repetir en los próximos años, teniendo utilidades que en el quinto año deja el total del patrimonio en 180.096.000.

Los activos de la empresa durante los primeros cinco años presentan un crecimiento significativo si lo comparamos con el momento cero, esto se debe al aumento de las ventas durante cada uno de los años, dejando un activo corriendo en el quinto año de \$334.930.938

9.3 Estado de resultado

Tabla 9-3. Equipo de investigación

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	157.500.000	223.807.500	239.697.833	256.716.379	274.943.241
Depreciación	17.024.800	17.024.800	17.024.800	17.024.800	17.024.800
Otros Costos	32.476.600	40.446.000	42.468.300	44.591.715	46.821.301
Utilidad Bruta	107.998.600	166.336.700	180.204.733	195.099.864	211.097.141
Gasto de Ventas	48.070.000	54.694.600	58.235.630	62.034.342	66.111.682
Gastos de Administracion	51.150.000	64.978.200	68.227.110	71.638.466	75.220.389
Provisiones	1.312.500	552.563	132.419	141.821	151.891
Amortización Gastos	6.866.667	6.866.667	0	0	0
Utilidad Operativa	599.433	39.244.671	53.609.573	61.285.235	69.613.180
Utilidad antes de impuestos	599.433	39.244.671	53.609.573	61.285.235	69.613.180
Impuesto renta +CREE	53.949	3.532.020	8.175.460	13.176.326	19.317.657
Utilidad Neta Final	545.484	35.712.650	45.434.113	48.108.910	50.295.522

Fuente: Elaboración propia

En el estado de resultados es posible evidenciar que se presentan ganancias para la empresa por un valor de \$545.484. A partir del segundo año la empresa percibe utilidad neta positiva por un valor de \$35.712.650, esto se debe a que las ventas aumentan y es posible cubrir todos los gastos y al final del año tener ganancias, este mismo comportamiento se puede evidenciar en el cuarto y quinto año, ya que las ventas siguen en aumento respecto a los años anteriores garantizando utilidades a la empresa.

9.4 Flujo de caja

Tabla 9-4. Equipo investigador

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		599.433	39.244.671	53.609.573	61.285.235	69.613.180
Depreciaciones		17.024.800	17.024.800	17.024.800	17.024.800	17.024.800
Amortización Gastos		6.866.667	6.866.667	0	0	0
Provisiones		1.312.500	552.563	132.419	141.821	151.891
Impuestos		0	-53.949	-3.532.020	-8.175.460	-13.176.326
Neto Flujo de Caja Operativo		25.803.400	63.634.751	67.234.772	70.276.397	73.613.545
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	-5.525.625	-1.324.194	-1.418.212	-1.518.905
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		20.000.000	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		20.000.000	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	40.000.000	-5.525.625	-1.324.194	-1.418.212	-1.518.905
Inversión en Muebles	-15.124.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-70.000.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-85.124.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-85.124.000	40.000.000	-5.525.625	-1.324.194	-1.418.212	-1.518.905
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	135.516.600					
Neto Flujo de Caja Financiamiento	135.516.600	0	0	0	0	0
Neto Periodo	50.392.600	65.803.400	58.109.126	65.910.578	68.858.185	72.094.640
Saldo anterior		-16.465.733	49.337.667	107.446.793	173.357.370	242.215.555
Saldo siguiente	50.392.600	49.337.667	107.446.793	173.357.370	242.215.555	314.310.194

Fuente: Elaboración propia

9.5 Análisis de la TIR

Tabla 9-5. **Equipo investigador**

Criterios de decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	10%
TIR(Tasa Interna de Retorno)	28,65%
VAN(Valor actual neto)	66.288.810
PRI(Periodo de Recuperación de la Inversión)	2,15
Duración de la etapa productiva del negocio (Fase de Implementación).En meses	3 meses

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en los estudios financiero, se identifica que el rendimiento obtenido en el ejercicio (28,65%) es mayor al respaldo (10%) y el periodo de

recuperación de la inversión es a próximamente 26 meses, por lo que se puede concluir que el proceso presenta buena viabilidad en el transcurso del tiempo arrojando ganancias por encima a las esperadas.

Es muy importante tener una descripción de los gastos de tipo administrativo, técnico, y de mercado no existe esta descripción que permita sustentar las cifras que se referencian en el balance general, de esta manera se piensa que estos valores son definidos de manera arbitraria por parte de la estudiante, recomendando en cada capítulo realizar un cierre con un presupuesto.

Conclusiones

Para concluir con en el estudio de mercado, se encuentra que el 94% del total de la población encuestada se encuentra interesada en adquirir el producto biodegradable, ya que consideran que puede ser algo novedoso y con un impacto positivo al medio ambiente, lo cual confirma la factibilidad del proyecto y su aceptación en el mercado objetivo.

Se puede concluir que realizar este proyecto en la ciudad de Pereira inicialmente generaría un impacto positivo en el mercado ya que al realizar análisis de la competencia se puede evidenciar que no se encuentra una empresa que se dedique a realizar productos con estas características de biodegradación.

En el análisis administrativo podemos concluir que el tipo de empresa que más se adapta es la SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS por sus facilidades y los beneficios que se pueden obtener con este tipo de sociedad.

En el análisis financiero se puede concluir que al obtener una tasa interna de retorno del 28,65% la cual se encuentra por encima de la esperada se puede afirmar que la creación de esta

empresa es viable en el transcurso de 5 años por lo que se espera que el proyecto tenga una rentabilidad a partir del segundo año.

Recomendación

Después de realizar el trabajo de investigación se recomienda la búsqueda de más proveedores de las bolsas donde se puedan encontrar precios más bajos y por ende así mejorar los estados financieros desde el momento cero, esta recomendación se hace porque se considera que el precio de las bolsas están un poco elevadas.

Para el análisis financiero se recomienda disminuir los costos en lo máximos posibles para el primer año ya que utilidad de este momento se presenta muy poco atractivo para la empresa, uno de los puntos para revisar son los gastos administrativos para así poder disminuir esta utilidad.

Referencias

- [1] O. G. Cortes, «A pagar 20 pesos por cada bolsa,» El espectador, 30 junio 2017. [En línea]. Available: <http://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/pagar-20-pesos-por-cada-bolsa-plastica-articulo-700880>
- [2] I. Navarrete «Qué aspectos positivos conlleva el manejo de bolsas biodegradables, » <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6351/%BF%20Que%20aspectos%20positivos%20conlleva%20el%20manejo%20de%20la%20bolsa%20biodegradable.pdf?sequence=1>
- [3] E. Pascual, «Bolsas de plástico biodegradables,» Erenovable, 2012. [En línea].
- [4] Desarrollo de Bioplasticos a partir de subproductos agroalimentarios <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=55084>
- [5] F. W. Taylor, «Principios de la Administración Científica,» Editorial Ateneo, Buenos Aires, 1969.
- [6] F. Jack, «Negocios Exitosos,» Mc Graw Hill, 2000. [En línea]. Available: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf.
- [7] M. Porter, La ventaja competitiva de las naciones, Editorial CECSA, 1992.
- [8] Lamb W, Hair, McDaniel, C. (2005). Marketing. Thomson P.P6,380,586.
- [9] Kotler, P. A. (2008). Fundamentos de Marketing. En Fundamentos de Marketing (págs. 552,300,303). Mexico: Pearson.
- [10] Staton W, E. M. (2003), pag, 353. Fundamentos de Marketing. Mcgraw Hill.
- [11] McCarthy, & Perreault. (2001). En P. McCarthy, *Marketing* (págs. G-8, G10). Mc Graw Hill.
- [12] C. Díaz; S. Cajiao; A. Hernández. «Plan de negocio diseño de bolsa biodegradable» Cali, 2015.

- [13] D. Navia, «Desarrollo de un material para empaques de alimentos a partir de harina de yuca y fibra de fique,» 2015. [En línea]. Available: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/8845>.
- [14] J. Cerón, A. Lema, «estudio de factibilidad para la empresa de empaques ecológicos A,» 2016. [En línea]. Available: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/6852/65883C416.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [15] Greenpeace, «Bolsas biodegradables,» [En línea]. Available: <http://www.senado.gov.ar/upload/8739.pdf>.
- [16] G. Fernando, «Conceptos sobre innovación,» 2013. [En línea]. Available: http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf.
- [17] Misionpyme, « ¿y porque una S.A.S?,» 2010. [En línea]. Available: <https://www.misionpyme.com/home/negocios/5226-y-por-que-una-sas>.

ANEXO 1. ENCUESTA

UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO _____

NOMBRE DEL ADMINISTRADOR _____

CORREO ELECTRONICO O TELEFONO _____

Objetivo

El objetivo general de esta encuesta es identificar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de bolsa biodegradable en la ciudad de Pereira, dirigida a establecimientos del sector comercial.

¿El establecimiento utiliza bolsa plástica a la hora de entregar su producto al cliente?

SI _____ NO _____

¿Cree usted que el empaque del producto le genera algún valor agregado a la marca?

SI _____ NO _____

¿Estaría interesado en adquirir una bolsa para su establecimiento con material biodegradable?

SI _____ NO _____

¿Conoce los beneficios tributarios que recibe el establecimiento comercial por usar plásticos con material biodegradable?

SI _____ NO _____

Si su respuesta de la pregunta 1 fue SI continúe con las siguientes preguntas.

¿Actualmente cuál es el consumo promedio mensual de bolsa plástica en su establecimiento?

De 100 a 200 Bolsas

De 200 a 400 Bolsas

De 400 a 600 Bolsas

Mayor a 600 Bolsas

¿El producto que está consumiendo actualmente tiene un precio promedio entre?:

40 a 80 pesos

80 a 120 pesos

120 a 160 pesos

Mayor a 160 pesos

¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por bolsa en material biodegradable y personalizado con su marca?

Entre 100 y 150 Pesos

Entre 150 y 200 Pesos

Entre 200 y 250 Pesos

Entre 250 y 350 Pesos

¿Estaría interesado en tener asesoría sobre los diseños publicitarios que se puedan estampar en la bolsa plástica biodegradable para su establecimiento?

SI _____ NO _____

¿Por qué medios le gustaría obtener más información de nuestro producto?

Personalmente - brocharé

Vía correo electrónico

Página Web

Redes Sociales

¡GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACION!