

PROYECTO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA REINVENCIÓN DE LOS CESTOS ANCESTRALES EMPLEADOS EN LA RECOLECCIÓN Y EL TRANSPORTE DE LAS PIANGUAS

JHON EDWARD CALLE ARIAS

MARIA DEL CARMEN MENA LEMOS

MARIBEL RENGIFO VALLECILLA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL

PEREIRA

JULIO DE 2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA REINVENCIÓN DE LOS CESTOS ANCESTRALES
EMPLEADOS EN LA RECOLECCIÓN Y EL TRANSPORTE DE LAS PIANGUAS

JHON EDWARD CALLE ARIAS

MARIA DEL CARMEN MENA LEMOS

MARIBEL RENGIFO VALLECILLA

Modalidad Proyecto Emprendedor Innovador

Para optar al título de Administrador del Medio Ambiente

Director del proyecto

Magda Astrid Henao Velásquez

Profesora de la Facultad de Ciencias Ambientales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL

PEREIRA

JULIO DE 2016

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Pereira, julio de 2016

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos a Dios por permitirnos día a día llegar a nuestro destino y desempeñarnos en nuestra labor que era el aprendizaje profesional.

A nuestras Familias porque con su acompañamiento, apoyo, enseñanzas y confianza brindada nos forjaron para culminar nuestra meta profesional.

A los compañeros, profesores y amigos que estuvieron en cada paso dándonos animo cada día para culminar lo que habíamos iniciado que era nuestra carrera profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres Eduardo Calle Galvis y Luz Dary Arias A. por apoyarme y motivarme durante todo el transcurso del programa académico.

Agradezco a mis padres Autentico Mena Moreno, Ana Julia Lemos Zapata y a mi hermana Jennifer Mena Lemos, por el apoyo y fortaleza que me brindaron; para culminar con mi meta de obtener el título profesional.

A mis padres Ever Henry Rengifo Obando y Nelly Vallecilla Rodríguez porque con su apoyo y sabios consejos me inspiraron siempre a seguir adelante, razón por la cual hoy estoy alcanzando esta meta fundamental en mi vida.

A mi hijo Gerónimo Rengifo Vallecilla quien soporto mi ausencia y con su amor me hizo sentir que me acompañó y aprobó cada una de las decisiones que tuve que tomar con respecto a él, durante esta larga travesía.

A mis familiares y amigos ya que de una manera u otra contribuyeron a la realización de este grandioso sueño.

También queremos agradecer a los profesores que nos orientaron en el curso de emprendimiento e innovación que con sus conocimientos impartidos facilitaron este proceso académico.

A nuestra asesora del trabajo de grado Magda Astrid Henao Velásquez quien nos dedicó todo el tiempo que fue necesario y con paciencia nos orientó a conseguir los resultados obtenidos.

Y un especial agradecimiento a la señora Edita Rodríguez Yesquen, líder de las artesanas locales de Mosquera, Nariño, quien sin su ayuda ni la de su grupo de artesanas que lidera no sería posible la realización del producto terminado y mostrado en la sustentación de este proyecto.

Contenido

INTRODUCCIÓN	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
OBJETIVOS.....	12
JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA, TEÓRICA Y PRÁCTICA.....	13
UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE MOSQUERA	15
ASPECTO POLITICO	15
CLIMA Y TERRITORIO	16
TEMPERATURA:	16
HUMEDAD RELATIVA:	16
CLIMA:	16
ALTITUD:	17
LÍMITES:	17
EXTENSION:	17
HIDROGRAFIA Y RELIEVE.....	18
HIDROGRAFIA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO:	18
PRINCIPALES CUENCAS HIDROGRÁFICAS DE LA COSTA DE NARIÑO	19
HIDROGRAFIA DEL MUNICIPIO DE MOSQUERA NARIÑO:	19
FLORA Y FAUNA	20
RESEÑA HISTORICA	22
ASPECTO HISTORICO DE LA REGION:	22
MOSQUERA Y SUS PRIMEROS POBLADORES	24
HECHOS RELEVANTES	24
MARCO CONCEPTUAL.....	28
ANÁLISIS DEL SECTOR.....	29
COMPONENTE ABUNDANCIA:.....	29
COMPONENTE SOCIOECONÓMICO:	29
MARCO NORMATIVO.....	32
SITUACIÓN AMBIENTAL DEL SECTOR:.....	33
METODOLOGÍA Y EXPERIMENTOS	34

DEFINICIÓN DE NUESTRO PERFIL EMPRENDEDOR	34
MATRIZ DE IMAGINERÍA – LIENZO.....	35
MATRÍZ DE IMAGENIERÍA.....	36
MODELO CANVAS Y MATRIZ DOFA	37
MERCADO OBJETIVO, TENDENCIAS Y COMPETIDORES	38
PLAN DE PRODUCCIÓN, COSTOS Y GASTOS.....	38
DISEÑO ORGANIZACIONAL Y TALENTO HUMANO	39
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA CANASPIANGUAS S.A.S.....	39
VALORES CORPORATIVOS.....	39
POLITICA AMBIENTAL	40
ESPINA DE PESCADO	41
ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
<i>Tabla N°3. Perfil emprendedor 1</i>	41
<i>Tabla N°4. Perfil emprendedor 2</i>	45
<i>Tabla N°5. Perfil empresarial 3</i>	48
MODELOS CANVAS Y DOFA	51
<i>Tabla N°6. Modelo CANVAS empresa CanasPianguas S.A.S</i>	51
<i>Tabla N°7. Matriz DOFA</i>	52
<i>Tabla N°10. Planeación estratégica</i>	55
<i>Tabla N°11. Plantillas mercado objetivo</i>	56
<i>Tabla N°12. Tendencias</i>	58
<i>Tabla N°13. Competidores</i>	59
<i>Tabla N°14. Plan de producción</i>	60
<i>Tabla N°15. Herramientas y costos</i>	61
CONCLUSIONES, APORTES Y CONSIDERACIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63

INTRODUCCIÓN

Los denominados espacios verdes y naturales durante los últimos años, han sido objeto de un proceso de inclusión dentro de programas gubernamentales en los cuales se ha buscado proteger dichas reservas naturales de toda clase de intervención, depredación y contaminación por parte de actividades de origen humano, por lo que las diferentes entidades han implementado todo un sistema que tiene el propósito de velar por el cumplimiento de los acuerdos legales establecidos en los artículos de ley y demás temas socio ambientales. Sin embargo, y como resultado de un proceso de ocupación del territorio desproporcionado y desorganizado, la falta de supervisión por parte de las autoridades y los diferentes conflictos presentes a lo largo de los diferentes territorios a nivel nacional, nos encontramos con poblaciones sujetas a toda clase de actividades diarias y conductas ya tradicionales que comprometen y atentan contra aquellas normas medio ambientales, las cuales son omitidas e ignoradas por comunidades generalmente caracterizadas por la falta de las condiciones necesarios que promuevan el desarrollo de las mismas tanto desde la perspectiva socio económica como el ámbito sustentable y medio ambiental.

Es aquí en donde nuestro tema objeto de estudio es abarcado, e involucra un alto nivel de contaminación y la mala disposición de una serie de desperdicios no orgánicos que suelen ser utilizados por los pobladores para la creación de productos utilizados en muchas de las actividades cotidianas que estas comunidades desempeñan. Por ende, y como lo mencionado en lo anterior, observamos una potencial oportunidad de negocio en la que es posible transformar un tipo específico de desechos a través de un número determinado de procesos, en un nuevo producto tipo canasto, que viene a ser utilizado con fines de transporte de otros productos, elaborado a partir de materiales recuperados tipo PET obtenidos en zonas naturales las cuales presentan un alto nivel de contaminación por esta clase de elementos desechados y otros más. En el siguiente informe explicaremos con detalle todos los aspectos que involucran la creación y posterior comercialización de este producto en un mercado incipiente y carente de los recursos para satisfacer las necesidades básicas de la población objetivo a quien va dirigida este producto, y las mejoras ambientales que se tendrán a partir de nuestro proyecto al ser implementado.

RESUMEN

El aprovechamiento y explotación de los recursos naturales por parte de la sociedad humana a través de los años, ha llevado a la misma a un crecimiento acelerado al valerse y generar un nivel avanzado de dependencia de los recursos naturales, por lo que la preservación y la el consumo sustentable de los mismos se hizo evidente décadas atrás, cuando empezaron a evidenciarse toda clase de fenómenos y situaciones relacionadas con cambios medio ambientales alrededor del globo terrestre, incrementando gradualmente las temperaturas globales y modificando considerablemente muchos de los ecosistemas naturales antes considerados endémicos, dando como resultado una realidad en la que palabras como “calentamiento global”, “fenómeno del niño (a)” y “desastre natural” hacen parte de una cultura popular que ha asimilado estos conceptos dentro de sus modos de vida.

Frente a todo esto, es común involucrar o mencionar aspectos clave que nos permitan entender las razones de estas alteraciones naturales, como lo son los excesivos niveles de contaminación productos de la polución o de residuos sólidos depositados en espacios naturales los cuales generan un deterioro continuo alrededor de estos lugares, y por lo tanto, una reducción significativa tanto en la calidad de vida de la fauna y flora presentes como de los seres humanos que habitan estos territorios y que dependen de los recursos naturales obtenidos de estos lugares. No obstante, y ante estas problemáticas ambientales, han surgido soluciones convencionales y de carácter no convencional para solucionar en parte los daños ocasionados hacia el ambiente. Tal es el caso del uso y reutilización de materiales no biodegradables, que son una de las causas principales de la contaminación mundial, pero que gracias al ingenio del ser humano, gran parte de estos desechos terminan siendo convertidos en nuevos productos para su uso dentro de los sistemas socio económicos mundiales.

En este proyecto, abarcaremos un ejemplo de como un escenario de contaminación progresiva es transformado en una oportunidad de negocio, al utilizar métodos y elementos tradicionales para la concepción de algo tan poco común como un canasto hecho con material reciclable para el almacenamiento de recursos naturales extraídos en procesos de recolección de moluscos o mejillones, y que en materia de negocios genera un nivel de ingresos considerable para comunidades vulnerables, que se beneficiaran de dicha oportunidad.

ABSTRACT

The use and extraction of natural resources by mankind through the years, had lead the same to an increased grow by entirely depending on natural resources, generating in the last decades a focus on sustainable consumption of this resources, when environmental changes started around the world, increasing gradually global temperature and modifying local natural environments, giving a final result where words like “global warming”, “boy/girl phenomenon” and “natural disaster” are part of a popular culture who assimilate this concept son their life styles.

Due to all this, is very common involve or mention key aspects that allow us to understand the reasons behind this natural alterations, like the excessive levels of contamination caused by air pollution or solid waste stored on natural space which create a continuous deterioration around this places, and because of that, a significant reduction in life quality on plants, animals and human alike who live on this territories and depend of the resources available on such locations. However, and due this environment problematics, common and alternate solutions arise to deal with the damage caused to the environment. Such is the case of the recycling of non-biodegradable materials, a main cause of global contamination, but thanks to the human skills, a lot of this waste end up turn into new items to be used in the social and economic worldwide system.

In this project, we'll take over an example on how an stage of progressive contamination is transformed on a business opportunity, by using methods and typical elements to conceive something less common like a basket made with recyclable material to be used as storage of natural resources extracted in recollection of clams and oysters, and that in a business matter generates a worthy income for the vulnerable communities who will benefit from this chance.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La contaminación generada por productos derivados del plástico tanto en un nivel local como internacional, ha sido una de las principales preocupaciones de la sociedad desde que se descubrieron sus efectos sobre el medio ambiente en la tierra, al afectar los ciclos biológicos y naturales de muchas de las especies de fauna y flora, al igual que de la raza humana que depende de muchos de estos recursos naturales para su propia supervivencia y el desarrollo de la civilización humana como tal. En este caso abordaríamos un espacio de territorio más pequeño, y ocupado principalmente por comunidades afro descendientes que actualmente tiene carencias relacionadas a sus necesidades básicas fundamentales, y que depende principalmente de actividades de tipo productivo y comercial respectivamente para su desarrollo socio económico en este espacio, el cual corresponde al departamento de Nariño, municipio de Mosquera, en el cual existen problemáticas ambientales relacionadas a la contaminación generada por desechos tanto orgánicos pero principalmente inorgánicos sobre los diferentes espacios verdes y sobre todo principales fuentes hídricas de la región, que asimilan parte de esta contaminación y alteran los entornos naturales de los que depende la población para su subsistencia.

En la actualidad, nos encontramos en un escenario caracterizado por la falta tanto de conciencia ambiental en la sociedad en general respecto a la manera de manipular y disponer de los residuos sólidos generados por esta, y la falta o carencia de una autoridad competente que vele tanto por los intereses de la población como por el estado del medio ambiente sobre el cual esta se desenvuelve. Para el caso de la población de Mosquera, nos encontramos con una comunidad dedicada a actividades típicas de la región pacífica, como lo son la pesca artesanal y la extracción de otros recursos provenientes del mar, como los moluscos, y cuya población dedicada a la extracción de este recurso natural es nuestra población objetivo a la que va dirigida nuestro producto, el cual surge a partir de botellas plásticas desechadas, principalmente de PET proveniente de botellas de hipoclorito de sodio ya utilizadas, y cuya vida útil no termina al llegar a los cuerpos de agua al que son vertidas dichas botellas, por lo que su potencial reutilizable en la

fabricación de nuevos productos nos provee de una oportunidad única de negocio en una región aislada y de bajos recursos.

Es por este motivo, y las condiciones aptas del territorio, que el establecimiento de un negocio para la fabricación de canastos a partir de envases de PET reciclado obtenido en fuentes hídricas, espacios exteriores y puntos de acopio para material reciclable, el cual vendría a ser utilizado en la fabricación de canastos, y que suelen ser utilizados por la comunidad y en especial por las denominadas “conchadoras” o recolectoras de moluscos, las cuales desempeñan esta actividad considerada como ancestral desde generaciones atrás, y que representa una buena parte del impulso económico de esta población hacia la cual nuestro producto está orientado, buscando proveer de esta manera de los elementos necesarios para el desarrollo de esta actividad, y beneficiando al dependiente medio ambiente local en el proceso.

OBJETIVOS

GENERAL

- Evaluar la factibilidad de una propuesta de negocio enfocada en la elaboración de canastos hechos a partir de PET reciclable, y que van dirigidos hacia la población del municipio de Mosquera, en el departamento de Nariño.

ESPECÍFICOS

- Establecer un modelo de negocio viable a partir de la utilización de material reciclable y de otros elementos convencionales en la fabricación de un producto final tipo canasto.
- Determinar las capacidades y condiciones del territorio para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la fabricación de canastos reciclables, acorde a los requisitos legales y demás obligaciones impuestas por la ley.
- Demostrar la viabilidad financiera, social y ambiental de nuestra propuesta de negocio para su posterior ejecución en el territorio designado (Mosquera, Nariño).

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA, TEÓRICA Y PRÁCTICA

Para el caso de nuestro proyecto, empleamos el método de investigación científica con el uso de una serie de elementos que nos permitirán llegar hacia la causa de nuestro problema de investigación, valiéndonos de una serie de conocimientos previos con la ayuda de personas de la región objeto de estudio y de sus conocimientos empíricos adquiridos a lo largo de los años, realizando de este modo un análisis descriptivo en el que recurriremos al uso tanto de fuentes primarias previamente mencionadas como de fuentes de información secundaria, las cuales posteriormente serán introducidas dentro de herramientas digitales para la concepción de nuestro proyecto con énfasis en la idea de negocio, como lo son las tablas de datos en Excel (recurriendo a esquemas preestablecidos ajustados a métodos contables, en relación a los costos a llevar, gastos, mercados objetivo y competidores, además de las habilidades y destrezas de nuestro personal), el uso del lienzo modelo CANVAS para la estructuración de nuestro modelos de negocios, un marco legal vigente en términos de formación de empresas y el uso de encuestas personalizadas hacia los miembros de nuestro grupo de trabajo para definir potencialidades a la hora de establecer tareas y funciones dentro de nuestro plan de negocios.

En el caso de nuestra justificación teórica, buscamos generar conciencia sobre el uso y administración tanto de los recursos disponibles como de aquellos ya existentes pero desaprovechados por la falta de elementos y recursos de aprendizaje con los cuales se pueda trabajar para reducir tanto indicadores de contaminación en relación a la presencia de PET reciclable en áreas naturales y fuentes hídricas, como la omisión por parte de la población, del potencial socio económico que conlleva la utilización de gran parte de sus desechos en la elaboración de nuevos productos con un bajo costo de producción, y con las ventajas legales y ambientales que implica la creación de empresas en un territorio con incipiente en esta área de típica de sectores más desarrollados.

Para el tema de la práctica, encontramos que el uso de las diversas técnicas de investigación, herramientas y demás elementos evaluativos/comparativos, la información obtenida nos ha

permitido concluir la viabilidad de nuestro proyecto en materia del uso de nuestro producto en la actualidad, en el desarrollo de muchas actividades productivas diarias vinculadas a la extracción y posterior transporte o desplazamiento de los recursos naturales obtenidos, en donde podemos analizar que la utilización de canastos u otros elementos elaborados con materiales convencionales, se da de una manera muy tradicional pero sin la inclusión de los mismos dentro de proyectos para el desarrollo de las economías locales, ante lo cual podemos afirmar que nuestro proyecto se encuentra en condiciones óptimas para su uso y comercialización dentro del sistema socio cultural seleccionado.

UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE MOSQUERA

El municipio de Mosquera se encuentra ubicado sobre el océano pacifico a una distancia de 513km2 aprox. Al noroccidente de la ciudad de pasto de los cuales 240kilometros son terrestres y 273 kilómetros son marítimos, que se hacen en un recorrido de 8 horas aprox. Su territorio es plano y de la marisma el cual se encuentra 0 y 1 metro sobre el nivel del mar.



Foto 1. Vista aérea de la cabecera municipal

ASPECTO POLITICO

El municipio presenta un área territorial de 6.44km2, políticamente se encuentra dividido en su cabecera municipal por 8 barrios y en la zona rural se encuentra 5 inspecciones de policías, 9 corregimientos y 34 veredas. En cuanto afiliación política predomina dos partidos tradicionales, los conservadores y los liberales, de los cuales en su gran mayoría pertenecen al partido liberal.

CLIMA Y TERRITORIO

TEMPERATURA:

El municipio de Mosquera presenta un clima que varía de húmedo a súper húmedo con una temperatura de 28°C a 30°C, las lluvias se presentan durante todo el año, siendo los meses de enero, febrero, mayo, junio, julio, noviembre y diciembre los de mayor precipitación, la que modifica y hace más agradable el clima las brisas marinas que vienen del océano pacífico.

HUMEDAD RELATIVA:

En este municipio su humedad relativa es de 85% de precipitación pluvial 3.000 a 4.000mm/año.

CLIMA:

La franja del litoral pacífico colombiano posee clima ecuatorial cálido húmedo, con temperaturas muy constantes y rara vez superan los 30°C. La humedad relativa es del orden de 83 a 85% y se presentan precipitaciones muy altas lo que hace de esta zona un de las regiones más lluviosas del Mundo (Martínez y Carvajal).

El clima es de tendencia más caliente que el del resto de Colombia; súper húmedo y con, alta variabilidad de las lluvias mensuales. El régimen normal de variación temporal de los elementos climatológico se caracteriza por una distribución bimodal, con dos periodos de valores máximos relativos y dos de mínimos relativos, influenciado ese tipo de distribución por los desplazamientos de la zona y de la región (forma, orientación, rango de altitudes, topografía, vegetación, presencia tierra-agua no contiene en talidad, etc.

Las precipitaciones son fuertemente afectadas por los vientos Alisios, que aunque son débiles juegan un papel importante al empujar las masas nubosas hacia la cordillera Occidental. Los vientos dominantes son de SW-NE Y NW-SE y tiene una velocidad de 2.5 m/s. Siendo estos vientos más fuerte en las horas de la tarde, las mayores partes de las precipitaciones caen en horas de la noche. La humedad relativa del aire es siempre alta, alcanzando valores cercanos a la saturación o superior a 80%. Las zonas de vida representativas de la región costera, incluyendo manglares y cuangariales, corresponde en su mayor parte a bosque muy húmedo tropical (bmh-t)

con biotemperaturas superiores a 24°C, precipitaciones que no sobre pasan los 4000mm/año (Pral. Et al., 1990).

En general el clima del pacifico es ideal para el desarrollo de los manglares, debido a la presencia de altas precipitaciones 3000- 8000 mm/año, arrastre de nutrientes por ríos y mares, baja concentración de sales en el suelo y porque gastan menos energía en los procesos de control potencial osmótico o evacuación de las sales (Pral. Et al., 1990).

Durante el fenómeno del niño se observa un calentamiento de las aguas marítimas superficiales TSM y un incremento en el nivel del mar, características que son un poco más visibles en Tumaco que en Buenaventura (Monte alegre y Pabón, 1992).

ALTITUD:

En la cabecera municipal del municipio de Mosquera se encuentra entre 0 y 1 metros sobre el nivel del mar.

LÍMITES:

Los límites de este municipio son:

AL NORTE: Con el Océano Pacífico y el municipio de la Tola.

POR EL SUR: Con los municipios Roberto Payan y Francisco Pizarro.

POR EL ORIENTE: Con el municipio de Olaya Herrera (Bocas de Satinga).

POR EL OCCIDENTE: Con el Océano Pacífico y el municipio de Tumaco.

EXTENSION:

El municipio de Mosquera tiene una extensión de 1.717km², se encuentra ubicado al noroccidente del departamento de Nariño a 2°, 29”y 40”de latitud norte y 78°, 26” y 35” de longitud oeste y una altura de un metro sobre el nivel del mar.

HIDROGRAFIA Y RELIEVE

HIDROGRAFIA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO:

La costa sur del Territorio-región Pacífico Colombiano se caracteriza por la cantidad de esteros y bocanas formadas por los ríos Micay, Saija, Timbiquí, Juajuy, Quiroga, Guapi, Iscuande, Tapaje, la Tola, Sanquianga, Salango, Patía, Curay, Colorado, Tablón dulce, Tablón salado, Rosario, Gualajo, Mexicano, Mira y Mataje, entre otros, así como también por su espesa vegetación cubierta de manglares, natales, ranconchales, naidizales, guandales y lomas (selva).

La hidrología del departamento de Nariño puede caracterizarse, en términos generales por la presencia de dos grandes áreas: El sector comprendido entre los ríos Guapi, en límites con el departamento del Cauca, y el río Patía. Un segundo sector que se extiende desde el río Patía hasta los límites de Ecuador. Zona norte o subregión Sanquianga el río Patía presenta algunas de sus bocanas en procesos aparente de secamiento y cierre, tal es el caso de Hojas Blancas, Patía y Majagual. Este fenómeno se debe a la captura de agua del río Patía por parte del río Sanquianga, mediante la construcción del canal Naranjo para el aprovechamiento comercial de maderas que desvió las aguas de Patía hacia el Sanquianga afectando el complejo deltaico-estuarino conformado por los ríos Iscuande, Tola, Tapaje y Sanquianga, y las quebradas Salango, Barrera, Guandipa, Jicrillal y el Brazo Guandipa el Turbio, que reciben el impacto desde 1980 del desastre ecológico provocado por este canal, pese a esta afectación la Sub región Sanquianga o Zona Norte de la costa de Nariño conserva la franja más amplia de manglares del Pacífico Colombiano y conserva su alta productividad de recursos pesqueros; otras especies sin embargo, como la Piangua (*Anadara tuberculosa*) han visto reducido sus hábitats por el endulzamiento de las aguas y sedimentación y erosión de los suelos.

PRINCIPALES CUENCAS HIDROGRÁFICAS DE LA COSTA DE NARIÑO

Rio Mira: Nace en la zona montañosa volcánica de Noroeste del Ecuador y desemboca en cabo manglares en el Pacífico, formando brazos que llegan hasta Boca Grande, en el municipio de Tumaco.

Rio Patía: Se forma en la cordillera central, luego en la unión de los ríos Quilcace y Timbio y tiene una longitud de 200 km. En la primera parte de su recorrido se dirige hacia el sur por el valle que lleva su mismo nombre hasta el sitio donde recibe las aguas de los ríos Juanambu y Guaitara. A partir de ese punto se dirige hacia el Océano Pacífico atravesando la cordillera Occidental. Vierte sus aguas al mar en la bahía de San Ignacio, límite entre los municipios de Francisco Pizarro y Olaya Herrera desembocando por el río Sanquianga después de la construcción del canal naranjo; es en este momento el río Sanquianga cobra importancia en cuanto a navegación concentrando la mayor parte de la infraestructura de procesamiento de madera, que había ostentado Salahonda (Francisco Pizarro) en detrimento de los bosques de guandal de la subregión Sanquianga. El río Patía y sus tributarios forman la planicie deltaica que se conoce como la región de Barbacoas (West 1972:24), con ríos históricos por la explotación aurífera como el Telembi.

HIDROGRAFIA DEL MUNICIPIO DE MOSQUERA NARIÑO:

Las tierras de este municipio en su gran mayoría son bañadas por aguas de océano pacífico que entran a través de las bocanas de Naranjo, Guascama, Tasquita, Barrera y los esteros de Salango, Guandipa, Jicrillal, Guacharaca y Guajarija. De igual manera una mínima extensión de territorios se encuentra cursada por los ríos Patía, Sanquianga y Satinga.

FLORA Y FAUNA

FLORA:

La flora de este municipio fue afectada con el maremoto del 1979 el cual hizo que se escasearan muchos árboles como el cuangare, palealte, cedro, nato, chanul, machare, roble, sapotolongo entre otros debido al movimiento telúrico; pero a pesar de esto sigue siendo un municipio muy rico en flora. También es preciso anotar las plantas y árboles más comunes o sobresaliente en este municipio los cuales son: El mangle rojo, mangle blanco, comedero, sajo, nato, cuangare, machare cedro, piñuelo, caimito, ceibo, pobeda, chivo, artemisa, roble, poleo, pulga chonta, caucho, verdolaga, hierbabuena, palealte, zapatico, matarraton, menta, manei, limón, naranja, limoncillo.



Foto 2. Bosque de mangle

FAUNA:

La fauna de los manglares es un recurso de especial importancia ecológica y socioeconómica en el municipio y en todo el Pacífico y dentro de las especies hidrobiológicas de importancia comercial se hallan: Pianguas (*Anadara tuberculosa*, *A. similis*), ostras (*Ostrea columbiensis*, *Striostrea prismática*), Piacules (*Litorina spp*), almejas (*Polymesoda inflata*), camarones (*Panaeus spp*), cangrejos alachos (*Ucides cordatus*), tasqueros (*Goniopsis pulcra*), jaibas (*Callinectes arcuatus*, *C. toxote*) entre otros. Otras especies de ámbitos terrestres y anfibios son capturadas regularmente, para complementar la dieta alimenticia de las comunidades locales.

Entre las especies de fauna marina que más se capturan en este municipio tenemos: Camarón, langostino, y peces como: pargo, corvina, meros, pelada, aluacil, Gualajo, lisa y roncador que son capturados con mayadores prefabricados, espinales, calandros, atarrayas y chinchorros junto con los botes y canoas provistas de motores y algunos pescadores emplean potrillos como medio de transporte a remo a los lugares de pesca.



Foto 3. Pescadores artesanales separando y contando pianguas y peces



Foto 4. Producción de pescado y piangua

RESEÑA HISTORICA

ASPECTO HISTORICO DE LA REGION:

Los asentamientos precolombinos son los primeros asentamientos de la región, pero fueron los asentamientos de la invasión Española y sus empresas conquistadas de los distintos sentidos y direcciones que esta adquiere, la que terminaría por definir la ocupación y poblamiento de la región del pacífico.

Aproximadamente un siglo después de que Vasco Núñez de Balboas “descubriera “ el mar del sur en 1513 y de que Pizarro hiciera pie a la isla de Gorgona 1527 para recuperarse y continuar con la conquista de Perú, se establecieron los primeros asentamientos Españoles en la región. Esos cien años se había permitido formarse una primera idea de sus riquezas potenciales y efectivas, principalmente auríferas y de su población nativa (Barbacoas, Telembi y Iscuande) y al conjugarse promisorios dividendos rendía para las aventuras dominadas (Oscar Almario,-Ricardo Castillo1998).

Contando ya con una colonización estable en el eje andino (Pasto, Popayán y Cali) iniciaron los reconocimientos de estos territorios en ampliación de la frontera conquistada y colonizada. Este es el contexto en el cual tiene origen Barbacoas, Iscuande y Tumaco.

Las tres invasiones tuvieron origen cronológico más o menos contemporáneo (primera mitad del siglo XVII) y contaron con una base social similar a nuestra primera fase de desarrollo: El sometimiento de las naciones indígenas.

Un intento de síntesis de periodización que organiza el proceso de poblamiento de la región:

1. Desde 1600 a 1640-50 establecimiento en Barbacoas, Iscuande y Tumaco, las dos primeras ciudades basaron su existencia en la presencia de una reducida minoría Española y Criolla, que sometió a una población mayoritaria indígena dedicada al laboreo de las minas (de Granda, 1973).

2. Desde 1650-1852, desde 1640 se inició la introducción de población Africana esclavizada a la región; al principio esta dinámica fue lenta, pero se aceleró con los requerimientos de la extracción de oro, ante que se verifica la sustitución de la población indígena por negra, fenómeno básico en la constitución de los rasgos definitivos (de Granda, 1993). De todo el territorio- Región del Pacífico Colombiana hasta la actualidad. Este es el antecedente y punto de partida de un proceso etnohistórico que ha determinado la fisonomía actual del litoral y por tanto de sus pautas de comportamientos realizaciones culturales, lengua, folclor y prácticas tradicionales de producción.
3. La subregión Sanquianga o costa norte de Nariño ha estado habitada primero, desde hace más de 2000 años a.c hasta más o menos el 400 d.c por la Cultura Tumaco, la Tolita (López, 1995). Posteriormente por los pueblos indígenas Satinga y Sanquianga quienes probablemente desaparecieron a consecuencia de enfrentamiento con los Españoles.
4. A partir del siglo XVII, por efectos del dominio de la corona española, la subregión comienza a ser poblada por las comunidades negras afro descendientes que fueron desarraigadas violentamente de África para trabajar, entre otros tantos destinos en América, a los reales de minas de Iscuande y Barbacoas, y quienes a largo de varios siglos, a través de procesos de poblamientos derivados de cimarronajes (forma de resistencia al sometimiento de la esclavitud, como son testimonio de Palenques el Castillo o Castigo en el río Patía), de la auto manumisión (compra de la libertad por parte del esclavo), y la abolición legal de la esclavitud en 1851 terminaron por establecerse en el territorio. También por la misma época de poblamiento negro se radicaron en las playa de Vigía, Mulatos y Amárales, un grupo humano de descendientes Españoles, de vocación marinera y constructores navales, llamados localmente como Culimocho, que comparten muchas afinidades culturales con la población negra; afinidad generada por siglo de vecindad. Todos estos grupos humanos han contribuido, mediante sus prácticas ancestrales, para la conservación de los ecosistemas y recursos naturales de este territorio.

MOSQUERA Y SUS PRIMEROS POBLADORES

Este terreno fue llamado tierra firme y estuvo poblado por indios “chulos” y mestizos llegados de lugares como rio **Satinga**, **Sanquianga** y **Tapaje** estos primeros habitantes elaboraban sus utensilios con barro.

En 1824 en general Tomas Cipriano de Mosquera y Arboleda fueron enviado al pueblo de barbacoas como gobernador y comándante de armas y allí debió hacer frente al cacique indígena Agustín Agualongo, quien ataco la plaza el 24 de junio, herido de gravedad Mosquera ascendió de grado militar y fue nombrado gobernador de la provincia de buenaventura en la que estaba incluido Barbacoas cuya capital era Iscuande, allí estuvo hasta 1826.

Según las personas de la antigüedad como Guadilio Bravo, Néstor Salas y Luis Ponces fundamentaron que Tomas Cipriano de Mosquera fundo el caserío inicial en el año 1825, al que en poco tiempo después sus habitantes le dieron por nombre el apellido de tan ilustre colombiano. El terreno donde se encuentra ubicado Mosquera la cabecera municipal fue donada por Tomas Cipriano de Mosquera en 1859 después de habérselo comprado a la señora Ana María González apodada “Mariquita”. El pueblo fue nombrado distrito municipal en el año 1874. Siendo su primer alcalde Néstor Parra Gómez.

HECHOS RELEVANTES

- ❖ Desde 1650 a 1852, dada la rebeldía de la población indígena, se introdujo la población negra en calidad de esclavo a fin de permitir la explotación minera. Este hecho transformo radicalmente la composición de la zona y la población negra entro a ser numéricamente más importante, mientras los indígenas se desplazaron hacia las zonas de las cordilleras.

- ❖ **Explotación de manglares en los años 50:** Para sacar concha, corteza para pinturas en cuero (taninos), madera. Como consecuencia la erosión del bosque incidirá en las condiciones de vida de las comunidades del Pacifico, agravando los procesos

migratorios. Se vive un largo periodo de sobre-explotación hasta 1968 para la obtención de tanino de la corteza del mangle rojo.

- ❖ Entre los años 60 y 80 por el auge de la explotación maderera se generó un fuerte proceso de migración hacia la zona de Satinga, que significó un rápido crecimiento de la población y la creación de Bocas de Satinga como un epicentro urbano de cierta importancia del contexto regional.
- ❖ De los 50 a los 80 hubo un dominio de explotación de madera, donde una de las empresas más importante fue Chapas del Pacífico.
- ❖ En los años 60 se instalan los aserríos madereros en Bocas de Satinga lo que aumenta la sobreexplotación de los recursos forestales y con esto el aumento de la erosión del suelo y pérdida de la biodiversidad.
- ❖ **Construcción del Puerto de Buenaventura en 1952:** Importante para la economía nacional, por los altos volúmenes de carga tanto de importación como explotación de recursos forestales y pesqueros para responder a la economía que se desarrolló a partir de este.
- ❖ Se inició en 1960 la comercialización del cultivo de palma africana en la región del pacífico, en 1996 en la zona sur del Pacífico existían 19000 hectáreas destinadas al cultivo de la palma y 10 empresas; 5 en el río Mira y 5 en el río Caunapi; lo que trajo como consecuencia el monocultivo de la palma y acabando con cultivos tradicionales para el consumo local.
- ❖ En la década de los 70's llega la camaronicultura a Colombia, Ecuador y Panamá, la cual trae como consecuencia la destrucción y afectación de los bosques de manglar para dar lugar a estos criaderos, disminución de la biodiversidad de especies presente y una menor oferta natural de larvas de camarón. Entre 1950 y 1970 se extrae el recurso del camarón

como producto industrial pesquero en el ámbito mundial representado en el Pacífico por un 22.21%.

- ❖ En los años 70' s llegan los primeros barcos pesqueros arrastreros a Buena Ventura y se inicia la industrialización de la pesca de camarón hasta llegar hasta niveles de sobre pesca en los años 90.
- ❖ En el año 1970 se monta la primera planta de palmito en Guapi, lo que trajo como consecuencia una comercialización industrial de la misma la cual no era rentable para las comunidades.
- ❖ **Terremoto-Maremoto de 1906:** Se produjo en el siglo pasado con efecto de tsunami, ocasionando un gran desastre natural que tuvo repercusiones sobre la población, provocando cambio en los ecosistemas especialmente del manglar, este fenómeno lo llamaron nuestros ancestros “la visita”.
- ❖ **Maremoto de 1976:** Tuvo como epicentro el municipio del Charco, que afectó fuertemente a los municipios de Charco, Tumaco, Guapi, Olaya Herrera, Francisco Pizarro y Mosquera, la población de San Juan de la Costa del municipio de Tumaco desapareció casi en su totalidad. Este fenómeno natural trajo como consecuencia la baja o depresión del nivel del mar entre 0.5 m y 1 m, según algunos investigadores, lo que percibió el aumento del agua y el desequilibrio de la relación agua dulce-salada. Es de anotar que en algunos poblados del lugar este aumento de las aguas alcanzó el 1.50 m. sobre el nivel del mar; cubrió numerosas playas y áreas pobladas, lo que llevó a los habitantes a reubicarse en zonas más altas. El agua marina invadió las tierras cultivadas y del guandal afectando especies maderables como chimbuza, sajo, cuangare, destruyó varios sembrados e imposibilitó desde entonces la siembra de varios cultivos como el arroz, la caña entre otros; estas aguas también destruyeron los pastos en algunos lugares destinados para la cría de cabezas de ganado; desde ese entonces muchos habitantes de la región en especial los ubicados en el borde costero, se ven afectados constantemente por las inundaciones que sufren en los tiempos de puja grande o de marea alta. El terremoto

es un fenómeno natural que incidió directamente sobre la agricultura, desde ese entonces las veredas se dedican en mayor proporción a la actividad pesquera y pianguera, con un retroceso notorio en la actividad agrícola. Desde entonces aumentaron las áreas inundables, que incluye ahora a todas las áreas pobladas. Debido a este fenómeno natural muchos pobladores de las veredas aledañas emigraron a los cascos urbanos.

- ❖ **Canal Naranjo:** Antes en 1920 el alcalde del distrito Mosquera escribía que los manglares costeras y los territorios fangosos no solo permitían abrir caminos sino que además interrumpían la comunicación en los esteros y diques. Creía que parte de la solución estaría en lograr concretar el proyecto de unir quebrada de la Turbia con el Patía viejo, de acuerdo a estudios que en ese momento realizaba el gobierno departamental, proyecto que permitiría mejorar el comercio de la costa norte nariñense. Esta propuesta toma forma a partir de 1968, Enrique Naranjo Solís poseedor del depósito de compra-venta de madera en Buenaventura, decide instalar tres aserríos, uno en la Tola, otro en el río Tapaje y otro en el río Sanquianga.

- ❖ Es de anotar que el aserrío del río Sanquianga se abasteció de madera extraídas de la misma cuenca y del río Satinga, pero los nuevos aserríos de la década de los setenta aumenta la demanda, por lo tanto algunos dueños como Enrique Naranjo consigue legalmente concesiones de bosque ubicadas en el río Patía. El traslado de estas trozas se realizaba por agua a través del río Patía, debía hacerse entonces bajando el curso de este río por la vía de los remolinos hasta llegar a Mosquera y luego pasando por los esteros y subir la bocana de Satinga; esta vuelta que era muy costosa, para el señor dueño del aserrío; con el tiempo este decide resolver esta situación, comprando una concesión al señor Ignacio Castro morador de la vereda la Turbia cerca del río Patía, y decide abrir una cuneta para sustraer la madera del río Patía viejo, para pasarla al río Sanquianga por medio de esa cuneta.

- ❖ En 1971 se empieza a pasar el agua del río Patía Viejo al río Sanquianga y la madera se extrae por medio de winches. En 1973 y 1974 se agranda esta cuenca en 2.2 m de ancho. Originalmente la cuneta tenía un metro de ancho por dos metros de profundidad y

1.800m de longitud. Cuando sucede el maremoto (tsunami) de 1979 las tierras de Sanquianga se bajaron y esto hizo que el río Patía se viniera con más fuerza sobre el Sanquianga, al punto que en 1994 este sitio en donde se construyó la cuenca tenía 300 m de ancho por 30 m de profundidad. Su velocidad estaba en 3.000m³/segundo. El río Sanquianga cambió su curso ya no se venían mareas altas ni mareas bajas, solo correr el agua hacia abajo, esto ocasionando grandes desastres naturales a lo largo y ancho de esta cuenca, hubo pérdida tanto de vidas humanas, animales, territorio y bosques (cambio de ecosistemas). Todo esto fue con permiso del INDERENA y la gobernación de Nariño.

MARCO CONCEPTUAL

La piangua que pertenece a los bivalvos, son realmente dos especies diferentes, la llamada piangua hembra (*Anadara tuberculosa*) y la piangua macho (*Anadara similis*); a pesar que son conocidas como macho y hembra, ambas tienen los dos sexos. La piangua es común en casi todo el Pacífico americano, desde el Golfo de California en México hasta Tumbes, Perú, y siempre viven en los bosques de manglar, pero en otros países se le conoce con otros nombres: concha negra, curil, chucheca, pata de mula y concha prieta, entre otros.



Foto 5. Imagen especies de piangua

La piangua es de gran importancia económica y cultural, puesto que ha permitido la subsistencia de las comunidades que se asientan en las márgenes de los bosques de manglar. En Colombia, más de 6.000 familias derivan su sustento de este recurso. En el trabajo de recolección de piangua (pianguero), participan principalmente mujeres cabeza de familia e hijos. En la actualidad, el uso tradicional que era para alimentación de la familia, ha cambiado por la comercialización como una alternativa de ingreso económico adicional para el sostenimiento de esta.

Es así como durante los últimos años se ha aumentado la extracción, debido a la constante demanda de este recurso, desde Ecuador, propiciando que las comunidades piangueras dediquen un mayor esfuerzo a su extracción masiva para la venta, presionando el recurso y contribuyendo a la disminución de la piangua a lo largo del Pacífico.

Además de la mayor extracción, se ha sumado el deterioro del manglar por contaminación, tala y uso inadecuado, lo que está generando una situación crítica para la piangua y las personas que viven de ella.

ANÁLISIS DEL SECTOR

COMPONENTE ABUNDANCIA:

Como se observa en la primera tabla, la mayor cantidad de pianguas colectadas se obtuvieron en el Chocó, donde se levantaron 36 puntos de muestreo, seguido por Nariño al sur (que son los muestreos hasta la fecha ejecutados). Se está realizando lo del norte de Nariño donde se concretaron 21 puntos de muestreo, así como Valle del Cauca con 28 puntos y Cauca con 18

(Tabla N°1). Relación general de las colectas de piangua en el Pacífico colombiano

Departamento	Puntos de muestreo	Pianguas colectadas	Promedio de densidad <i>A. tuberculosa</i>	Max.Densidad <i>A. tuberculosa</i>
Nariño	21	826	0,79 ind/m ²	2,68 ind/m ²
Cauca	18	526	0,58 ind/m ²	2,62 ind/m ²
Valle del cauca	28	734	0,54 ind/m ²	1,88 ind/m ²
Chocó	36	990	0,62 ind/m ²	2,96 ind/m ²
Totales	103	3076	0,63 ind/m ²	

Fuente:http://www.inveemar.org.co/redcostera1/inveemar/docs/7177BOLETIN_PIANGUANDO_2.pdf

COMPONENTE SOCIOECONÓMICO:

De acuerdo con la información obtenida en los talleres realizados encontramos las siguientes generalidades:

- Las comunidades del Pacífico colombiano dedicadas a la extracción de piangua, se encuentran situadas en zonas de manglar, cuyo acceso (transporte) es limitado, generalmente estas poblaciones carecen de servicios básicos, agua, alcantarillado y energía eléctrica; en los cuatro departamentos el agua es obtenida de ríos cercanos o de agua de lluvia almacenada, la energía consiste en plantas eléctricas, subsidiadas por empresas de las cabeceras municipales; solo el sector de La Barra (Buenaventura) posee energía eléctrica dada la proximidad a la base militar.
- En los cuatro departamentos (Nariño, Cauca, Valle del Cauca y Chocó), la extracción de piangua es una actividad ejercida principalmente por las mujeres, sin embargo, cada día se suman más hombres y niños a esta actividad especialmente en el departamento de Nariño. La piangua se extrae tanto para consumo y comercio local, como para la venta a intermediarios, quienes llevan la concha hacia Buenaventura, Cali y Ecuador, siendo de mayor importancia este último. La especie que se comercializa comúnmente es *Anadara tuberculosa* (hembra), mientras que *Anadara similis* (macho), se extrae para el consumo local y en ocasiones se vende por kilo de carne “sacada”.
- Aunque en la dinámica del pianguero en todo el Pacífico, la técnica de extracción manual es la misma que han usado desde siempre las mujeres, en algunas zonas se están implementando herramientas como guantes, botas, petróleo en la piel (para el jején) y en raras ocasiones machete; dichas herramientas intentan mejorar las condiciones en las faenas de recolección de quienes extraen el recurso (específicamente para Nariño se ha notado un incremento de lanchas a motor para la actividad). Algunas piangueras (os) aseguran que el uso de estas herramientas, está influyendo en la reducción de la piangua, tanto de la hembra como del macho.
- Como generalidad, en todos los departamentos consideran que la piangua se está acabando y se está reduciendo de tamaño, asimismo, la labor cada vez se hace más difícil, las jornadas son más extensas, tienen que internarse más en los manglares y ya no encuentran la piangua a simple vista sino que tienen que enterrar más las manos.
- De acuerdo con la información obtenida en los talleres, el promedio de extracción de una persona por jornada en los cuatro departamentos es de aproximadamente 162 pianguas. La unidad de venta de la piangua varía según departamento y hasta por comunidad, en Nariño se vende por cientos, en Cauca se vende por docena, cientos y kilos; en Valle del Cauca por docena, aunque se

hace la diferencia si es pequeña o grande, costando menos la más pequeña; en Chocó se vende por docena, kilo y lata (1 lata =360 pianguas aprox.).

(Tabla N°2). Relación de la extracción de piangua promedio por persona y el valor en el Pacífico colombiano

Departamento	Promedio de extracción/persona	Unidad de venta	valor
Nariño	168	Ciento	\$13.000 – (6,5 dólares)
Cauca	118	Docena Ciento kilo	\$1.300 \$11.000 \$10.000
Valle del cauca	158	Docena	\$800
Chocó	206	Docena Kilo Lata	\$900 \$10.000 \$15.000

Fuente:http://www.invemar.org.co/redcostera1/invemar/docs/7177BOLETIN_PIANGUANDO_2.pdf

- La cantidad real de piangueras es difícil de establecer en el Pacífico, ya que normalmente es un número reducido de piangueras (os) frecuentes que extraen para el consumo y comercio local, pero esta cifra varía considerablemente cuando hay comerciantes o acopiadores de piangua en la zona, ya que en ese momento, casi todas las mujeres y algunos hombres y niños, se dedican a esta labor; solo en el departamento de Nariño existe una comercialización permanente hacia el Ecuador, lo que ha generado que se formen grupos o asociaciones especializadas en la recolección y comercialización del recurso. El INCODER en 2005 hizo un esfuerzo por carnetizar a piangueras y pescadores en Nariño y Cauca, pero las comunidades manifiestan que muchas quedaron por fuera.
- En todos los departamentos como intento de recuperación de la piangua se han hecho vedas de tres meses guiadas por los consejos comunitarios, pero la gran mayoría considera que no dio resultado. Solo en Cauca tienen una zona para conservación de éste y otros recursos.

MARCO NORMATIVO

Este marco normativo nos habla sobre las políticas adaptadas en Colombia acerca del reciclaje de plástico, ya que se está incursionando en este sector por la gran demanda, e inadecuado uso que tienen estos residuos sólidos en su disposición final; es ahí donde se establecen normas y decretos que permiten minimizar los impactos negativos de estos residuos en el territorio, creando aspectos como el reciclaje y la reutilización de este material. No obstante se debe tener en cuenta que no todo plástico se debe reciclar, pero es ahí que en nuestro proyecto se utiliza material PET reutilizable para incorporarla al ciclo productivo en forma de otro producto para beneficio de la sociedad.

Aquí algunas normas vigentes con las cuales se inciden en nuestra actividad productiva dentro de un modelo de negocios:

NORMAS NACIONALES	OBJETO	COMENTARIOS
Decreto 1713 de 2002	Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos	Manejo de los residuos sólidos a nivel nacional según lo estipulado en la ley actual vigente, que para el caso de nuestra zona de influencia, debido a causas de carácter administrativo, no existe conformidad con la ley.
Resolución 1045 de 2003	Por la cual se adopta la metodología para la elaboración de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos, PGIRS, y se toman otras determinaciones.	Realización del PGIRS que en la actualidad en el municipio está siendo planteado para su posterior implementación.

Artículo 49	La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.	Funciones elementales por parte del organismo del Estado, las cuales son limitadas en nuestra área de trabajo debido a la ausencia en gran parte de entidades encargadas de garantizar estos derechos.
Artículo 366	El bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población son finalidades sociales del Estado. Será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.	En relación a las condiciones actuales del territorio frente al manejo de necesidades insatisfechas y temas relacionados a la educación ambiental y la calidad de la misma, se evidencia la ineffectividad de la aplicación de las mismas por la carencia de los recursos e infraestructura necesaria.
Resolución 257 min ambiente marzo 26 de 1997	Por medio de la cual se establecen controles mínimos para contribuir a garantizar las condiciones básicas de sostenibilidad de los ecosistemas de manglar y su zona circunvecina.	Por medio de nuestra actividad estamos contribuyendo a la restauración de los ecosistemas locales al implementar nuestro modelo de negocio.
Ley 70 de agosto 27 de 1993	Por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la constitución política de 1991.	Conocida como la norma reivindicatoria de las negritudes. Se fundamenta en la defensa de los derechos territoriales de las áreas ancestralmente ocupadas por la etnia negra colombiana.

Fuente: <http://www.constitucioncolombia.com/indice.php>

SITUACIÓN AMBIENTAL DEL SECTOR:

El impacto ambiental en la producción de materias primas y en la industria transformadora de resinas plásticas es poco significativo debido a factores tales como: la no utilización de combustibles fósiles, bajo consumo de energía eléctrica, poca demanda de agua, muy bajo nivel

de emisiones atmosféricas y vertimientos y facilidad de reciclar los residuos sólidos industriales, en particular los termoplásticos, dentro de sus procesos o en los de otras industrias. Por su parte, la disposición final de los residuos plásticos tiene un impacto ambiental en la medida en que los residuos sólidos sean eliminados en botaderos a cielo abierto, siendo ésta una práctica que predomina en la mayoría de los municipios de Colombia.

Según la Política de Manejo Integral de Residuos Sólidos, expedida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, esta práctica se ha favorecido por: - la falta de aplicación de tecnologías alternativas para el tratamiento, aprovechamiento y disposición final de los residuos; - falta de coordinación interinstitucional del tema; - falta de recursos financieros por parte de los municipios; - énfasis en la determinación de los costos de recolección y transporte de forma que la tarifa de aseo no involucra los costos reales de un sistema de eliminación, tratamiento o disposición final; - falta de empresas de aseo consolidadas que ofrezcan alternativas en el manejo de los residuos sólidos (las empresas establecidas ofrecen las tradicionales fases de recolección, transporte y disposición final, únicamente), entre otras, todo lo cual origina un desconocimiento a nivel municipal de la existencia de tecnologías alternas para el manejo de los residuos sólidos.

METODOLOGÍA Y EXPERIMENTOS

DEFINICIÓN DE NUESTRO PERFIL EMPRENDEDOR

Previo al planteamiento de una idea de negocio por parte de nuestro grupo de trabajo, fue necesaria la realización de una encuesta la cual contaba con una serie de preguntas cuyo propósito estaba centrado en definir de la manera más abierta, sincera y concreta, las capacidades de cada uno de los miembros de nuestro equipo de trabajo en materia de emprendimiento, y cuyos resultados nos permiten definir en gran parte pero no en su totalidad las posibles falencias y fortalezas de los miembros de nuestro grupo de trabajo. El esquema designado constaba de una encuesta que incluía además de información de carácter personal, de una serie de 50 preguntas con

respuesta simple de sí o no, en donde se indagaba por medio de preguntas tales como sus relaciones de trabajo en equipo, posibles experiencias en la elaboración de modelos de negocio previos, hasta aspectos que median la fuerza de voluntad a la hora de establecer modelos de negocio.

El resultado de dicha encuesta determinaba el perfil emprendedor de nuestro grupo de trabajo según sus respuestas, dando a conocer su posible futuro en la elaboración y posterior éxito/fracaso de nuestro proyecto para su posible ejecución. Los resultados serán objeto de análisis en la sección correspondiente.

MATRIZ DE IMAGINERIA – LIENZO

Respecto a la elaboración de esta matriz, recurrimos a una actividad didáctica realizada en clase con el fin de desarrollar una segunda alternativa de modelo de negocio o proyecto ante una eventualidad en la que se determinara la poca o nula viabilidad económico, social, legal o financiera de nuestra idea de negocio inicial, o lo que fue necesario la participación y definición de una alternativa de nuestro negocio, y después de la cual, surgió una idea de negocios alternativa, la cual estaba basada en un servicio de carácter ambiental dirigido a una población objetivo de carácter femenino, y cuyo nombre respondió al de *FemmeVita*, o vida femenina en su nombre regular. Las especificaciones fueron las siguientes:

MATRÍZ DE IMAGENERÍA

- **Sector:** Turismo.
- **Necesidades axiológicas:** Afecto (Autoestima, humor, intimidad).
- **Tendencias de consumo:** Productos para mujeres.
- **Tendencias de alto potencial:** Bienes y servicios naturistas.

Idea: *FemmeVita*.

Descripción: Ante la creciente tasa de problemas relacionados con la salud mental y general de la población femenina relacionada con problemas cotidianos pero de alto impacto, como lo son la obesidad mórbida o en su contraparte la anorexia, vemos la oportunidad de brindar a quienes padecen de estas condiciones de un lugar ideal para atender dichas condiciones o similares por medio de elementos y espacios de origen natural, y de aquí surge nuestra idea alternativa de negocio, a la que denominamos *FemmeVita*.

FemmeVita, o vida femenina en su traducción, es una idea basada en el tratamiento de los estados de salud tanto general como mental de una población objetivo, que en este caso involucraría de forma exclusiva a la población femenina, tomando en consideración la vulnerabilidad de la misma ante las constantes presiones y situaciones del entorno del que son objeto, y que en muchas ocasiones requieren de más que un simple antidepresivo o píldora/pastilla para tratar el dolor u otros síntomas, que se podrían complicar y evolucionar en forma de enfermedades aún más arriesgadas y potencialmente mortales para esta población.

Es importante resaltar que nuestra idea alternativa de negocio apunta hacia una idea de turismo sostenible integral, en donde nos valemos casi exclusivamente de productos y servicios ambientales, cuya esencia es obtenida a partir de la naturaleza en su estado más puro, la cual es utilizada como un medio para estimular en nuestra población objetivo el desarrollo de su estado emocional y de salud en general, a través de las terapias de grupo, los ejercicios al aire libre, el consumo de productos de origen natural y entre otras actividades que buscan mejorar la calidad de vida de nuestros potenciales usuarios.

Nota: Para algunos de los siguientes modelos y esquemas utilizados, se hizo omisión de estos debido a la incompatibilidad o uso innecesario de los mismos dentro de nuestro plan de negocios,

dada la sencillez y naturaleza socio ambiental del mismo, y por la desactualización de algunos de los datos manejados o utilizados en estos.

MODELO CANVAS Y MATRIZ DOFA

Para el establecimiento de una propuesta de negocios viable desde los puntos de vista logísticos, estratégicos y económicos, fue necesaria la adopción de un plan de negocios simple utilizando las técnicas soportadas por los modelos tipo CANVAS, en los cuales no permitía establecer puntos clave para su posterior adecuación en nuestro modelo de negocios, como lo son los socios y actividades clave, los recursos y la forma de obtención de ingresos, los canales de distribución y los mercados hacían donde van dirigidos nuestros productos, utilizando el modelo previsto en la siguiente imagen:

Figura 1. Lienzo CANVAS

Lienzo De Modelo De Negocios		Diseñado para:	Diseñado por:	En:
Socios Clave ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? ¿Que actividades realizan nuestros socios clave? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar los socios clave. - Describir los recursos y actividades clave.</small>	Actividades Clave ¿Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestras relaciones con los clientes? ¿Nuestras fuentes de ingresos? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar las actividades clave. - Describir los canales, relaciones y fuentes de ingresos.</small>	Propuesta de Valor ¿Que valor estamos entregando a los clientes? ¿Cual problema estamos ayudando a resolver? ¿Cual necesidad estamos satisficicndo? ¿Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar el valor que se entrega a los clientes. - Describir el problema que se resuelve y la necesidad que se satisface. - Describir los paquetes de productos o servicios que se ofrecen a cada segmento de clientes.</small>	Relación con Clientes ¿Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? ¿Que relaciones hemos establecido? ¿Quien costeara son? ¿Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar el tipo de relación que se espera y se mantendrá. - Describir las relaciones que se han establecido. - Describir a quiénes costeará. - Describir cómo se integran con el resto del modelo de negocio.</small>	Segmentos De Clientes ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar a quiénes se está creando valor. - Describir a quiénes son los clientes más importantes.</small>
Recursos Clave ¿Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestras relaciones con los clientes? ¿Nuestras fuentes de ingreso? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar los recursos clave. - Describir los canales, relaciones y fuentes de ingreso.</small>	Canales ¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? ¿Como los estamos alcanzando ahora? ¿Como están integrados nuestros canales? ¿Cuales Funcionan Mejor? ¿Cuales son los mas rentables? ¿Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar los canales que se quieren utilizar. - Describir cómo se están alcanzando ahora. - Describir cómo están integrados los canales. - Describir cuáles funcionan mejor. - Describir cuáles son los más rentables. - Describir cómo se pueden integrar a las rutinas de los clientes.</small>	Estructura De Costos ¿Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuales recursos clave son los mas costosos? ¿Cuales actividades clave son las mas costosas? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar los costos más importantes. - Describir los recursos clave más costosos. - Describir las actividades clave más costosas.</small>	Fuente De Ingresos ¿Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? ¿Actualmente por que se pagan? ¿Como están pagando? ¿Como prefieren pagar? ¿Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales? <small>Indicaciones para el alumno: - Identificar por qué valor los clientes están dispuestos a pagar. - Describir por qué se pagan actualmente. - Describir cómo están pagando. - Describir cómo prefieren pagar. - Describir cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales.</small>	

[HTTP://TRABAJARDEDECASASI.COM](http://trabajardesdecasasi.com)
[FACEBOOK.COM/TRABAJARDEDECASASI](https://www.facebook.com/trabajardesdecasasi)

Fuente: <http://www.slideserve.co.uk/dropbox-lienzocanvastrabajardesdecasa>.

Mientras que para el caso de nuestra matriz DOFA, Nos permitió determinar todas aquellas condiciones y necesidades específicas que nuestro proyecto requería para su futuro éxito dentro del mercado hacia el cual van dirigidos nuestros productos. Respecto al manejo del esquema implementado y sus posteriores resultados serán analizados en la sección siguiente, al igual que los resultados del modelo CANVAS determinado.

MERCADO OBJETIVO, TENDENCIAS Y COMPETIDORES

Para la posterior inclusión de nuestra propuesta de negocios dentro de un mercado objetivo y el público hacia el cual va dirigido, fue necesario estudiar y analizar todas aquellas tendencias de mercado actual y compañías o empresas competidoras, además de otras circunstancias con las cuales debemos confrontar de forma previa a la ejecución de nuestro proyecto, con el fin de determinar tanto pros como contras de nuestro modelo de negocio en estos mercados, los cuales nos ha permitido determinar por medio de factores clave aspectos relevantes para nuestro proyecto, como lo son los siguientes:

- Nombre del competidor/cliente potencial
- Descripción de la empresa/descripción general
- Ubicación
- Descripción del servicio/ producto
- Tamaño de la empresa
- Características de la población objetivo

Otros factores adicionales serán objeto de análisis en la siguiente sección.

PLAN DE PRODUCCIÓN, COSTOS Y GASTOS

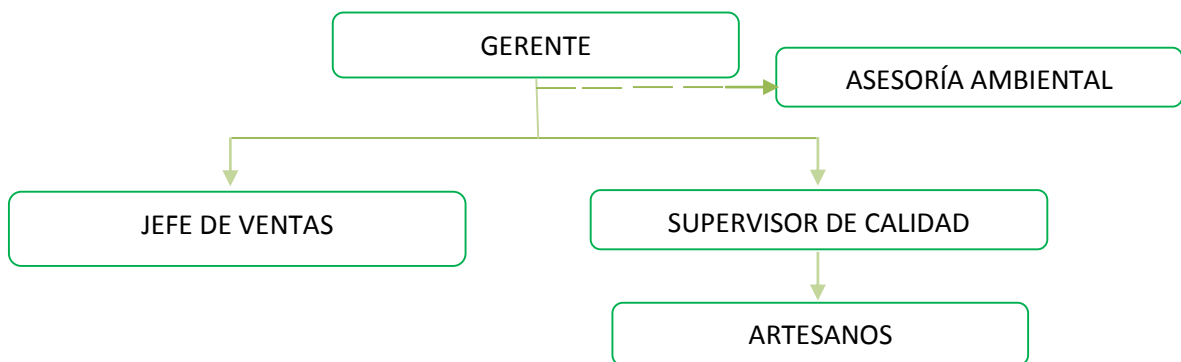
Por medio de estas herramientas, hemos establecido por medio de una evaluación financiera, comercialmente apta y elementos y materia prima disponible, la factibilidad de nuestro proyecto frente a su posterior ejecución dentro del mercado y las tendencias actuales, al igual que otros aspectos de igual importancia durante la duración establecida de nuestro proyecto.

Nota: Cabe resaltar que los datos e información utilizada pueden ser objeto de cambio o alteración producto de situaciones o actividades externas a la realización de nuestras propias actividades, tales como manifestaciones negativas que alteran el orden público, y su repercusión en la obtención de los recursos, materia prima o insumos necesarios en la elaboración de nuestros productos, los cuales también son igualmente sujetos de cambio acorde a estas y otras condiciones anormales.

DISEÑO ORGANIZACIONAL Y TALENTO HUMANO

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA CANASPIANGUAS S.A.S

Figura 2. Mapa conceptual estructura organizacional.



Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 8.

VALORES CORPORATIVOS

- **CAMBIO:** Enfrentamos proactivamente los retos, nos adaptamos y aprovechamos las oportunidades del entorno.
- **COMPROMISO:** Asumimos las acciones con esfuerzo, dedicación y empeño, generando confianza a través de nuestras actividades hacia los clientes.
- **ESPÍRITU DE EQUIPO:** Valoramos los aportes brindados por cada uno de nuestros colaboradores. Trabajamos de forma comprometida para alcanzar metas en común, y convertir los factores que amenazan nuestra empresa en oportunidades para la misma.

- **RESPONSABILIDAD:** Actuar de acuerdo a principios en la búsqueda del desarrollo personal contribuyendo al crecimiento de la empresa y actuando con eficiencia en el ejercicio del cargo y ejecución de tareas dentro de la organización.
- **HONESTIDAD:** Confrontar a los otros con respeto y autenticidad asumiendo los desafíos que surjan en el trabajo, armonizando lo que dice con lo que piensa y hace, guardando fidelidad a sí mismo y a la empresa.
- **CALIDAD:** Pensamiento de un mejoramiento continuo, mediante incentivos para el trabajador y su entorno, en donde se busca la calidad de sus labores y funciones, manteniendo la excelencia como parte de sus ideales.

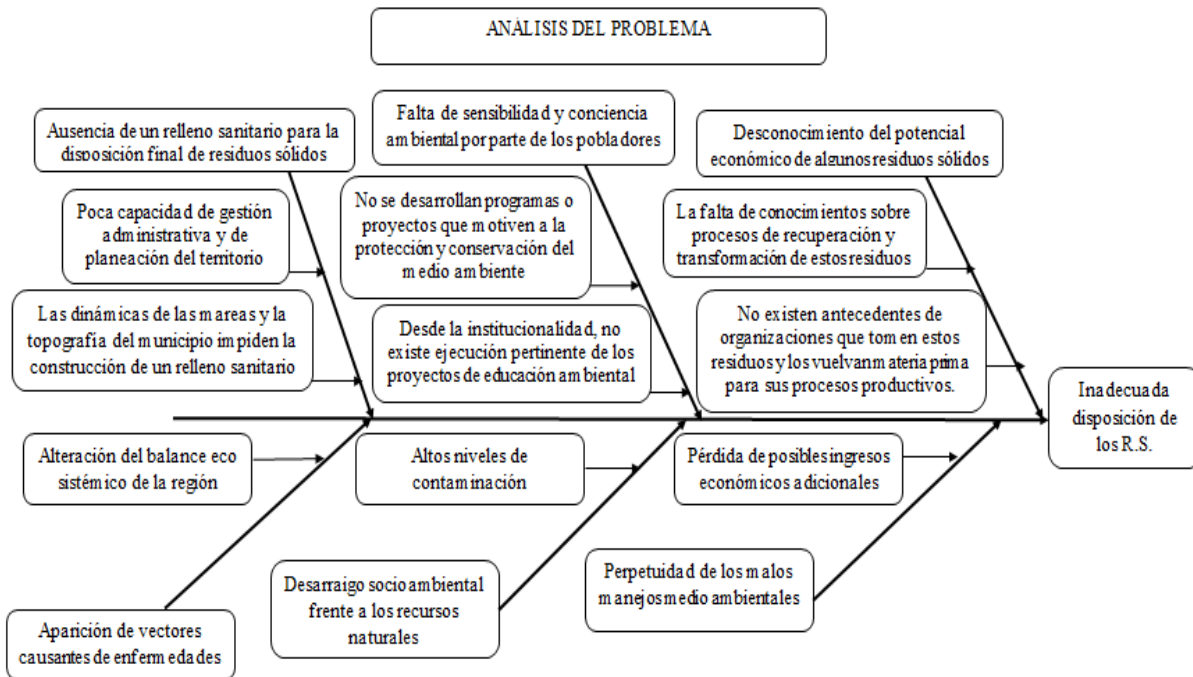
POLITICA AMBIENTAL

Somos una microempresa que se dedica a la fabricación de canastos a partir de PET reciclable, los cuales buscan satisfacer las necesidades de nuestros clientes, mediante la realización de mejora continua de nuestros procesos productivos, y para ello contamos con un personal comprometido con la calidad de los productos que ofrecemos, bajo criterios de seguridad y salud en el trabajo, que hacen de nuestra empresa una organización confiable y competitiva. Igualmente somos conscientes que nuestra actividad productiva ocasiona impactos ambientales aunque no muy significativos al medio ambiente, y por tal motivo nos comprometemos a:

- Actualizar al personal en temas relacionados con la gestión integral de residuos sólidos en busca de reducir al mínimo la generación de estos desechos u otros subproductos no utilizables.
- Recircular el agua utilizada en proceso de lavado del PET reciclable en miras a una reducción del consumo de agua en la fabricación de los canastos.
- Utilizar fuentes alternativas para la captación de recursos clave en la fabricación de nuestros productos, ya sea por medio de procesos de beneficio mutuo por intercambio de materias primas, o la implementación de un sistema de utilización de aguas lluvia dentro de nuestro proceso productivo.

ESPINA DE PESCADO

Figura 3. Espina de pescado.



Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 3.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla N°3. Perfil emprendedor 1.

Nombre Emprendedor: Jhon Edward Calle Arias	Fecha: 07/ 05/2016	
<i>Conteste usted a las preguntas siguientes y marque la casilla correspondiente</i>		
	Raramente o no	Generalmente o sí
1. ¿Acepta renunciar a ciertos aspectos de su vida familiar y conocer una disminución de ingresos con el fin de tener éxito en negocios?	X	
2. ¿Es el tipo de persona que nada lo puede detener cuando decide hacer algo?		X
3. ¿Cuándo emprende algo, se fija metas y objetivos precisos?		X

4. ¿Cuándo un grupo está en un callejón sin salida, es usted la persona que resuelve la situación y anima el grupo?		X
5. ¿Le sucede a menudo recurrir a los consejos de personas de mayor edad o experiencia que usted?	X	
6. ¿Puede evaluar la calidad de su trabajo por sí mismo?		X
7. ¿Es usted un buen perdedor?	X	
8. ¿Después de un fracaso, es capaz de recuperarse?		X
9. ¿Le gusta dirigir a otras personas?	X	
10. ¿Le gusta emprender proyectos cuya realización se escalona en 5 a 10 años?		X
11. ¿Ha participado a la fundación de asociaciones, cooperativas, organismos comunitarios o campañas de recaudación de fondos?	X	
12. ¿Sus padres y sus abuelos ya han poseído una empresa?	X	
13. ¿Cuándo piensa en el futuro, se ve dirigiendo su empresa?	X	
14. ¿Suele sugerir recomendaciones a sus colegas?		X
15. ¿Por lo general, usted encuentra más de una solución a un problema?		X
16. ¿Tiene entre 25 y 40 años de edad?		X
17. ¿Se preocupa de lo que los demás piensan de usted?	X	
18. ¿Toma riesgos por placer?	X	
19. ¿Acepta delegar tareas y responsabilidades?		X
20. ¿Ha participado en el lanzamiento de una empresa de un miembro de su familia?	X	
21. ¿Cree en la utilidad de organizarse antes de emprender un trabajo?		X
22. ¿Se enferma seguido?	X	
23. ¿Es el tipo de persona que puede hacer algo solamente para probarse a sí mismo que es capaz?		X
24. ¿Ha sido despedido?		X

25. ¿Está siempre empezando nuevos proyectos?	X	
26. ¿Prefiere dejar a un amigo la tarea de decidir de sus actividades sociales?	X	
27. ¿Fue un excelente estudiante?	X	
28. ¿Hacia usted parte de un grupo en su colegio de bachillerato?	X	
29. ¿Participó en las actividades para-escolares o deportivas en su escuela?	X	
30. ¿Se preocupa de los detalles?		X
31. ¿Provoca deliberadamente un enfrentamiento directo para obtener los resultados que desea?	X	
32. ¿Es usted el mayor de su familia?	X	
33. ¿Usted ha hecho trabajos minuciosos en casa a los 10 años de edad?		X
34. ¿Puede concentrarse en un tema durante un periodo de largo tiempo?		X
35. ¿Le importan a usted más sus necesidades personales que el hecho de disponer de mucho dinero?		X
36. ¿Intenta sacar provecho de las malas situaciones?	X	
37. ¿Culpa a los demás cuando hay un problema?		X
38. ¿Le gusta empezar una tarea sin conocer todos los problemas que pueden surgir?		X
39. ¿Persiste usted sus esfuerzos aunque los demás se muestren escépticos?		X
40. ¿Podría trabajar largas horas con el fin de alcanzar una meta?		X
41. ¿En su trabajo, le gusta tomar decisiones?		X
42. ¿Puede Ud. reconocer un fracaso sin declararse vencido?		X
43. ¿Tiene ahorros y otros activos?		X
44. ¿Se esfuerza para aprender de sus errores pasados?		X
45. ¿Le da más importancia a las personas que a los objetivos?	X	
46. ¿Prefiere tomar por sí mismo las		X

decisiones finales?		
47. ¿Sus conversaciones conciernen más a las personas que lo rodean que a los eventos y a las ideas?		X
48. ¿Se siente bien aunque sea el objeto de críticas?		X
49. ¿Duerme poco?	X	
50. ¿Ha sido vendedor ambulante o responsable de la distribución local de un periódico?	X	
1. ¿Es mi pasado comparable al de un emprendedor?		
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :	
- Raramente o no DOS	27, 28	
- Generalmente o sí TRES	11, 12, 16,20, 24, 29, 32, 33, 50	
Número de veces donde dio la respuesta esperada	5 /12	
2. ¿Son mis actitudes y comportamientos comparables a los de un emprendedor?		
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :	
- Raramente o no TRES	7,9,17,30,37	
- Generalmente o sí DIECISEIS	2,4,5,6,8,14,15,18,19,21,23,25,31,34,35,36,38,39,41,42,44	
Número de veces donde dio la respuesta esperada	19 /26	
3. ¿Tengo yo objetivos y el estilo de vida comparables a los de un emprendedor?		
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :	
- Raramente o no TRES	22,26,45,47	
- Generalmente o sí SEIS	1,3,10,13,40,43,46,48,49	
Número de veces donde dio la respuesta esperada	9 /12	
Indique su resultado total	33 /50	

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 1.

Tabla N°4. Perfil emprendedor 2.

Nombre Emprendedor: María Del Carmen Mena Lemos	Fecha: 07/ 05/2016	
<i>Conteste usted a las preguntas siguientes y marque la casilla correspondiente</i>		
	Raramente o no	Generalmente o sí
1. ¿Acepta renunciar a ciertos aspectos de su vida familiar y conocer una disminución de ingresos con el fin de tener éxito en negocios?	X	
2. ¿Es el tipo de persona que nada lo puede detener cuando decide hacer algo?		X
3. ¿Cuándo emprende algo, se fija metas y objetivos precisos?		X
4. ¿Cuándo un grupo está en un callejón sin salida, es usted la persona que resuelve la situación y anima el grupo?		X
5. ¿Le sucede a menudo recurrir a los consejos de personas de mayor edad o experiencia que usted?		X
6. ¿Puede evaluar la calidad de su trabajo por sí mismo?		X
7. ¿Es usted un buen perdedor?		X
8. ¿Después de un fracaso, es capaz de recuperarse?		X
9. ¿Le gusta dirigir a otras personas?	X	
10. ¿Le gusta emprender proyectos cuya realización se escalona en 5 a 10 años?		X
11. ¿Ha participado a la fundación de asociaciones, cooperativas, organismos comunitarios o campañas de recaudación de fondos?	X	
12. ¿Sus padres y sus abuelos ya han poseído una empresa?	X	
13. ¿Cuándo piensa en el futuro, se ve dirigiendo su empresa?		X
14. ¿Suele sugerir recomendaciones a sus colegas?		X
15. ¿Por lo general, usted encuentra más de una solución a un problema?		X
16. ¿Tiene entre 25 y 40 años de edad?		X

17. ¿Se preocupa de lo que los demás piensan de usted?	X	
18. ¿Toma riesgos por placer?		X
19. ¿Acepta delegar tareas y responsabilidades?		X
20. ¿Ha participado en el lanzamiento de una empresa de un miembro de su familia?	X	
21. ¿Cree en la utilidad de organizarse antes de emprender un trabajo?		X
22. ¿Se enferma seguido?		X
23. ¿Es el tipo de persona que puede hacer algo solamente para probarse a sí mismo que es capaz?		X
24. ¿Ha sido despedido?	X	
25. ¿Está siempre empezando nuevos proyectos?	X	
26. ¿Prefiere dejar a un amigo la tarea de decidir de sus actividades sociales?	X	
27. ¿Fue un excelente estudiante?		X
28. ¿Hacia usted parte de un grupo en su colegio de bachillerato?		X
29. ¿Participó en las actividades para-escolares o deportivas en su escuela?		X
30. ¿Se preocupa de los detalles?		X
31. ¿Provoca deliberadamente un enfrentamiento directo para obtener los resultados que desea?	X	
32. ¿Es usted el mayor de su familia?	X	
33. ¿Usted ha hecho trabajos minuciosos en casa a los 10 años de edad?		X
34. ¿Puede concentrarse en un tema durante un periodo de largo tiempo?	X	
35. ¿Le importan a usted más sus necesidades personales que el hecho de disponer de mucho dinero?	X	
36. ¿Intenta sacar provecho de las malas situaciones?		X
37. ¿Culpa a los demás cuando hay un problema?	X	
38. ¿Le gusta empezar una tarea sin conocer todos los problemas que pueden surgir?		X

39. ¿Persiste usted sus esfuerzos aunque los demás se muestren escépticos?		X
40. ¿Podría trabajar largas horas con el fin de alcanzar una meta?		X
41. ¿En su trabajo, le gusta tomar decisiones?		X
42. ¿Puede Ud. reconocer un fracaso sin declararse vencido?		X
43. ¿Tiene ahorros y otros activos?	X	
44. ¿Se esfuerza para aprender de sus errores pasados?		X
45. ¿Le da más importancia a las personas que a los objetivos?	X	
46. ¿Prefiere tomar por sí mismo las decisiones finales?		X
47. ¿Sus conversaciones conciernen más a las personas que lo rodean que a los eventos y a las ideas?		X
48. ¿Se siente bien aunque sea el objeto de críticas?		X
49. ¿Duerme poco?	X	
50. ¿Ha sido vendedor ambulante o responsable de la distribución local de un periódico?	X	
1. ¿Es mi pasado comparable al de un emprendedor?		
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :	
- Raramente o no UNO	27, 28	
- Generalmente o sí TRES	11, 12, 16,20, 24, 29, 32, 33, 50	
Número de veces donde dio la respuesta esperada	3 /12	
2. ¿Son mis actitudes y comportamientos comparables a los de un emprendedor?		
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :	
- Raramente o no TRES	7,9,17,30,37	
- Generalmente o sí DIECISIETE	2,4,5,6,8,14,15,18,19,21,23,25,31,34,35,36,38,39,41,42,44	
Número de veces donde dio la respuesta esperada	20 /26	

3. ¿Tengo yo objetivos y el estilo de vida comparables a los de un emprendedor?	
Respuestas esperadas :	Para las preguntas número :
- Raramente o no UNO	22,26,45,47
- Generalmente o sí CINCO	1,3,10,13,40,43,46,48,49
Número de veces donde dio la respuesta esperada	6 /12
Indique su resultado total	29 /50

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 1.

Tabla N°5. Perfil empresarial 3.

Nombre Emprendedor: Maribel Rengifo Vallecilla		Sexo: M <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Fecha: Día <input type="text" value="15"/> Mes <input type="text" value="07"/> Año <input type="text" value="2016"/>	Edad: ___24___ Años	
Correo Electrónico: mrengifo@utp.edu.co	Teléfono: 3226779324	
Proceso: CURSO DE EMPRENDIMIENTO Y INNOVACION.		
<i>Conteste usted a las preguntas siguientes y marque la casilla correspondiente</i>		
	Raramente o No	Generalmente o Sí
1. ¿Acepta renunciar a ciertos aspectos de su vida familiar y conocer una disminución de ingresos con el fin de tener éxito en negocios?	X	
2. ¿Es el tipo de persona que nada lo puede detener cuando decide hacer algo?		X
3. ¿Cuándo emprende algo, se fija metas y objetivos precisos?		X
4. ¿Cuándo un grupo está en un callejón sin salida, es usted la persona que resuelve la situación y anima el grupo?		X
5. ¿Le sucede a menudo recurrir a los consejos de personas de mayor edad o experiencia que usted?		X
6. ¿Puede evaluar la calidad de su trabajo por sí mismo?		X
7. ¿Es usted un buen perdedor?		X
8. ¿Después de un fracaso, es capaz de recuperarse?		X
9. ¿Le gusta dirigir a otras personas?	X	

10. ¿Le gusta emprender proyectos cuya realización se escalona en 5 a 10 años?		X
11. ¿Ha participado a la fundación de asociaciones, cooperativas, organismos comunitarios o campañas de recaudación de fondos?		X
12. ¿Sus padres y sus abuelos ya han poseído una empresa?	X	
13. ¿Cuándo piensa en el futuro, se ve dirigiendo su empresa?		X
14. ¿Suele sugerir recomendaciones a sus colegas?		X
15. ¿Por lo general, usted encuentra más de una solución a un problema?		X
16. ¿Tiene entre 25 y 40 años de edad?	X	
17. ¿Se preocupa de lo que los demás piensan de usted?		X
18. ¿Toma riesgos por placer?	X	
19. ¿Acepta delegar tareas y responsabilidades?		X
20. ¿Ha participado en el lanzamiento de una empresa de un miembro de su familia?	X	
21. ¿Cree en la utilidad de organizarse antes de emprender un trabajo?		X
22. ¿Se enferma seguido?	X	
23. ¿Es el tipo de persona que puede hacer algo solamente para probarse a sí mismo que es capaz?	X	
24. ¿Ha sido despedido?	X	
25. ¿Está siempre empezando nuevos proyectos?		X
26. ¿Prefiere dejar a un amigo la tarea de decidir de sus actividades sociales?	X	
27. ¿Fue un excelente estudiante?		X
28. ¿Hacia usted parte de un grupo en su colegio de bachillerato?		X
29. ¿Participó en las actividades para-escolares o deportivas en su escuela?		X
30. ¿Se preocupa de los detalles?		X
31. ¿Provoca deliberadamente un enfrentamiento directo para obtener los resultados que desea?	X	
32. ¿Es usted el mayor de su familia?		X

33. ¿Usted ha hecho trabajos minuciosos en casa a los 10 años de edad?		X
34. ¿Puede concentrarse en un tema durante un periodo de largo tiempo?		X
35. ¿Le importan a usted más sus necesidades personales que el hecho de disponer de mucho dinero?	X	
36. ¿Intenta sacar provecho de las malas situaciones?		X
37. ¿Culpa a los demás cuando hay un problema?	X	
38. ¿Le gusta empezar una tarea sin conocer todos los problemas que pueden surgir?	X	
39. ¿Persiste usted sus esfuerzos aunque los demás se muestren escépticos?		X
40. ¿Podría trabajar largas horas con el fin de alcanzar una meta?		X
41. ¿En su trabajo, le gusta tomar decisiones?		X
42. ¿Puede Ud. reconocer un fracaso sin declararse vencido?		X
43. ¿Tiene ahorros y otros activos?		X
44. ¿Se esfuerza para aprender de sus errores pasados?		X
45. ¿Le da más importancia a las personas que a los objetivos?		X
46. ¿Prefiere tomar por sí mismo las decisiones finales?		X
47. ¿Sus conversaciones conciernen más a las personas que lo rodean que a los eventos y a las ideas?	X	
48. ¿Se siente bien aunque sea el objeto de críticas?		X
49. ¿Duerme poco?	X	
50. ¿Ha sido vendedor ambulante o responsable de la distribución local de un periódico?	X	

Fuente: Centro de innovación y desarrollo tecnológico (CIDT). UTP.

- **Análisis de los resultados:** Acorde a lo mencionado en la prueba, los resultados finales no definen los perfiles emprendedores de las personas evaluadas en su totalidad, ya que no funcionan solo en base a los resultados, y el propósito final de los mismos tiene como propósito para el emprendedor encuestado verificar potencialidades y falencias, los cuales nos indican que en cuanto a tendencias nuestro grupo de trabajo posee cualidades mixtas,

las cuales se complementan entre sí para desempeñar cada una de las funciones a realizar en nuestro proyecto, como lo son las cercanía de miembros del grupo con la población objetivo, entre otros aspectos de gran importancia.

MODELOS CANVAS Y DOFA

Tabla N°6. Modelo CANVAS empresa CanasPianguas S.A.S.

<u>Socios Clave</u>	<u>Actividades Clave</u>	<u>Propuesta de valor</u>	<u>Relación</u>	<u>Segmentos de mercado</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Conchadoras • Recuperadores 	<p>Recolección de PET, limpieza y separación, transformación, beneficio mútuo, productos de bajo costo y buena calidad.</p>	<p>Generación de empleo a partir de una labor con fines tanto económicos como sociales, beneficiando inicialmente a la comunidad de Mosquera en Nariño, para una posterior expansión hacia otros espacios del territorio nacional, gracias a la disponibilidad de materia prima, bajos costos, y el amparo legal y medioambiental provistos en la región.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Virtual (Anuncios) • Directa (Charlas formales e informales) • Indirecta (Incentivos comerciales) 	<p>Hombres, Mujeres 30-70 años</p> <p>Comunidad del pacifico sur, municipio de Mosquera, departamento de Nariño</p> <p>Nivel SocioEconómico Bajo</p> <p>Educación básica</p> <p>Productores agrícolas y recolectores tradicionales de conchas de profesión</p>
	<p><u>Recursos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Físico (Material PET, equipo y maquinaria) • Humano (Conchadoras y recuperadores) • Económico (Inversionistas, fuentes propias) 		<p><u>Canales</u></p> <p><u>Comunicación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Puntos de venta • Pedidos • Anuncios Publicitarios → Escritos → Audiovisual <p><u>Distribución</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Persona - Persona • Tiendas - comercios 	
	<p><u>Estructura de costos</u></p> <p>→ Costo fijo: Sueldos, Arriendo, gastos comunes, publicidad, mantenimiento</p> <p>→ Costo variable: luz, Agua, insumos, Materia prima</p>		<p><u>Flujo de ingresos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña Encargados • Ventas de canastos • Modalidades de pago 	

Fuente: <https://docs.google.com/drawings/d/1Re4ZRW6zbRKUIGBcIa-ft7YWFkncTajyo4szY4f8gs/edit>.

- **Análisis de los resultados:** Nuestra población objetivo está vinculada a actividades de tipo productivas, como lo son las conchadoras, las cuales se dedican a la recolección de moluscos en los manglares propios de nuestro mercado objetivo (Mosquera, Nariño), y las personas dedicadas a la recuperación del PET reciclable usado en la producción de nuestros productos, que se comercializaran no solo para nuestro público objetivo designado, sino también con mercados más amplios, como el público en general, que dedicara el uso de estos productos para muchas de sus actividades diarias

Tabla N°7. Matriz DOFA.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENUMERAR OPORTUNIDADES CLAVE	ENUMERAR AMENAZAS CLAVE
Disponibilidad de materia prima	Competencia del mercado tradicional
Viabilidad medio ambiental y legal	Disminución del interés en el relevo generacional
Posibilidad de la generación de un mercado potencial	Arraigos culturales en cuanto a tendencias de mercado
Bajo nivel de dependencia de proveedores formales	Altos costos iniciales
Bajos costos de producción	Surgimiento de múltiples competidores
Ubicación estratégica	Competencia desleal
Baja existencia de competidores en el mercado objetivo	Dificultad en la distribución del producto a nivel nacional
Incentivos económicos	Dependencia en los canales de distribución
Modelos de intercambio	
Desarrollo socio económico a nivel local	
Políticas internas de conservación y protección de la reserva natural	
Fomento a las micro empresas	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
ENUMERAR FORTALEZAS CLAVE	ENUMERAR DEBILIDADES CLAVE
Conocimientos interdisciplinarios	Falta de tecnología automatizada
Manejo de políticas ambientales	Falta de personal capacitado
Conocimiento del producto	Modelo de negocio incipiente
Experiencia en generación de proyectos	Limitaciones en las líneas de comunicación entre clientes y productores
Relación con el mercado potencial	Dificultades estratégicas en la expansión hacia el mercado objetivo
Lazos socio culturales	
Excepción de impuestos y rentas	

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 8.

Tabla N°8. Matriz DOFA impactos.

OPORTUNIDADES	IMPACTO			AMENAZAS	IMPACTO		
	A	M	B		A	M	B
ENUMERAR OPORTUNIDADES CLAVE				ENUMERAR AMENAZAS CLAVE			
Disponibilidad de materia prima	X			Competencia del mercado tradicional	x		
Viabilidad medio ambiental y legal	X			Disminución del interés en el relevo generacional	x		
Posibilidad de la generación de un mercado potencial		x		Arraigos culturales en cuanto a tendencias de mercado	x		
Bajo nivel de dependencia de proveedores formales	X			Altos costos iniciales	x		
Bajos costos de producción	X			Surgimiento de múltiples competidores	x		
Ubicación estratégica	X			Competencia desleal	x		
Baja existencia de competidores en el mercado objetivo	X			Dificultad en la distribución del producto a nivel nacional	x		
Incentivos económicos		x		Dependencia en los canales de distribución		x	
Modelos de intercambio		x					
Desarrollo socio económico a nivel local		x					
Políticas internas de conservación y protección de la reserva natural	X						
Fomento a las micro empresas		x					
FORTALEZAS	IMPACTO			DEBILIDADES	IMPACTO		
	A	M	B		A	M	B
ENUMERAR FORTALEZAS CLAVE				ENUMERAR DEBILIDADES CLAVE			
Conocimientos interdisciplinarios		x		Falta de tecnología automatizada			x
Manejo de políticas ambientales	X			Falta de personal capacitado		x	
Conocimiento del producto	X			Modelo de negocio incipiente	x		

Experiencia en generación de proyectos	X			Limitaciones en las líneas de comunicación entre clientes y productores	x		
Relación con el mercado potencial	X			Dificultades estratégicas en la expansión hacia el mercado objetivo	x		
Lazos socio culturales	X						
Excepción de impuestos y rentas		x					
OBSERVACIONES: <u>Frente a las actuales tendencias del mercado en cuanto al consumo desmedido de productos plásticos y su disposición inadecuada en zonas verdes, nos encontramos con una gran oportunidad que beneficia potencialmente a comunidades excluidas y vulnerables, que han tendido a suplir sus necesidades por medio de prácticas ancestrales que involucran el uso de elementos convencionales de múltiples modos para la realización de sus actividades laborales y cotidianas.</u>							

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 8.

Tabla N°9. Matriz DOFA estrategias comparativas.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Enumerar las de mayor impacto FCE	Enumerar las de mayor impacto FCE
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS
Enumerar las de mayor impacto FCE	FO	FA
	Utilización óptima de los recursos disponibles	Aplicación de conocimientos generales en el mercado rival
	Aplicación de la normatividad ambiental vigente	Concientización de los impactos ambientales por contaminación
	Fomentos comerciales como garantía de accesibilidad	Reducción de costos por medio de procesos selectivos
	Solicitud de apoyos financieros a entidades gubernamentales	Generación de publicidad en base a las tendencias locales
	Establecimiento de canales abiertos de comunicación interpersonales	Redistribución de los recursos sobrantes en la distribución
	Validación del proyecto a través de las ventajas socio ambientales	Establecimiento de vínculos de confianza y acuerdo mutuo
	Establecimiento de una sede principal de	Fomento directo a las actividades

	operaciones	artesanales y ancestrales
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS
Enumerar las de mayor impacto FCE	DO	DA
	Aumento de la producción a través de la sinergia social	Utilización de tecnologías exógenas en el modelo productivo
	Capacitación de personal por medio de estímulos comerciales	Estímulos económicos y en especie para el personal involucrado
	Formación de la organización en puntos estratégicos	Introducción de nuevas tendencias socio culturales y ambientales
	Utilización de medios convencionales en la divulgación de los productos	Selección de personal y equipo en base a condiciones actuales
	Generación de un mercado competente en vías de expansión nacional	Impulso hacia un crecimiento acelerado de un modelo competente
	Uso de personal experimentado en procesos de capacitación	

OBSERVACIONES: Ante el crecimiento de la contaminación a causa de la baja conciencia ambiental existente, recurrimos a métodos poco convencionales pero tradicionales con el fin de atender las necesidades de nuestro modelo de negocio con énfasis medio ambiental, el cual se vale de unas tendencias culturales que son recurrentes y efectivas para el establecimiento de nuestra propuesta, generando de este modo bajos costos y un estimado margen de ganancias alto y acorde a nuestra expectativas.

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 8.

Tabla N°10. Planeación estratégica.

VISIÓN:	Nuestra empresa espera ser reconocida en el año 2021 como sustituta de bolsas plásticas en supermercados, y a nivel de actividades pesqueras y agrícolas, como utensilio para la recolección de productos y recursos naturales (Pianguas, viveros, frutos y verduras) en el departamento de Nariño, municipio de Mosquera, con énfasis hacia una expansión nacional en los próximos años.
MISIÓN:	Nuestra empresa busca contribuir a la disminución en los índices de contaminación generados por desechos plásticos, por medio de la producción más limpia recurriendo a procesos de reciclaje en la producción de canastos para su uso en las actividades pesqueras y agrícolas.
OBJETIVOS:	GENERAL

	Desarrollar un modelo de negocios sustentable para la generación de productos nuevos a partir de desechos plásticos reciclables con énfasis en la reducción de la contaminación generada por los mismos.
	ESPECÍFICOS
	Identificar las demandas y necesidades del mercado objetivo de nuestro producto.
	Analizar las condiciones, tendencias y posibilidades existentes del mercado actual.
	Establecer nuestra idea de negocio ubicada en los sectores de las actividades pesqueras, agrícolas y comerciales.

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 8.

Tabla N°11. Plantillas mercado objetivo.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA					
CANASPIANGUAS S.A.S					
LIDER - EQUIPO DE TRABAJO:					
JHON EDWARD CALLE ARIAS					
NOMBRE DEL RETO:					
IDENTIFICACION CLIENTES POTENCIALES					
NOMBRE DEL POTENCIAL CLIENTE	DESCRIPCIÓN GENERAL	UBICACIÓN	CARACTERIZACIÓN	NOTAS COMPLEMENTARIAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Conchadores(as) del pacífico sur	Desempeñan una función de extracción de las conchas, almejas, mejillones y caracoles de los manglares por medio del uso de canastos y extracción manual, utilizando como medio de transporte potrillos y canaleta.	Departamentos de Nariño, Valle del Cauca, Cauca y Choco.	Masculino y femenino, estado civil mixto, familias de 5 a 6 miembros aproximadamente, estratos socio económicos 1 y 2, nivel de educación básica/primaria/secundaria, ubicados en municipios y veredas, temperaturas altas, ciudades con rezago tecnológico, labores de extracción de recursos naturales con énfasis en la minería y actividad pesquera, aficiones por deportes como	Un gran porcentaje del territorio está constituido por manglares, los cuales son aprovechados para la obtención de conchas, dada su presencia como hábitat natural, en donde se desempeñan actividades de carácter ancestral con un relevo generacional aún latente en la población, a la cual nuestros	Fuente de información propia

			<p>el futbol, acuáticos, juegos de mesa, danzas, basquetbol, entre otros, consumo moderado ligado hacia productos alimenticios, diversidad política, presencia de parques nacionales naturales como el parque natural nacional Sanquianga y el parque nacional natural La Gorgona.</p>	<p>productos van dirigidos.</p>	
--	--	--	--	---------------------------------	--

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 6.

- Análisis de resultados:** Nuestros potenciales clientes son personas mayores de edad dedicados a estas actividades, las cuales se desempeñan en gran parte de este territorio principalmente por mujeres, mientras que los hombres se dedican a actividades a labores pesqueras, o de extracción de recursos del mar, entre otras actividades productivas que implican la extracción directa de recursos naturales, y dada la conveniencia de la cercanía y explotación de estos recursos, se hace necesaria la utilización de contenedores para almacenar estos recursos, algunos de los cuales son de origen poco convencional, como productos artesanales, permitiendo la entrada directa de nuestros productos a estos mercados.

Tabla N°12. Tendencias.

TENDENCIA: DESCRIPCION Y REFLEXION	CALIFICACIÓN						¿QUÉ REQUIERE ORGANIZACIÓN NUESTROS PRODUCTOS/SERVICIOS? CAMBIOS NUESTRA O
	AMENAZA			OPORTUNIDAD			
	A	M	B	B	M	A	
Uso de canastos para la exportación de la concha hacia Ecuador						x	Elaboración de canastos en un tamaño/escala y con capacidad de carga de máximo 2000 conchas
Reemplazo de los canastos de fibra natural por el de canastos de plásticos reciclable					x		Dar a conocer las ventajas de los canastos de plástico frente a los de fibra natural
Implementación de canastos en sitios comerciales relacionados a lugares temáticos					x		Adaptación al mercado en la generación de nuevos canales de distribución

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 6.

- Análisis de datos:** Una de las estrategias a utilizar implica el uso de medios de comunicación convencional (cuñas radiales, volantes, redes sociales) para dar a conocer nuestros productos en el mercado, como publicidad para alcanzar mercados mayores en caso de una futura expansión, que nos permitiría aumentar nuestro margen de ganancias según la aceptación obtenida en mercados con alcance local e internacional, mencionado propiedades únicas frente a nuestros competidores, tales como las la durabilidad de nuestro producto dado el bajo nivel de biodegradabilidad de nuestros productos, sus precios, como detalles clave para su aceptación.

Tabla N°13. Competidores.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA												
CANASPIANGUAS S.A.S												
JHON EDWARD CALLE ARIAS												
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y PRODUCTOS SUSTITUTOS												
NOMBRE DEL COMPETIDOR	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO DEL PRODUCTO O SERVICIO	PAÍS DE ORIGEN	TAMAÑO DE LA EMPRESA	ZONA DE INFLUENCIA DE LA EMPRESA	PRODUCTOS SUSTITUTOS			NOTAS CPLEMENTARIAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	
							ES UN PRODUCTO O SERVICIO SUSTITUTO?	¿CÓMO SATISFACE LA MISMA NECESIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE ESTÁ EVALUANDO?	¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE COMPLEMENTARIEDAD Y DIFERENCIACIÓN?			
							SI	NO				
Artesanías de Colombia	Sociedad mixta del orden nacional sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al ministerio de comercio, industria y turismo, constituida mediante escritura pública No. 1338 del 6 de mayo de 1964, otorgada en la notaría novena del círculo de Bogotá.	Canasto tradicional indígena, hecho a mano a partir de fibras de plantas tales como Bejuco, Guarumo y Clambira, recurriendo a técnicas tradicionales y sostenibles para el medio ambiente.	\$130.000 Canasto grande, \$85.000 canasto mediano, \$50.000 canasto pequeño	Colombia	Junta directiva compuesta por 7 miembros, compuesta por el ministerio de comercio, industria y turismo, dos representantes del presidente de la república y 4 miembros con sus respectivos suplentes. Disponiendo de 2 sedes (Calle 74 y Las Aguas), además de varios laboratorios de diseño e innovación presentes en toda la	Región amazónica, andina, pacífico, orinoquía, caribe e insular	X		Cumplimiento de las normas funcionales, bajo diferentes condiciones tales como el diseño implementado, vida útil y las cartar o canchinar y ambiental.	Como elemento diferenciador tendríamos al plástico reciclable frente a las fibras naturales	Soporte en términos legal y o canchinar privar por entidades gubernamentales, que financian proyectos con finanza en el desarrollo sostenible, en relación a la explotación de las recursos naturales utilizar en la fabricación de las productos a laborar	http://www.artesanias.gov.co http://www.mincit.gov.co/Portal/AC/FG http://www.arte.com.co http://www.arte.com.co

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 6.

- Análisis de resultados:** Nuestros principales rivales se emplean en la fabricación de canastos con materiales biodegradables a corto plazo, lo que limita su duración, por lo que en cuanto a precios y ofertas está dirigido a una población mucho más amplia y con necesidades mixtas y no demandantes, y cuyos precios son mayores a los ofrecidos por nuestra empresa, por lo que su influencia sobre nuestro mercado objetivo son bajas en comparación, ofreciendo mayores posibilidades a nuestro modelo de negocios, dada la aceptación y uso de esta clase de productos por parte de las comunidades hacia las cuales van dirigidos, y sus usos continuos en el desempeño de actividades productivas cotidianas.

Tabla N°14. Plan de producción.

Plan de producción												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pronóstico de la demanda. ¿Cuántos productos o servicios espera vender en cada uno de los meses del primer año de ejecución?	600	650	700	730	780	830	880	800	700	600	500	300
Plan de producción (Unidades a producir) ¿Cuántas unidades va a producir en cada mes del primer año de ejecución? Tenga en cuenta: ¿Le quedaron unidades sobrantes del mes anterior?	960	860	810	850	880	1000	1067	1027	1127	1127	927	0
Unidades en inventario al inicio del mes (No aplica para servicios) En el caso en que produzca en un mes una cantidad mayor de unidades a las ventas pronosticadas, registre el inventario que le quedaría al final de este mes y que quedará disponible para ser usado el siguiente mes.	360	210	110	120	100	167	187	227	427	527	427	127

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 7.

- **Análisis de resultados:** Frente a un primer año de producción, estimamos un punto máximo de ventas que puede alcanzar a superar los mil canastos hechos en un solo mes, aunque está prevista una reducción de nuestras ventas ante la saturación del mercado ante el cual están dirigidos nuestros productos, disminuyendo parcialmente nuestra producción pero conservando en inventario un número moderado de productos, que nos permitirán continuar con la venta de nuestros productos hacia el final del año, en un mes de receso, y el inventario restante disponible para su puesta en venta al año siguiente.

Tabla N°15. Herramientas y costos.

CANTIDAD	PRODUCTO	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
2	Maquina Cortadora	\$ 78.000,00	\$ 156.000,00
10	Sillas	\$ 60.000,00	\$ 600.000,00
5	Mesas	\$ 60.000,00	\$ 300.000,00
1	Puesto de trabajo (administrador)	\$ 582.000,00	\$ 582.000,00
1	Computador personal	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
5	Cinta métrica	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00
360	Velas	\$ 2.400,00	\$ 864.000,00
17280	Botellas	\$ 100,00	\$ 1.728.000,00
15	Encendedores	\$ 1.000,00	\$ 15.000,00
103,68	Alambre de acero inoxidable (kilos)	\$ 40.320,00	\$ 4.180.377,60
3	Nomina (Meses)	\$ 11.354.540,00	\$ 34.063.620,00
		TOTAL	\$ 43.203.997,60

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 7.

Unidades producir:		1			
PRODUCTO1	MATERIA PRIMA	TOTAL EN BRUTO	TOTAL NETO	VALOR	TOTAL
Canastas de plástico reciclado	Botellas	6	6	\$ 100	\$ 600
	Alambre de acero inoxidable	1,5	1,5	\$ 350	525
	Encendedor	1	1	\$ 50	\$ 50
	Vela	1	1	\$ 300	\$ 300
				Total MP	\$ 1.475
				MP X UNI	\$ 1.475

Fuente: <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Módulo 7.

- **Análisis de resultados:** Ante los bajos costos de producción, el valor de la venta inicial del producto (\$40.000), y el mercado ausente de competidores nos permite darnos una idea de los costos iniciales a acarear, pero, y que con la ayuda de nuestro personal y su experiencia en esta área, considerando los incentivos y prestaciones legales para estos, tendríamos que nuestra producción anual estaría en condiciones de generar un margen de ganancias apto para la continuidad de nuestro proyecto en años siguientes.

CONCLUSIONES, APORTES Y CONSIDERACIONES

Las pequeñas empresas dedicadas a la producción de elementos o productos alternativos en un mercado emergente siempre han sido objeto de toda clase de desafíos ligados principalmente con una economía predominante frente a tendencias de carácter típico a la hora de elegir una determinada marca de productos o servicios ofrecidos, los cuales pueden tener un margen de público objetivo mucho más grande y disponer de una mayor cantidad de recursos que les permitan a las grandes empresas que los ofrecen expandirse hacia otros mercados, opacando y absolviendo a las micro empresas que luchan por triunfar ante la competencia desleal y el rechazo inicial y generalizado de una población en su mayoría inconsciente de los productos y servicios que consumen.

Sin embargo, existen lugares en los cuales los negocios que ofrecen productos y/o servicios alternativos y emergentes suelen tener un atractivo comercial ligado a las tendencias de la población y a su condición social y económica, puesto que se encuentran familiarizados con esta clase de mercados, los cuales tienden a ser muy pocos o inexistentes dada la falta de empresas que fomenten estas prácticas en una escala mayor que a producción y venta casera de dichos productos. Es frente a esto, y por lo cual, que nuestro modelo de negocio provee no solo de los productos necesarios que nuestra empresa provee a la población que los requiere para desempeñar sus funciones diarias, ya que también les ofrece a una parte de la población de un empleo fijo y provisto de los beneficios económico legales que en sus territorios muy pocas compañías ofrecen, dado que las actividades laborales principales carecen de prestaciones sociales y otros apoyos legales.

En conclusión, CanasPianguas S.A.S surge como una alternativa tanto laboral como ambiental, dada las funciones que cumple y oportunidades que otorga a la población local, que a su vez contribuye con la obtención de la materia prima necesaria para la creación de nuestros productos, y genera una relación de beneficio mutuo de la comunidad con el ambiente, recuperando de este modo y poco a poco el equilibrio natural característico de la región pacífica

BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/documents/innovación-modelo-negocio.pdf>. Consultado: jueves 23/05/2016.
- http://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/CEEI_Ciudad_Real-Guia_para_la_elaboraci%2B%A6n_de_un_estudio_de_mercado.pdf. Consultado: lunes 26/05/2016.
- <http://www.municipios.com.co/narino/mosquera>. Consultado: viernes 27/05/2016.
- <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/12/parqueSanquianga.pdf>. Consultado: viernes 27/05/2016
- http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Guias%20ambientales%20sector%20pl%C3%A1sticos.pdf. Consultado: 10/06/2016.
- <https://sites.google.com/a/utp.edu.co/cauza/home/emprendimiento-innovador>. Consultado: viernes 10/06/2016.
- http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Guias%20ambientales%20sector%20pl%C3%A1sticos.pdf. Consultado: martes 15/06/2016.
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=38899>. Consultado: martes 15/06/2016.
- <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/gestionAmbiental/documentos/capacitaciones/Capacitacion%20Gestin%20Integral%20de%20Residuos.pdf>. Consultado: viernes 24/06/2016. Consultado: 15/06/2016.