

**EMPRENDIMIENTO SOCIAL BAJO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS DE
LA EMPRESA S&M TIENDA DE EMPAQUES**



SANDRA MILENA RIVERA NOBLES

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS

COMERCIO INTERNACIONAL

VALLEDUPAR, CESAR

2021

**EMPRENDIMIENTO SOCIAL BAJO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS DE
LA EMPRESA S&M TIENDA DE EMPAQUES**

SANDRA MILENA RIVERA NOBLES

**Monografía para optar por el título como profesional en Comercio
Internacional**

**María Isabel Ortiz Iglesias
Profesional en Finanzas y Comercio Exterior
Magister en Finanzas
Tutora Temática**

**Stefany Paola López Villalba
Profesional en Comercio Internacional
Tutora Metodológica**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
COMERCIO INTERNACIONAL
VALLEDUPAR, CESAR**

2021

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón y amor mi trabajo monográfico a mis padres Alberto y Denises porque sin su apoyo y confianza no lo hubiese logrado, porque ellos me forjaron a ser la persona que soy hoy.

A mis amados hijos Marihana y Juan Sebastián que son mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más, y lograr que la vida nos depare a todos unos futuros mejores.

A mi esposo, Mario Alberto por estar presente en cada etapa vivida en mi carrera y con su ayuda he cumplido muchos sueños y metas.

A mi hermano, Alberto José porque me ayudo y acompañó en este proceso que no fue fácil, pero logramos salir adelante.

A toda mi familia porque siempre me apoyaron a seguir adelante y no dejarme vencer del tiempo.

A ti mi Dios gracias por que todo es en tu tiempo y no en el mío.

AGRADECIMIENTO

Primero que todo darle gracias a Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi carrera, gracias a mi familia por su apoyo en cada decisión y proyecto, el amor recibido, la dedicación y la paciencia con la que cada día se preocupaban mis padres por mi avance, es simplemente único y se refleja en mi vida.

Gracias a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños, a mis hijos que son mi fuente de inspiración para salir adelante.

Este trabajo de monografía de trabajo de grado ha sido una bendición en todo momento, le agradezco Dios porque esta meta está cumplida.

Agradezco a mi tutora Prof. María Isabel por brindarme la oportunidad de recurrir a sus conocimientos y por la paciencia para guiarme en este proceso.

Gracias a mi compañero de vida, mi esposo y cómplice en todo momento por estar hay siempre apoyándome y animándome a salir adelante.

Gracias a todos los compañeros y docentes en la universidad, porque cada uno de ellos apporto en mi un conocimiento y experiencias que me ayudaron a crecer en mi vida profesional y personal.

ÍNDICE GENERAL

CONSTANCIA DE APROBACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE GENERAL.....	6
LISTA DE TABLAS.....	9
LISTA DE ILUSTRACIONES	10
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN.....	13
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	19
1.4.1. Objetivo general.	19
1.4.2. Objetivos específicos.	19
1.5. JUSTIFICACIÓN	20
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.6.1. Delimitación temporal.....	21
1.6.2. Delimitación poblacional	21
1.6.3. Delimitación temática	21
1.6.4. Delimitación espacial.	21
2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	23
2.1. ANTECEDENTES.....	23
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	27
2.2.1. Emprendimiento social.....	27
2.2.2. Reciclaje.....	27
2.2.3. Normatividad.....	28
2.2.4. Businnes Model Canvas	28
2.2.5. Medio ambiente interno.	28
2.2.6. Medio ambiente externo.	28
2.2.7. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	28

2.2.8.	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	28
2.3.	SISTEMA DE VARIABLES.....	28
2.3.1.	Definición nominal.....	28
2.3.2.	Definición conceptual.....	29
2.3.3.	Definición operacional.....	29
2.4.	HIPOTESIS.....	29
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	31
3.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	33
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	34
3.6.	ANÁLISIS DE DATOS	34
3.6.1.	Matriz de evaluación de Factores Internos.	34
3.6.2.	Matriz de evaluación de Factores Externos.....	36
3.6.3.	Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas.....	37
3.6.4.	Matriz Posición Estratégica y Evaluación de acción	38
3.7.	PROCEDIMIENTO.....	39
3.8.	CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	40
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	41
4.1.	MARCO NORMATIVO.....	41
4.1.1.	Emprendimiento social. Ley N° 2069	41
4.1.2.	Reciclaje. Resolución 1343 del 24 de diciembre del 2020.....	41
4.2.	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RECUPERACIÓN DE MATERIALES RECICLABLES.....	42
4.3.	ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE INTERNO	44
4.3.1.	Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	44
4.3.2.	Matriz de evaluación de factores internos (EFI) futura y recomendaciones.....	45
4.4.	ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE EXTERNO.....	47
4.4.1.	Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas.....	47
4.4.2.	Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	48
4.5.	ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR	50

4.5.1. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA).	50
4.6. PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.....	52
4.7. PRODUCTOS.....	54
5. CONCLUSIONES.....	55
6. RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58
ANEXOS	62
Anexo I	62
Anexo II	63

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Definición Operacional	29
Tabla 2. Factores que influyen en la recuperación de materiales reciclables.	42
Tabla 3. Matriz de evaluación de factores internos (EFI)	44
Tabla 4. Matriz de evaluación de factores internos (EFI) futura	45
Tabla 5. Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas	47
Tabla 6. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)	48
Tabla 7. Calificación de los ejes de la Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA)	50
Tabla 8. Calculo de los ejes de la Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA)	50
Tabla 9. Propuesta de Emprendimiento Social. Business Model Canvas.....	52
Tabla 10. Productos	54

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa del municipio de Chiriguana.....	22
Ilustración 2. Diseño Matriz EFI	35
Ilustración 3. Diseño Matriz EFE.....	36
Ilustración 4. Diseño Matriz evaluación de las Fuerzas Competitivas.....	37
Ilustración 5. Diseño Matriz PEEA	38
Ilustración 6. Diseño Business Model Canvas	39
Ilustración 7. Productos.....	54

Rivera Nobles Sandra Milena. Emprendimiento Social bajo el Modelo Canvas de la empresa S&M Tienda de Empaques. Universidad Popular del Cesar. Programa de Comercio Internacional. Valledupar.2021.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue el desarrollo de una propuesta de emprendimiento social basado en el modelo de negocio Canvas de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES". La investigación es de tipo descriptivo, con diseño de campo, no experimental y transversal, utilizando técnicas de recolección de información con fuentes primarias (entrevista semiestructuradas) de los cuatro colaboradores de la empresa para el análisis interno y externo de esta y fuentes secundarias, para la revisión de información bibliográfica de los factores que afectan la recolección de materiales reciclables y la normatividad vigente relacionada con el emprendimiento social y el reciclaje. Como resultados de la investigación y para la formulación del modelo de negocio de la empresa, se encontró carencia de información relacionada con la legislación específica en Colombia en el marco del emprendimiento social, pero en materia de normatividad sobre el reciclaje es considerable. En cuanto los factores de incidencia del reciclaje en emprendimientos sociales, es indispensable el conocimiento de gestión de los residuos, el apoyo financiero en los procesos, entre otros. En relación, con la situación de la empresa actualmente, se puede determinar fortalezas financieras, innovación en productos reciclables y el impacto social que genera, en cuanto a las debilidades se encuentran los canales de venta, poca tecnología en los procesos de elaboración del producto y la falta de publicidad. De acuerdo a lo mencionado, se traza el lienzo del modelo Canvas en la empresa, este es viable con impactos sociales al generar empleo e inclusión social de los recolectores, brindándoles oportunidades para una mejor calidad de vida y mitigar los impactos que deja la contaminación ambiental

Palabras claves: emprendimiento social, materiales reciclables, modelo de negocio.

Rivera Nobles Sandra Milena. Social Entrepreneurship under the Canvas Model of the company S&M Tienda de Empaques. Popular University of Cesar. International Trade Program. Valledupar. 2021.

ABSTRACT

The objective of this study was the development of a proposal for social entrepreneurship based on the Canvas business model of the company S&M TIENDA DE EMPAQUES". The research is descriptive, with a field design, non-experimental and cross-sectional, using information gathering techniques with primary sources (semi-structured interviews) of the four employees of the company for the internal and external analysis of this and secondary sources, to the review of bibliographic information on the factors that affect the collection of recyclable materials and the current regulations related to social entrepreneurship and recycling. As results of the investigation and for the formulation of the business model of the company, a lack of information related to the specific legislation in Colombia in the framework of social entrepreneurship was found, but in terms of regulations on recycling it is considerable. Regarding the factors of incidence of recycling in social enterprises, knowledge of waste management, financial support in the processes, among others, is essential. In relation to the current situation of the company, it is possible to determine financial strengths, innovation in recyclable products and the social impact that it generates, in terms of weaknesses are the sales channels, little technology in the product development processes and the lack of publicity. According to the aforementioned, the canvas of the Canvas model is drawn in the company, this is viable with social impacts by generating employment and social inclusion of the collectors, offering them opportunities for a better quality of life and mitigating the impacts left by environmental pollution.

Keywords: social entrepreneurship, recyclable materials, business model.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo presenta una propuesta de emprendimiento social basado en el modelo de negocios Canvas de la empresa "S&M TIENDA DE EMPAQUES".

La importancia de esta investigación radica en que el desarrollo de este tipo de proyectos no solo es un antecedente investigativo sobre el emprendimiento social y el reciclaje, sino también en el hecho de que es una fuente de empleo, al tiempo que impacta a la sociedad de manera positiva reduciendo los impactos ambientales de la contaminación por medio del uso de material reciclable como materia prima.

Para el desarrollo de la investigación, en primera medida se presenta el planteamiento del problema, desarrollo de los antecedentes, fundamentación de investigación especificando su formulación y sistematización del objeto de estudio, su metodología catalogando el estudio como cualitativo, descriptivo, no experimental, de campo y transversal.

Posteriormente, se realiza una investigación bibliográfica sobre la normatividad vigente del emprendimiento social y reciclaje; además se determinan los factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables.

Seguidamente, se aplicó una entrevista a los cuatro trabajadores de la empresa "S&M TIENDA DE EMPAQUES", que son: Administradora: Sandra Milena Rivera Nobles; Ebanista: Mario Galavis; Compras y auxiliar de ebanistería: Alberto Rivera Martínez; y Auxiliar de ebanistería: Esteban García.

Seguidamente, se realiza un análisis interno y externo de la empresa estudio por medio de la Matriz de evaluación de Factores internos, Matriz de evaluación de Factores Externos, Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas y Matriz Posicionamiento Estratégico y Evaluación de Acción.

Posteriormente, utilizando todos los resultados obtenidos anteriormente se plantea una propuesta de emprendimiento social por medio del Business Model Canvas.

Finalmente se puede concluir cuales son las estrategias y condiciones ideales de una propuesta de emprendimiento social, basado en S&M TIENDA DE EMPAQUES”, todo esto enmarcada en la línea de investigación Estrategias Empresariales del grupo de investigación FACE.

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

En el presente apartado, se incluyen el planteamiento del problema, su formulación, los objetivos a alcanzar, propósito y delimitación de la investigación.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El emprendimiento social es un tipo específico de emprendimiento, que busca soluciones a problemas sociales mediante la construcción, evaluación y consecución de oportunidades que permitan generar valor social definido en cualquier campo del desarrollo humano (Guzmán & Trujillo, 2008).

De igual manera María Lucia Roa, citada por (Bargsted, 2013), determinó que el emprendimiento social alude al tercer sector, organizaciones sociales que se profesionalizan, que pueden tener o no ánimo de lucro y que trabajan por un objetivo social definido en cualquier campo del desarrollo humano.

S&M TIENDA DE EMPAQUES nace como una propuesta de emprendimiento familiar en el mes de marzo del año 2020, dedicada a la producción de artículos artesanales, decorativos y personalizados como son: mesas, cajas, portarretratos, elaborados con materiales reciclados (madera, cartón), con el propósito de generar ingresos en medio de la situación sanitaria y económica debido al COVID-19 en Colombia y el mundo.

S&M TIENDA DE EMPAQUES, desarrolla un proceso integral que permite recuperar residuos que pierden el fin para el cual fueron creados, y que, como producto de su recuperación, se vuelven a reutilizar o transformar, para ingresar al ciclo económico del que inicialmente ha salido. Se dice que es un proceso integral en cuanto a que vincula de una forma dinámica o pasiva, a los diferentes actores sociales y económicos en la búsqueda de mejorar las condiciones ambientales, económicas y sociales de una región específica (Vanegas et al., 2011).

En el mes de diciembre del año 2020 con la participación en la convocatoria realizada por la multinacional Drummond LTD, en asocio con el MIDE (Modelo de Incubación y Desarrollo Empresarial) y la Universidad del Área Andina, S&M TIENDA DE EMPAQUES fue seleccionada para iniciar el modelo de incubación y desarrollo empresarial, dentro del proyecto MIDE. Bajo esta clasificación, la empresa recibirá maquinaria, materias primas e insumos y capacitación en temas administrativos, contables, manejo de la TICS, finanzas personales, marketing y asesoramiento sobre la forma correcta de legalizar la empresa ante la Cámara de Comercio para fortalecer la empresa, la cual proyecta generar aproximadamente 10 empleos, entre los meses abril - junio del 2021.

De igual manera, la empresa se encuentra en negociación con la multinacional Drummond LTD, para que el material desechado por ellos (madera reciclada) sea entregado a S&M TIENDA DE EMPAQUES, para la elaboración de los productos. De esa forma, la multinacional cumple con apoyo a la comunidad y sus metas de responsabilidad con el medio ambiente, en cumplimiento con la legislación colombiana y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

A través de los ODS (Objetivos de Desarrollo sostenible) aprobados por la asamblea General de las Naciones Unidas, los países diseñaron diversas estrategias para la implementación de los mismos, es así como para el año 2015, Colombia acordó La Agenda de Desarrollo 2030, que es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad y que cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Dentro de estos objetivos se destacan Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos; lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles; Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles; proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica (ONU, s.f.).

Para el caso de Chiriguaná, la localidad donde se encuentra la empresa, no existe mucha responsabilidad social sobre la necesidad de preservar al máximo los artículos recuperables y proceder a su separación en la fuente, hasta ahora se está manejando el concepto de reutilizar los residuos sólidos, excluyendo los materiales orgánicos, que no hacen parte de lo que se puede reciclar. Además de que los recicladores se encuentran en unas condiciones económicas y sociales que limitan con la indigencia, pues su figura no es tratada con la importancia del papel que desempeñan.

Adicionalmente, se presentan problemas como desconocimiento de leyes y normas ambientales por parte de la comunidad, disposición inadecuada de los residuos sólidos en zonas no apropiadas, falta de educación y conciencia ambiental y disposición inadecuada de los residuos sólidos municipales (Caamaño, 2020).

Por otro lado, el gremio de los emprendedores se ha caracterizado por estar constantemente desunido y desvinculado de cualquier propuesta organizativa, esta característica ha impedido hacer propuestas reales de emprendimiento social; además de presentarse falta de oportunidades y empleabilidad en la comunidad chiriguanera.

De igual manera, se evidencia una economía informal bien marcada en el municipio de Chiriguaná. Según el DANE en el Censo de Población 2018 muestra que el trabajo informal en este municipio es del 87.4% constituyendo un problema para alcanzar mayores logros en desarrollo social y económico, pues el índice de informalidad en el país es de 47.3% (DANE 2018) indicando que este fenómeno se encuentra 40.1 puntos por encima de la media (Caamaño, 2020). Actualmente, la estructura empresarial registrada y formalizada del municipio son 209 unidades productivas (Informa Colombia, 2019), especialmente las empresas asociativas que representa el 33% de la masa productiva.

El problema de informalidad en el municipio se ve agravado por el hecho de la falta de capacitación en temas de emprendimiento, generación de empresas y la baja

oferta de formación técnica y profesional, además de que el empleo formal actual se encuentra concentrado principalmente en empresas mineras, el hospital Regional San Andrés, la Alcaldía Municipal, y las empresas ligadas a los servicios financieros. Así mismo, cabe resaltar que para marzo de 2020 el nivel de desempleo era del 19% (Caamaño, 2020).

Así mismo, la unidad de servicios públicos de Chiriguaná presta el servicio de recolección de los residuos sólidos, realizada por medio de camiones recolectores, y dispuestos en un sitio de disposición final “botadero de basura a cielo abierto”, lo que además de acarrear sanciones, provoca una disposición final anti técnica de los residuos. Es por ello, que el municipio busca alternativas para disminuir el volumen de disposición final, buscando un alto aprovechamiento de los residuos reutilizables y los de uso agropecuario (Caamaño, 2020).

De continuar de bajo estas condiciones, además de presentarse un estancamiento a nivel económico y social en el municipio, se seguirá presentando una problemática ambiental en relación a disposición de los residuos sólidos, lo que en conjunto no permitiría cumplir con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda de Desarrollo 2030.

Es por eso que a través del siguiente trabajo se pretende formular una propuesta de emprendimiento social a partir de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES” bajo la utilización del Modelo Canvas que de acuerdo a Osterwalder & Pingneur (2015) permite definir de manera simple las cuatro áreas más importantes de una empresa como lo son los clientes, la oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones, facilitando la construcción de la propuesta de valor que en este caso brindará soluciones a las diferentes problemáticas sociales, económicas y ambientales que viene presentando el municipio.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con la problemática expuesta, se plantea el siguiente interrogante:

¿Cuál sería la propuesta de emprendimiento social bajo el modelo de negocios Canvas de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES” ubicada en el municipio de Chiriguaná?

1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la normatividad vigente en materia de reciclaje y emprendimiento social en Colombia?

¿Cuáles son los factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables y su relación con el emprendimiento social?

¿Cuál es la situación actual del medio ambiente interno y externo de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”?

¿Cómo es el modelo de negocio bajo la metodología de Canvas para la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1. Objetivo general.

Elaborar una propuesta de emprendimiento social bajo el Modelo de negocios Canvas de la empresa “**S&M TIENDA DE EMPAQUES**” ubicada en el municipio de Chiriguaná.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar la normatividad vigente en materia de reciclaje y emprendimiento social en Colombia.
- Analizar los factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables y su relación con el emprendimiento social.

- Realizar un análisis del medio ambiente interno y externo de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”.
- Diseñar el Business Model Canvas a la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES” ubicada en el municipio de Chiriguaná.

1.5. JUSTIFICACIÓN

Establecido el problema fundamental, a continuación, se relacionan los factores que justifican la realización de un trabajo de investigación que dé cuenta de las posibilidades para un emprendimiento social en el municipio de Chiriguaná.

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación aporta interpretaciones y conocimientos relacionados al emprendimiento social y reciclaje, procedentes de referencias bibliográficas sobre la temática. Así mismo, presenta estrategias para la realización de una propuesta de emprendimiento social.

Además, se fundamenta desde el punto de vista metodológico, como un antecedente para estudios futuros donde se aborde la temática del emprendimiento social, al tiempo que basados en el Business Model Canvas permite elaborar una propuesta de emprendimiento social basado en el reciclaje como propuesta de valor.

En cuanto a la justificación práctica, este estudio propondrá una propuesta de emprendimiento social, analizando todos los factores que se relacionan con está y estableciendo las estrategias necesarias para su desarrollo en pro de ayudar a mitigar los problemas sociales, económicos y ambientales que presenta la localidad en la cual se encuentra ubicada la empresa, generando más de 10 empleos formales.

En el plano social, se justifica ya que actualmente el municipio de Chiriguaná presenta problemáticas de tipo social, al tener a las personas que se dedican al reciclaje en situación casi de indigencia; económico, al presentar un alto índice de informalidad y de concentración en pocas áreas los empleos formales; y ambiental,

al no tener un lugar y manejo adecuado para los residuos sólidos, por lo que el desarrollo de una empresa de este tipo permite además generar empleo, impactar de manera positiva a la comunidad chiriguanera generado una inclusión social de los recicladores y disminuyendo el impacto de la contaminación ambiental a través de la fabricación de productos con material reciclable.

1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. Delimitación temporal. En relación a su temporalidad, la presente investigación se desarrolló en el periodo comprendido entre agosto de 2020 y febrero del 2021.

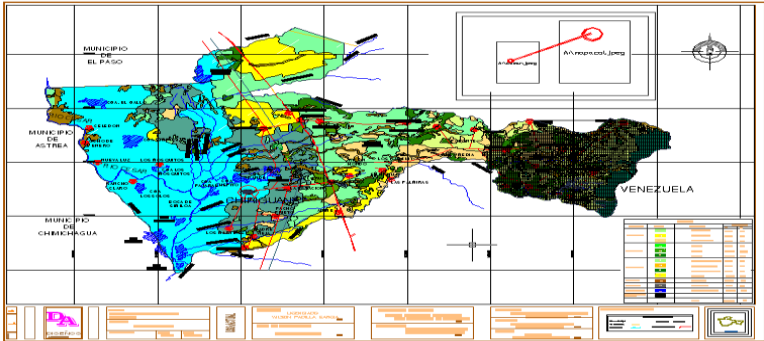
1.6.2. Delimitación poblacional. Chiriguaná, es un municipio de Colombia con 19.650 habitantes en la cabecera municipal y 14.581 habitantes en la zona rural, situada en el departamento del Cesar, al noreste del país.

1.6.3. Delimitación temática. La presente investigación, se encuentra enmarcada en la línea de investigación Estrategias Empresariales.

1.6.4. Delimitación espacial. Desde el punto de vista espacial, la presente investigación realizó en la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES, ubicada en el municipio de Chiriguaná Cesar.

Chiriguaná, limita al norte con el municipio de El Paso, al sur con Curumaní, al este con La Jagua de Ibirico y con Venezuela y al oeste con Chimichagua. Está a 155 kilómetros de Valledupar, la capital departamental. Chiriguaná posee a su alrededor una serie de ciénagas entre las más importantes se encuentra la ciénaga de Zapatosa, el primer complejo cenagoso del país.

Ilustración 1. Mapa del municipio de Chiriguaná



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal (2019)

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Dentro del marco teórico referencial, se describen los antecedentes de la investigación, seguido de las categorías conceptuales y culminando con la definición conceptual y operacional del emprendimiento social, tomando en cuenta las dimensiones e indicadores que la conformaron en el presente estudio.

2.1. ANTECEDENTES

En el trabajo de grado titulado “Formulación de un plan de negocios para la creación de una empresa de reciclaje en Bogotá D.C. Localidades Mártires-Fontibón”, cuyo objetivo era Formular un plan de negocios para la creación de una empresa de reciclaje en la ciudad de Bogotá D.C mediante los estudios de pre factibilidad y la viabilidad, tomando como referencia la zona comercial (UPZ la sabana) localidad de mártires y como zona de localización de la empresa la localidad de Fontibón, se llevaron a cabo los estudios de mercado, técnico, financiero y social y ambiental para lograr la formulación del plan de negocios. Así mismo, por medio de este trabajo, se llegó a la conclusión que una empresa de este tipo es viable ya que el sector en que se encuentra está en progreso; además de que materiales como papel, cartón, vidrio y plástico reciclado en Colombia va en aumento y la competencia es baja pues las empresas que se dedican a la actividad de reciclaje realizando los procesos de almacenamiento y pre-transformación son muy pocas (Córdoba & Mateus, 2017).

De igual manera, con el proyecto de emprendimiento social “BIOPET”, que buscaba proponer un proyecto de emprendimiento social para dar solución a los problemas de reciclaje que presenta Medellín, se llegó a la conclusión que a través del reciclaje se pueden realizar bloques para la construcción de viviendas, lo cual no solo permite minimizar el impacto ambiental que genera la producción de basura sino también permite adquirir viviendas a precios más económicos, lo que ayudaría a mitigar la

necesidad de vivienda que presentan los habitantes de los estratos bajos de la ciudad de Medellín (Zamudio, Ramírez, Londoño, Gil, & Gallego, 2020).

Para el trabajo de grado “El reciclaje de pet, pead, pebd, ps y pp en estibas plásticas como modelo de negocio”, que tenía como objetivo evaluar por medio de herramientas de eco-innovación y eco-eficiencia la viabilidad del reciclaje plástico (PET, PEAD, PEBD, PS Y PP) en la fabricación de estibas plásticas como modelo de negocio, se utilizaron herramientas como “PESTEL”, para realizar el análisis de criterios políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales para aterrizarlos en el contexto del proyecto; Business Model Canvas, para describir y analizar el modelo de negocio y atrapar la manera por la cual agregara valor; “Financial Risk”, para analizar e identificar los posibles riesgos financieros si se llegase a implementar el Proyecto; y “Roadmap”, para establecer en un periodo de tiempo, como se llevara a cabo la ejecución de un proyecto. Finalmente, a partir de los resultados obtenidos consiguió las siguientes conclusiones, el desarrollo de herramientas de eco-eficiencia, eco-diseño y eco-innovación son la base para la construcción de proyectos cuyos objetivos sean los alineados con la necesidad ambiental de la actualidad; el cambio de las tecnologías convencionales a las medioambientales es una etapa compleja que puede toparse con obstáculos financieros como la inversión elevada y escasas de patrocinio; la eco-innovación es una metodología que aparte de estar alineada con los intereses de la globalización; desarrollo y economía, le aporta a la positivamente a la conservación y el emprendimiento de proyectos en pro de la naturaleza; ver la economía y el medio ambiente como uno solo es la primicia para continuar por el camino de la eco – innovación (Gómez, 2017)

Otro proyecto titulado “Emprendimiento social con papel y cartón reciclado sector El Tintal”, que buscaba diseñar un emprendimiento social a partir de la reutilización de papel y cartón en el barrio Tintal, Kennedy, transformando estos recursos en papel, bolsas y tarjetas regalo para ser comercializadas, realizo un estudio de viabilidad a partir de la identificación de las características del entorno en general y la utilización

de la herramienta Design Thinking. Finalmente, a partir de los resultados obtenidos logro estructurar la organización y operación de los materiales reciclables, fijar las estrategias necesarias para lograr la interacción y posicionamiento del proyecto a largo plazo y concluir que es totalmente viable realizar un emprendimiento basados en el reciclaje (Santos, Moreno, Jiménez, Gil, & Montoya, 2020).

El trabajo de grado titulado “Plan de negocio de una empresa de gestión de residuos plásticos, en sabaneta”, cuyo objetivo principal era formular un plan de negocio para la puesta y marcha de la empresa de Reciclaje de Residuos Plásticos (Polipropileno y Polietileno de alta y baja densidad) ubicada en Sabaneta, estuvo dividido en tres fases, la primera, se basó en definir el concepto o de negocio de la empresa naciente a partir del análisis del ambiente competitivo, utilizando referencias bibliográficas e información obtenida por medio de entrevistas empresas e instituciones; la segunda, definió el modelo de negocio de la empresa naciente a partir del análisis de las variables macro ambientales, a partir de referencias bibliográficas; y la tercera, definió el proceso de montaje y puesta en marcha del proyecto a través del desarrollo de un plan de implementación. En último lugar, después de efectuar los diferentes análisis en materia de; mercado, tecnología, administrativo y financiero de la manera más cercana a la realidad y con información secundaria importante y confiable, se concluyó que en la era de hoy con las nuevas tecnologías y materiales de la actualidad muchos residuos ahora pueden ser reutilizados, en el mercado de los residuos plásticos se encontró una gran oportunidad de negocio la cual es muy rentable si se consiguen los proveedores estratégicos quienes estén dispuestos a negociar durante largos periodos de tiempo para así lograr una sostenibilidad que se vea reflejada en los estados financieros (Sierra, 2010).

En el proyecto “Diseño de un plan de negocios para el aprovechamiento de materiales reciclables en el barrio la igualdad II sector, localidad de Kennedy, Bogotá D.C.” para la especialización en gerencia ambiental, cuyo objetivo era diseñar un plan de negocios para el aprovechamiento de materiales reciclables en

el barrio La Igualdad II sector, localidad de Kennedy, Bogotá D.C, a partir de una primera fase de tipo descriptiva, se caracterizaron las condiciones bajo las cuales se encontraba operando la organización, definiendo fortalezas, logros, debilidades, amenazas y en general la plataforma de análisis situacional por medio de encuestas y entrevista. Para una segunda fase de tipo interactivo se formuló el plan de negocios, se determinó la factibilidad económica, financiera, de sostenibilidad social y ambiental de esta iniciativa comercial y se analizó la perspectiva empresarial a mediano y largo plazo. Finalmente, concluyo que un plan de negocios para el aprovechamiento de materiales reciclables puede ser la base para la generación de empleo al tiempo que ayuda a la mitigación del deterioro ambiental y los problemas de salud pública; así mismo, dicho proyecto estableció que los materiales principales para el plan de negocios son el cartón y el papel, ya que son los residuos que se generan en mayor cantidad y los más fáciles en acceso y re ingreso a la cadena de producción (Huertas, 2012).

En último lugar, el trabajo de maestría titulado “Plan de negocio para una empresa dedicada al acopio y comercialización de botellas de plástico PET en Lima Metropolitana”, que tenía como objetivo desarrollar un plan de negocio para una empresa dedicada al acopio y comercialización de botellas de plástico PET en Lima Metropolitana, se realizó un análisis de contexto a partir de la utilización de la herramienta “PESTEL” y “Las 5 fuerzas de Porter”; una investigación de mercados por medio de encuestas (Personas ubicadas entre los 18 – 70 años de edad pertenecientes a Lima Metropolitana y consumidores de productos envasados en botellas de plásticos) y entrevistas a expertos; diseño de servicio y plan estratégico, estableciendo los lineamientos que regirán a la empresa y estrategias y ventajas competitivas, utilizando herramientas como la Matriz EFI y la Matriz EFE; un plan de marketing; un plan de operaciones; un plan de gestión humana; y un plan financiero. Finalmente, se concluyó del diagnóstico realizado en el análisis de entorno y los antecedentes se concluye que el mercado de botellas PET de acopio es principalmente informal en la actualidad según MINAM solo 180 000 personal se

dedican al reciclaje en el Perú; el negocio es viable y atractivo en Lima Metropolitana ya que presenta una rentabilidad operativa 12% en el primer año principalmente por los mayores gastos comerciales para impulsar las estrategias de cobertura a nivel de cada distrito (Chavez, Navarro, Verastegui, & Villa, 2019).

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. Emprendimiento social. De acuerdo con los principales autores sobre emprendimiento social, inicia con (Dees, 1998) lo cual considera como la creación de valor social; agentes de cambio como misión social, entre otros apoyados en la definición de (Austin et al., 2006) como un enfoque innovador, dentro del espectro sin ánimo de lucro, negocios, o sector gubernamental. Posteriormente, (Guzmán & Trujillo, 2008). Considera el emprendimiento social es un tipo específico de emprendimiento, que busca soluciones a problemas sociales mediante la construcción, evaluación y consecución de oportunidades que permitan generar valor social definido en cualquier campo del desarrollo humano.

Las últimas definiciones atribuidas al emprendimiento social son: (Schwab, 2014) aplicación de enfoques prácticos, innovadores y sostenibles que benefician a la sociedad en general, y ponen el énfasis en aquellos que son marginados y pobres. Por otro lado, aquellos agentes de cambio de la sociedad, adores de innovaciones que alteran el statu quo y transforman la sociedad. Mediante la identificación de personas y programas que mejoran la sociedad (Skoll, s.f.).

2.2.2. Reciclaje. Se conoce como reciclaje a cualquier proceso donde materiales de desperdicio son recolectados y transformados en nuevos materiales que pueden ser utilizados o vendidos como nuevos productos o materias primas (Boada, 2003). En ese sentido, (Castells, 2012)) describe el reciclaje como la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya sea total o parcial en la composición definitiva. Por lo tanto, el reciclaje y los residuos, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre

los diferentes flujos de residuos para aprovecharse, desde el mismo uso hasta otra aplicación.

2.2.3. Normatividad. Conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad (Real Academia Española, s.f.).

2.2.4. Business Model Canvas. El modelo de negocios Canvas es una herramienta creada por Alexander Osterwalder, donde describe la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor a través de 9 módulos, según como lo cito (Castro, 2017). Su principal objetivo es respaldar el desarrollo de un modelo de negocio preciso y estable, para ofrecer las respuestas correctas a las necesidades comerciales de la empresa.

2.2.5. Medio ambiente interno. El ambiente interno de una organización está conformado por todos los elementos o fuerzas internas que influyen en ella (ESAN, 2016).

2.2.6. Medio ambiente externo. El ambiente externo de una organización son las fuerzas e instituciones fuera de esta que hasta cierto punto pueden llegar a modificar e influir en el crecimiento y desempeño de la empresa (TecNM, s.f.).

2.2.7. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI). La matriz de evaluación de factores internos consiste en listar las fortalezas y debilidades de la empresa y establecer la importancia relativa de cada una para el desempeño de esta (Veintimilla & Veintimilla, 2014).

2.2.8. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE). De acuerdo con Metzger & Donaire, citado por (Veintimilla & Veintimilla, 2014), la matriz de evaluación de factores externos consiste en listar oportunidades y amenazas del entorno y establecer la importancia de cada una para el desempeño de la empresa, asignándole un peso a cada factor. Es una herramienta que permite determinar la posición estratégica externa.

2.3. SISTEMA DE VARIABLES

2.3.1. Definición nominal. Emprendimiento social

2.3.2. Definición conceptual. El emprendimiento social es un tipo específico de emprendimiento, que busca soluciones a problemas sociales mediante la construcción, evaluación y consecución de oportunidades que permitan generar valor social definido en cualquier campo del desarrollo humano (Guzmán & Trujillo, 2008).

2.3.3. Definición operacional.

Tabla 1. Definición Operacional

Objetivo General: Elaborar una propuesta de emprendimiento social bajo el Modelo de negocios Canvas de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES” ubicada en el municipio de Chiriguaná.		
Objetivos específicos	Dimensiones	Indicadores
Identificar la normatividad vigente en materia de reciclaje y emprendimiento social en Colombia.	Normatividad vigente	Legalidad nacional Marco legal regulatorio de emprendimiento, reciclaje y demás
Analizar los factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables y su relación con el emprendimiento social.	Factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables	Generación y separación Recolección, Transferencia y Transporte Tratamiento Disposición Final Reciclaje.
Realizar un análisis del medio ambiente interno y externo de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”.	Medio ambiente interno y externo	Análisis Interno (MEFI) Análisis Externo (MEFE)
Diseñar el Business Model Canvas a la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES” ubicada en el municipio de Chiriguaná.		Este resultado se logrará a partir de los resultados de la investigación. Modelo Canvas para la propuesta de modelo de emprendimiento social.

Fuente: Elaboración propia (2021)

2.4. HIPOTESIS

- Existe una normatividad en materia de reciclaje y emprendimiento social en Colombia.
- Existen factores que inciden en la recuperación de materiales reciclables y su relación con el emprendimiento social.

- Realizar el análisis interno y externo de una empresa permite determinar las estrategias empresariales.
- El modelo de negocios Canvas es apropiado para determinar una propuesta de emprendimiento social.

3. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo, se describe el enfoque, tipo y diseño de la investigación, continuando con la población y el cálculo de la muestra. Asimismo, se detallan los instrumentos de recolección de datos y la técnica de análisis de los datos, seguido del procedimiento de la investigación y las consideraciones éticas.

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Los métodos mixtos son una vía adicional a los enfoques cuantitativo y cualitativo de la investigación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

De acuerdo con lo anterior, la presente investigación es de enfoque mixto porque busca recolectar y analizar información numérica y no numérica. Es decir, se busca establecer una propuesta de emprendimiento social basada en una empresa de empaques terminados con material reciclable.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los estudios de tipo descriptivo son aquellos que buscan especificar las características y propiedades importantes de un fenómeno o sujeto de investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Para el caso de (Niño, 2011), se refiere a investigación de tipo descriptiva cuando esta se dedica a comprobar alguna hipótesis, corroborar algún enunciado o esclarecer alguna verdad por medio de la descripción de un aspecto, clase, categorías, o relaciones que tiene el o los objetos de estudio. Por lo tanto, este proyecto clasifica como de tipo descriptivo debido a

que busca interpretar la realidad de los hechos, al identificar y describir las características y componentes fundamentales asociadas al emprendimiento social a partir del análisis de la normatividad, los factores que influyen en recuperación de materiales reciclables y del medio interno y externo de la empresa, elaborar una propuesta bajo el Modelo de Negocios Canvas para la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”, ubicada en el municipio de Chiriguana

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación corresponde “a la estructura de la investigación, a la forma en cómo la investigación va a ser realizada, a la manera en cómo la indagación de las evidencias es concebida, a fin de obtener respuestas a las interrogantes planteadas” (Hurtado, 2010). En tal sentido, la presente investigación es no experimental, de campo y transversal.

Una investigación no es experimental, es aquella en la que no se manipulan las variables de una investigación, es decir, se trata de buscar los efectos que causa una situación intencional sobre los elementos puestos a prueba, (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), por lo tanto al no buscar modificar ninguna variable que afecte la situación tanto interna como externa de la empresa, sino estudiar la posición actual para elaborar una propuesta de emprendimiento social, la presente investigación se puede clasificar como no experimental.

Al respecto, (Arias, 2006) define los estudios de campo como “aquellos que recolectan los datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos, tratándose de datos primarios”. En este estudio, se obtuvieron datos relacionados el emprendimiento social en la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”, directamente de la fuente primaria que los posee, es decir, con los colaboradores de la unidad productiva, lo cual permitió establecer una interacción entre los objetivos propuestos y la realidad en el estudio de campo.

Por otro lado, (Munch & Angeles, 2007) plantean además que un diseño no experimental transversal es aquel en el que la investigación se realiza sobre un momento específico y dado. De acuerdo con lo anterior, el presente trabajo es no experimental transversal, puesto que se busca analizar únicamente la situación actual de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Por otra parte, (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) asumen a la población como “el subconjunto del universo que concuerdan con determinadas especificaciones o características comunes”. Además, estos autores explican que la población de la investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) debe situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y tiempo conllevando a su adecuada delimitación. Los criterios que cada investigador cumpla para delimitarla, dependerán de sus objetivos de estudio.

Siguiendo con lo anteriormente expuesto, en la presente investigación el universo de estudio estuvo conformado por los cuatro trabajadores de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”, que son: Administradora: Sandra Milena Rivera Nobles; Ebanista: Mario Galavis; Compras y auxiliar de ebanistería: Alberto Rivera Martínez; y Auxiliar de ebanistería: Esteban García

Una muestra, es “una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población, seleccionados de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso” (López & Fachelli, 2015).

Para la presente investigación se toma como muestra la totalidad de la población, es decir los cuatro trabajadores con los que cuenta la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El primer y segundo objetivo se desarrolló a partir de la obtención de información secundaria, por medio de revisiones bibliográficas, técnica que se basa en fichas bibliográficas con la finalidad de analizar material impreso (Hernández, Hernández, & Baptista, 2014), a través de este así se logró analizar los aspectos relacionados sobre la normatividad del emprendimiento social y los factores del reciclaje.

Para el tercer objetivo y atendiendo lo aconsejado por los autores Palella & Martins (2012) quienes recomiendan aplicar la técnica de la entrevista cuando la población o universo es pequeño y manejable, para la presente investigación fue seleccionada la entrevista como técnica de recolección de datos. Esta técnica de acuerdo a Bernal (2010) se orienta a establecer un contacto directo con aquellas personas que se consideren fuente de información y permite recopilar gran cantidad de aspectos importantes para el desarrollo de la investigación.

El instrumento utilizado para la técnica de entrevista, fue la guía de entrevista semiestructurada, la cual consiste en un listado de preguntas con relativo grado de flexibilidad tanto en el formato como en el orden (Bernal, 2010), en este instrumento las preguntas fueron distribuidas en una primera parte conformadas por cinco (5) interrogantes, para el caso de la personas que está en el cargo de Gerente de la empresa el guion de la entrevista se conformó por 14 preguntas abiertas y cerradas las cuales siguen un orden secuencial.

3.6. ANÁLISIS DE DATOS

En este estudio los datos fueron evaluados utilizando las siguientes matrices:

3.6.1. Matriz de evaluación de Factores Internos.

- a) Se enumerarán los factores internos clave identificados en el proceso de evaluación de la organización, incluyendo tanto fortalezas como debilidades.
- b) Se le asigna a cada factor una ponderación que varíe de 0,00 (sin importancia) a 1,00 (muy importante). El valor indica la importancia relativa del factor para tener

éxito en el sector económico. Los factores que producen los mayores efectos deben recibir los valores más altos. La suma de todos los valores asignados a los factores debe ser igual a 1,00. La asignación del valor es para el sector económico.

c) Se le asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor para indicar si representa una debilidad mayor (calificación 1), una debilidad menor (calificación 2), una fortaleza menor (calificación 3) o fortaleza mayor (calificación 4). La calificación es para la empresa.

d) Se Multiplica el valor de cada factor por su calificación para determinar un valor ponderado.

e) Se Suman los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa.

f) Nota: Puntajes por debajo de 2,5 caracterizan empresas débiles internamente, mientras que puntajes superiores al promedio indican una posición sólida.

Ilustración 2. Diseño Matriz EFI

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)			
ORGANIZACIÓN A ANALIZAR :			
FECHA :			
PERSONAS QUE REALIZAN EL ANÁLISIS :			
Matriz EFI	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
Fortalezas Internas			
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
Debilidades Internas			
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
TOTAL	0,00		0,00

Fuente: Botero (2019)

3.6.2. Matriz de evaluación de Factores Externos.

a) Se elabora una lista de los factores externos que se identificaron en el análisis del entorno, tanto oportunidades como amenazas, que afecten a la empresa y a su sector.

b) Se asigna a cada factor un valor que varíe de 0,00 (sin importancia) a 1,00 (muy importante). El valor indica la importancia relativa del factor para tener éxito en el sector económico. Si las amenazas son demasiado adversas recibirán valores muy altos. La suma de todos los valores asignados a los factores debe ser igual a 1,00.

c) Se Asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor externo clave, para indicar con cuánta eficacia responden las estrategias actuales de la empresa a dicho factor. 4 corresponde a la respuesta excelente, 3 a la respuesta por encima del promedio, 2 a la respuesta de nivel promedio y 1 a la respuesta deficiente.

d) Multiplique el valor de cada factor por su calificación para determinar un valor ponderado.

e) Sume los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa.

Ilustración 3. Diseño Matriz EFE

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)			
ORGANIZACIÓN A ANALIZAR :			
FECHA :			
EQUIPO QUE REALIZA EL ANÁLISIS :			
Matriz EFE	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
Oportunidades			
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
Amenazas			
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
TOTAL	0,00		0,00

Fuente: Botero (2019)

3.6.3. Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas.

- Se enumerarán los factores clave identificados en cada una de las fuerzas durante el proceso de evaluación de la organización.
- Se le asigna a cada factor una ponderación que varíe de 0,00 (sin importancia) a 1,00 (muy importante). Los factores que producen los mayores efectos deben recibir los valores más altos. La suma de todos los valores asignados a los factores debe ser igual a 1,00.
- Se le asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor para indicar el nivel de influencia, deficiente (calificación 1), medio (calificación 2), fuerte (calificación 3) o muy fuerte (calificación 4).
- Se Multiplica el valor de cada factor por su calificación para determinar un valor ponderado.
- Se Suman los valores ponderados de cada variable para determinar el valor ponderado total de la empresa.

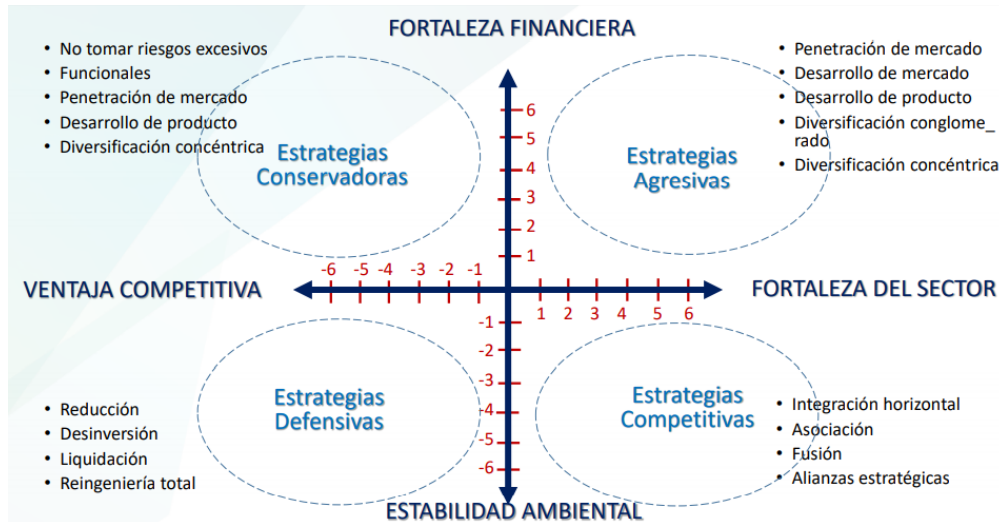
Ilustración 3. Diseño Matriz evaluación de las Fuerzas Competitivas

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS			
ORGANIZACIÓN A ANALIZAR :			
FECHA :			
EQUIPO QUE REALIZA EL ANÁLISIS :			
Poder Negociación de los Proveedores	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
			0,00
			0,00
			0,00
Análisis:			
Poder Negociación de los Clientes	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
			0,00
			0,00
			0,00
Análisis:			
Rivalidad entre Competidores	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
			0,00
			0,00
			0,00
Análisis:			
Amenaza de Nuevos Competidores	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
			0,00
			0,00
			0,00
Análisis:			
Amenaza de Productos Sustitutos	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
			0,00
			0,00
			0,00
Análisis:			

Fuente: Botero (2019)

3.6.4. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de acción

Ilustración 4. Diseño Matriz PEEA



Fuente: Presentación Gerencia Estratégica. Rubén Botero (2019)

a) Se establecen los indicadores a evaluar en cada uno de los factores. Fortaleza financiera (ROE, ROA, Tasa de endeudamiento, Grado de liquidez de la empresa), Ventaja competitiva (Participación en el mercado, Grado de diferenciación, Balance costo/beneficio, Nivel de satisfacción), Fortaleza del sector (Crecimiento de la demanda, ROS, Amenaza de nuevos competidores, Desarrollo de I + D), Estabilidad ambiental (Tasa de inflación y devaluación, Elasticidad de la demanda, Situación política, Tendencias).

b) Se le asigna un valor a cada indicador de acuerdo al aporte que esté realizando al factor. Se califican de 1 a 6 los indicadores de Fortaleza Financiera y Fortaleza del sector y de -1 a -6 los indicadores de Estabilidad ambiental y Ventaja competitiva.

c) Se calcula el valor promedio para cada uno de los indicadores y con estos promedios se realiza el siguiente calculo:

$$x = \overline{FS} + \overline{VC}$$

$$Y = \overline{FF} + \overline{EA}$$

- d) Con los resultados obtenidos en el punto anterior se grafica el vector desde el origen.
- e) El cuadrante donde se encuentre el vector graficado, determina el tipo de estrategias a utilizar (Conservadoras, Agresivas, Defensivas, Competitivas).

Finalmente, para elaborar la propuesta de emprendimiento social se utilizó el modelo Canvas.

Ilustración 5. Diseño Business Model Canvas

Business Model Canvas		Diseñado para:			
		Diseñado por:			
Relaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Mercado meta – Clientes	
	Recursos clave		Canales de distribución		
Estructura de costos			Flujo de ingresos		

3.7. PROCEDIMIENTO

Inicialmente, se realizó una investigación bibliográfica de la normatividad existente sobre el emprendimiento social y el reciclaje, además de determinar los factores que influyen directamente en la recuperación de materiales reciclables.

Luego, se aplicó una entrevista a los cuatro trabajadores de la empresa “S&M TIENDA DE EMPAQUES”, que son: Administradora: Sandra Milena Rivera Nobles; Ebanista: Mario Galavis; Compras y auxiliar de ebanistería: Alberto Rivera Martínez; y Auxiliar de ebanistería: Esteban García.

Posteriormente, se realizó un análisis de la situación interna por medio de la matriz de evaluación de factores internos (EFI), y un análisis de la situación externa del sector a partir de las Matrices de evaluación de la Fuerzas Competitivas y de Factores externos (EFE), para lograr determinar las estrategias apropiadas para la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES.

Finalmente, con los resultados obtenidos se realizó una propuesta de emprendimiento social, basados en la experiencia de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES por medio del Business Model Canvas.

3.8. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La información que se encuentra en este trabajo de investigación, cumple con los principios éticos básicos beneficencia, justicia, autonomía y no maleficencia, garantizando a los participantes del proyecto el uso de datos y confidencialidad en lo referente a propiedad intelectual.

4. ANALISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se encuentra el desarrollo de los objetivos específicos de la investigación:

4.1. MARCO NORMATIVO

4.1.1. Emprendimiento social. Ley N° 2069 de 31 de diciembre del 2020, Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia:

ARTÍCULO 1. OBJETO. La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región.

4.1.2. Reciclaje. Resolución 1343 del 24 de diciembre del 2020, por medio de la cual se dictaminan medidas transitorias y excepcionales relativas a la recolección y gestión de residuos del año 2020 de los Sistemas de recolección selectiva y gestión ambiental de residuos y de los Planes de gestión de devolución de productos pos consumo en el marco de las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional con ocasión del Estado de emergencia económica, social y ecológica y la Emergencia sanitaria declarada en todo el territorio nacional a cauda de la pandemia COVID-19.

Resolución 1407 del 26 de julio del 2018, Por la cual se reglamenta la gestión ambiental de los residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio, metal y se toman otras determinaciones:

ARTÍCULO 1. OBJETO. La presente resolución tiene por objeto reglamentar la gestión ambiental de residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal.

De conformidad con este objetivo, se establece a los productores la obligación de formular, implementar y mantener actualizado un Plan de Gestión Ambiental de Residuos de Envases y Empaques, que fomente el aprovechamiento.

Decreto 1077 del 2015, Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio:

Sección 3. Gestión integral de los residuos sólidos

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. Capítulo VII. Sistema de aprovechamiento de residuos sólidos.

4.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RECUPERACIÓN DE MATERIALES RECICLABLES.

De acuerdo con (Abarca-Guerrero, Maas, & Hogland, 2015), algunos de los factores que influyen en la recuperación de materiales reciclables son los siguientes:

Tabla 2. Factores que influyen en la recuperación de materiales reciclables.

Rendimiento del Sistema de Gestión de Residuos		Respuesta
Generación y Separación	Tamaño de familia	Mediana
	Nivel de Educación	Técnicos
	Comité comunitarios y apoyos a emprendimiento	Miembro activo de la fundación feria de emprendimiento de Chiriguaná, apoyos a emprendimiento por parte de la empresa Drummond el cual S& M tienda de empaques esta seleccionado por dicha empresa para recibir maquinaria de calidad para la transformación de los productos.
	Tarifa pagada por el reciclaje	5.000 por estiba de madera 2.000 por kilo de Cartón

Fuente: Elaboración Propia (2021). Basado en (Abarca-Guerrero, Maas, & Hogland, 2015)

Tabla 2. (Continuación)

Recolección, Transferencia y Transporte	Horario de recolección	Mañana y tarde
	Facilidad de Transporte	Vehículo propio para el transporte del material
Tratamiento	Infraestructura adecuada	Si, en proceso de ampliación.
	Conocimiento de gestión residuos localmente	La actividad de la empresa permite el aprovechamiento al máximo del material reciclado desde que son recuperados para su reaprovechamiento ya que con el mínimo material lo transformamos y reincorporamos al ciclo económico en un producto útil a la sociedad.
Reciclaje	Organización sector informal	Actualmente se trabaja en conjunto con la Secretaria de Agricultura y desarrollo económico del municipio de Chiriguaná, para formalizar nuestro negocio al igual que muchos emprendimientos que se encuentran en la informalidad esto en asocio con la Cámara de Comercio de Valledupar.
	Fomento al mercado de reciclaje	Positivamente, La empresa contribuye a reciclar e incentiva a las familias a que lo hagan para contribuir con el medio ambiente, realizando una adecuada separación de los residuos.
	Conocimiento de las campañas recicladoras	En el municipio se realizan campañas con los diferentes entes, escuelas, hogares infantiles, alcaldía, y con la comunidad en general.
	Apoyo Financiero para el reciclaje	No se registra.
	Recolectores de residuos o negocios de reciclaje	Hay varias personas dedicadas a la recolección de material reciclado
	Existencia de centro de compra y venta	Si en el municipio de Chiriguaná existe una empresa dedicada a la compra y venta de material reciclado.
	Distancia sitios de reciclaje	cercanos al punto de fabricación
	Presencia de tecnología en reciclaje	no hay

4.3. ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE INTERNO

4.3.1. Matriz de evaluación de factores internos (EFI).

Tabla 3. Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)			
ORGANIZACIÓN POR ANALIZAR:		S&M TIENDA DE EMPAQUES	
Matriz EFI	Ponderación	Calificación	Resultado ponderado
Fortalezas Internas			
Productos artesanales, variados y de excelente calidad	0.15	4	0.60
Tiempos de entrega óptimos a los clientes	0.10	3	0.30
Inclusión social (recicladores)	0.10	4	0.40
Uso de materiales reciclados para la fabricación de los productos	0.20	4	0.80
Debilidades Internas			
Poca infraestructura tecnológica en los procesos.	0.10	1	0.10
Poca inversión en publicidad	0.10	1	0.10
Carencia de manejo de stock de los productos	0.10	1	0.10
Poco conocimientos del producto por parte del cliente	0.15	1	0.15
TOTAL	1		2.55
<p>Análisis: La empresa presenta características que muestran un potencial de competitividad, por ser una idea innovadora al utilizar materiales reciclables para la fabricación de sus productos y generar una inclusión social al trabajar con los recicladores del municipio donde se encuentra localizada, además de ofrecer productos artesanales, con una amplia variedad y excelente calidad. Sin embargo, internamente tiene dificultades significativas que le restan competitividad, como lo es la poca publicidad que presenta la empresa, y que se refleja en el poco conocimiento del producto por parte del cliente.</p>			

Fuente: Elaboración Propia (2021)

4.3.2. Matriz de evaluación de factores internos (EFI) futura y recomendaciones.

Tabla 4. Matriz de evaluación de factores internos (EFI) futura

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI) FUTURA Y RECOMENDACIONES				
ORGANIZACIÓN POR ANALIZAR:	S&M TIENDA DE EMPAQUES			
Matriz EFI futura	Calificación futura	Resultado ponderado futuro	Cambio resultado ponderado	Recomendación
Fortalezas Internas				
Productos artesanales, variados y de excelente calidad	4	0.60	0.00	Mantener las características que actualmente presentan los productos, al tiempo en que se van adecuando a las exigencias del mercado.
Tiempos de entrega óptimos a los clientes	4	0.40	0.10	Realizar un estudio del proceso necesario para que el producto llegue a manos del cliente, para lograr de esta manera identificar los puntos donde existen falencias y poder tomar las medidas necesarias para optimizar los tiempos.
Inclusión social (recicladores)	4	0.40	0.00	Realizar campañas que permitan generar más conciencia del reciclaje y de la labor que desempeñan los recicladores.
Uso de materiales reciclados para la fabricación de los productos	4	0.80	0.00	Seguir fomentando el uso de materiales reciclables como materia prima para la elaboración de nuevos productos.

Tabla 4. (Continuación)

Debilidades Internas				
Poca infraestructura tecnológica en los procesos.	3	0.30	0.20	Realizar inversiones periódicas en la tecnología utilizada para los procesos de la empresa.
Poca inversión en publicidad	3	0.30	0.20	Asignar un rubro fijo para la publicidad de la empresa, con el fin de garantizar una comunicación asertiva con los clientes.
Carencia de manejo de stock de los productos	3	0.30	0.20	Basados en el histórico de ventas, determinar cuáles son las cantidades óptimas que se deben mantener en stock de cada uno de los productos.
Poco conocimientos del producto por parte del cliente	3	0.45	0.30	Realizar una mejor comunicación del producto y sus características.
TOTAL		3.85	1.4	
Análisis: De acuerdo con la tabla anterior, se puede analizar que se debe enfocar el esfuerzo por lograr una comunicación asertiva del producto, para obtener un mejor posicionamiento en el mercado, de igual manera, se debe mejorar los tiempos de entrega para los clientes y generar un stock adecuado para satisfacer la demanda de manera oportuna y sin generar descontento en el público objetivo. Mejorar estos factores, contribuirían a hacer crecer internamente la empresa y, por ende, a competir y permanecer en el mercado.				

Fuente: Elaboración propia (2021)

4.4. ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE EXTERNO

4.4.1. Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas.

Tabla 5. Matriz de evaluación de las Fuerzas Competitivas

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS			
ORGANIZACIÓN POR ANALIZAR:	S&M TIENDA DE EMPAQUES		
Poder de Negociación de los Proveedores	Valor	Calificación	Resultado ponderado
Son pocos los proveedores que se tienen para la obtención de la materia prima (materiales reciclables) de los productos.	0.25	3	0.75
No existen en el mercado un sustituto de la materia prima (materiales reciclables) utilizada para la fabricación de los productos.	0.30	4	1.20
Los proveedores de la materia prima para los productos no presentan una amenaza de integración hacia adelante.	0.20	1	0.20
La mayor parte de las compras de materia prima es realizada a un mismo proveedor.	0.25	4	1.00
TOTAL	1		3.15
Análisis: El sector posee alto poder negociador de los proveedores porque la cantidad de estos en el mercado es baja, además de que la materia prima utilizada para la fabricación no posee sustitutos.			
Poder de Negociación de los Clientes	Valor	Calificación	Resultado ponderado
Las compras que realizan los clientes generalmente son al detal.	0.15	2	0.30
El cambio de proveedor no representa para el cliente una diferencia significativa en el costo.	0.30	3	0.90
No existe riesgo de integración hacia atrás porque llega al consumidor final.	0.25	1	0.25
Existe una gran variedad de empresas que comercializan este tipo de productos.	0.30	3	0.90
TOTAL	1		2.35
Análisis: El poder de negociación de los clientes es bajo, principalmente porque las compras realizadas por los consumidores son pequeñas en cuanto individualidad se refiere, el vender al consumidor final directamente disminuye drásticamente este poder, además de no existir un riesgo de integración hacia atrás. Sin embargo, es necesario tener presente que existe una gran competencia y el cambio del proveedor no representa un costo significativo para el cliente, por ello es necesario plantear estrategias para mantener el mercado ganado.			

Tabla 5. (Continuación)

Rivalidad interna del sector	Valor	Calificación	Resultado ponderado
Existen muchos competidores dentro del mercado que logran fragmentarlo.	0.4	3	1.20
Los productos ofrecidos están poco diferenciados	0.4	4	1.60
Los clientes son muy volátiles.	0.2	2	0.40
TOTAL	1		3.20
Análisis: Dentro del sector hay una rivalidad considerable, debido a que existen varias empresas que ofrecen los mismos productos y no están significativamente diferenciado, además de que los clientes son muy volátiles.			
Amenaza de nuevos competidores	Valor	Calificación	Resultado ponderado
El sector en que se encuentra la empresa no hace parte de una economía de escala.	0.20	1	0.20
Los productos que maneja S&M TIENDA DE EMPAQUES están poco diferenciados, sin embargo, el sector no posee en general una alta diferenciación.	0.40	4	1.60
El sector presenta costos muy competitivos.	0.40	3	1.20
TOTAL	1		3.00
Análisis: La amenaza de nuevos competidores que presenta el sector es baja debido a que existen gran competencia dentro del mercado que tienen sus productos altamente diferenciados, además de que presenta costos muy competitivos y la inversión necesaria para entrar al sector no es alta.			
Amenaza de nuevos sustitutos	Valor	Calificación	Resultado ponderado
TOTAL	0		0
Análisis: Actualmente no existen productos sustitutos que pongan el riesgo el sector.			

Fuente: Elaboración propia (2021)

4.4.2. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).

Tabla 6. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)			
ORGANIZACIÓN POR ANALIZAR:		S&M TIENDA DE EMPAQUES	
Matriz EFE	Ponderación	Calificación	Resultado ponderado

Tabla 6. (Continuación)

Oportunidades			
Buen aprovechamiento de los canales de ventas.	0.10	3	0.30
Aumento en la demanda del mercado.	0.15	4	0.60
Única empresa en la localidad que utiliza materiales reciclables para la fabricación de los productos.	0.25	4	1.00
Amenazas			
Falta de apoyo e incentivos para las micro, pequeña y mediana empresa en el sector.	0.15	2	0.30
Competencia que cuenta con tecnología avanzada, la cual hace más eficiente el precio del producto.	0.20	2	0.40
Aumento en el costo de la materia prima.	0.15	1	0.15
TOTAL	1		2.75
<p>Análisis: El resultado ponderado obtenido demuestra que la empresa se encuentra aprovechando las oportunidades y enfrentando las amenazas que tiene el sector económico en el que se encuentra de una manera óptima, sin embargo, se pueden implementar estrategias como buscar acuerdos con los proveedores existentes o buscar otros con los que se pueda obtener un menor costo.</p>			

Fuente: Elaboración Propia (2021)

4.5. ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR

4.5.1. Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA).

Tabla 7. Calificación de los ejes de la Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA)

EJES	Calificación
Fortaleza Financiera	15
ROA (Rendimiento del Activo)	5
ROE (Rendimiento sobre el Patrimonio)	5
Grado de liquidez	5
Fortaleza del Sector Económico	13
Crecimiento de la demanda	6
Amenaza de nuevos competidores	3
ROS (Rendimiento sobre las ventas)	4
Estabilidad Ambiental	-9
Tasas de inflación y devaluación	-3
Elasticidad de la demanda	-2
Situación política	-4
Ventaja Competitiva	-7
Participación en el mercado	-3
Grado de diferenciación	-2
Balance costo/beneficio	-1
Nivel de satisfacción	-1

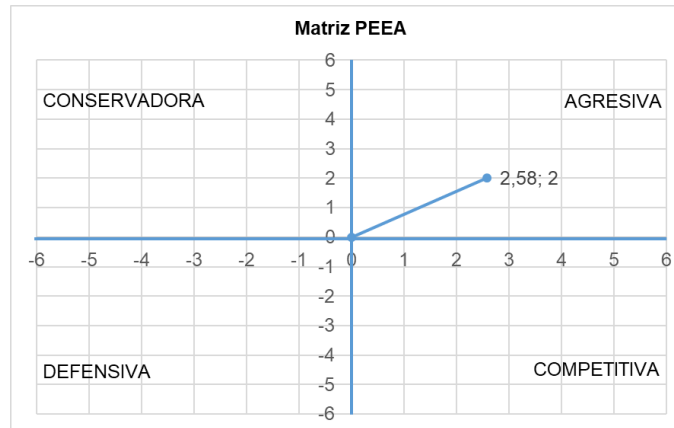
Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla 8. Calculo de los ejes de la Matriz Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA)

EJE	FACTOR	PROMEDIO FACTOR	CALCULO
X	Fortaleza del sector económico	4.33	2.58
	Ventaja competitiva	-1.75	
Y	Fortaleza financiera	5	2
	Estabilidad ambiental	-3	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Gráfica 1. Matriz PEEA



Fuente Elaboración propia (2021)

La empresa está en un sector económico fuerte porque hay un aumento en la demanda y la amenaza de nuevos competidores es baja; además se encuentra en un ambiente relativamente estable donde la elasticidad de la demanda es normal. Finalmente, presenta una ventaja competitiva respecto a los competidores, porque tiene una alta participación en el mercado, una excelente relación costo – beneficio, el nivel de satisfacción de los clientes es alto y dentro de su proceso de fabricación presenta un grado de diferenciación pues los productos están hechos a base de materiales reciclables; y una fortaleza financiera, ya que se está generando más utilidad con los activos que ya se tienen y una mayor rentabilidad en función del patrimonio.

Es por lo anterior que se recomienda a la empresa estrategias agresivas, como penetración del mercado, tratando de conseguir una mayor participación en el mercado para los productos actuales; desarrollo de mercado, introduciendo productos presentes en zonas geográficas diferentes o en segmentos nuevos; desarrollo de productos, mejorando o modificando los productos actuales para mantenerles en el mismo mercado; o realizando diversificación concéntrica, introduciendo productos o servicios nuevos pero relacionados.

4.6. PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Tabla 9. Propuesta de Emprendimiento Social. Business Model Canvas

Business Model Canvas		Diseñado para:	S&M TIENDA DE EMPAQUES		
		Diseñado por:	Sandra Milena Rivera Nobles		
Relaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Mercado meta – Clientes	
<p>Proveedores clave: Chiriguana</p> <p>*Recicladores de la Región</p> <p>*Papelería Chinqui</p> <p>*Ferretería La Manzana</p> <p>*Alberto José Mejía Machado</p> <p>*Eugenio Pérez</p> <p>Socio clave:</p> <p>*Accionistas</p>	<p>Empresa dedicada a la producción de artículos artesanales, decorativos y personalizados como son: mesas, cajas, portarretratos, elaborados con materiales reciclados (madera, cartón).</p>	<p>Características:</p> <p>*Personalización del servicio: Los diseños de los productos están adecuados a las necesidades específicas del cliente.</p> <p>*Gestión del talento humano: El personal estará calificado para acoplar los productos a las necesidades de los clientes.</p> <p>*Responsabilidad y respeto: Uso de materiales reciclables para la fabricación de los productos, obligaciones con la sociedad en los marcos regulatorios, calidad del servicio,</p>	<p>*Estrategia de servicio pre venta: Cotizaciones, dudas, solicitudes y demás, serán atendidas por vía telefónica, email, personal o por medio de las redes sociales bajo todos los estándares de buen trato los para clientes.</p> <p>*Estrategia durante el servicio: Se deberán atender todos los requerimientos por parte del cliente, además de una recepción adecuada de los datos necesarios para el proceso de venta.</p> <p>*La estrategia de servicio post venta: Se atenderán todas las quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones por parte del cliente en el menor tiempo posible.</p>	<p>El mercado meta cuenta con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rango de edades: 15 a 50 años • Disposición a pagar: \$2.700 a \$27.000 • Estrato económico: 1 • Medios de compras: ventas directas 	
	Recursos clave		Canales de distribución		
	Tipos de recursos		Los productos estarán disponibles a través de los siguientes canales:		

*Alcaldía *Recicladores *Jic Eventos *Macs Waffles *Tienda Creativa Pipo *Floristería Ina *Detalles Mi Kaleb *Variedades Lefred	Físicos: Local propio, moto, carro, maquinaria y equipos Humanos: Personal administrativo, personal de ebanistería Financieros: Inversión e insumos.	excelente relación con los públicos internos y externos.	*Sitio físico: Local ubicado en CALLE 2 #9-54 EN CHIRIGUANA CESAR. Local de 20 m de largo por 13 m de ancho, espacio para la realización de los diferentes procesos, corte, elaboración y exposición final al cliente en vitrinas. Contamos con servicios públicos. *Redes sociales: por medio de las cuentas de las redes sociales se podrá ver el catálogo de los productos y realizar los pedidos. *Llamadas telefónicas
Estructura de costos		Flujo de ingresos	
El negocio está basado en: Costos fijos Costos de mano de obra Gastos operacionales Depreciación de maquinaria Servicios públicos		Precio dinámico: mercado en tiempo real, el precio se establece dinámicamente en función de la oferta y la demanda El precio a clientes oscila entre \$2.000 y \$27.000 dependiendo del producto	

Fuente: Elaboración Propia (2021)





4.7. PRODUCTOS

Ilustración 6. Productos



Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla 10. Productos

Descripción técnica del producto				
Nombre	Mesa	Cajas	Porta vinos	Portarretratos
Descripción	Mueble con múltiples usos domésticos, utilizado para desayunos especiales.	Utilizada como empaque para decoración, almacenamiento y envío de productos.	Utilizado para empacar botellas de vinos.	Marco utilizado para colocar fotografías
Tamaño	40 * 25 cm	20 * 20 – 20 * 30 – 30*40 cm	25*32 – 10 * 32 cm	15 * 20 – 10 * 15 – 20 * 30
Características	Variedad de diseños.	Resistente, ideal para productos frágiles, variedad de diseños.	Variedad de diseños y tamaños.	Diseño artesanal, diversidad de formas y diseños.
Usos	Base para servir alimentos.	Empaque de regalos	Protector para botellas de vinos, cervezas o whisky.	Decoración de espacios.
Material	Madera	Cartón, Madera	Madera	Madera
Foto				

Fuente: Elaboración propia (2021)

5. CONCLUSIONES

Una vez terminado el proyecto y tomando en cuenta los resultados obtenidos se presentan las siguientes conclusiones:

En relación al primer objetivo, en Colombia existe una normatividad específica para el emprendimiento, mas no se encuentra enfocada en el emprendimiento social. Puesto que el objeto de esta normativa es facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial, la financiación, articulación, soporte no financiero, ciencia tecnología e innovación. De igual manera cuenta con distintas normas que rigen el reciclaje y que constantemente se encuentran en actualizaciones buscando mejorar la manera en cómo se practica para lograr mejores resultados y una mayor conciencia en la sociedad.

Para el segundo objetivo, se encontró que existen diferentes etapas en el proceso del reciclaje y de acuerdo a esta son los factores que influyen para que proceso de recuperación del material sea exitoso. Sin embargo, es importante resaltar que para el emprendimiento social se encontró que bajo su aplicación distintos factores se pueden contrarrestar como lo son fomentar al mercado del reciclaje, apoyo a emprendedores, conocimiento de la gestión de residuos, apoyos financieros, incentivar a las familias a que lo hagan de una manera adecuada y constante; conocimiento de las campañas recicladoras, al darle una mayor publicidad a estas al momento de realizarse; entro otros factores que se ven mitigados gracias a la implementación de empresas de este tipo

En relación al tercer objetivo, se pudo encontrar que internamente la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES, cuenta con varios factores a su favor pues tiene fortaleza financiera, que se ve evidenciada en los distintos indicadores como lo son el ROE, ROA y grado de liquidez, además de ser innovadora al utilizar materiales reciclables para la fabricación de sus productos, al tiempo que genera un impacto social. Sin embargo, cuenta con algunas debilidades como la falta de publicidad, el poco conocimiento del producto por parte del cliente y la poca tecnología

implementada en los procesos, que se deben trabajar para lograr una mejor venta competitiva en el mercado.

En cuanto al entorno externo, la empresa se encuentra aprovechando las oportunidades que se están presentando en el sector como lo son, el buen manejo en los distintos canales de venta, el aumento de la demanda y el ser la única empresa en la localidad en utilizar materiales reciclables; y que con algunas mejoras internas le pueden generar mayores oportunidades de crecimiento.

Finalmente, basados en todos los resultados obtenidos se pudo obtener un Modelo de emprendimiento social basado en el reciclaje y en el análisis de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES, que es viable en todos los aspectos, al tiempo que permite generar grandes impactos sociales al generar empleo e inclusión social de los recolectores, brindándoles oportunidades para una mejor calidad de vida y mitigar los impactos que deja la contaminación ambiental. En este aspecto, la empresa fue seleccionada para iniciar el proceso del Modelo de Incubación y Desarrollo Empresarial (MIDE), en alianza con la Universidad del Área Andina y la multinacional Drummond, para la transferencia de conocimiento en las áreas estratégicas de la empresa, y apoyo técnico en la entrega de maquinaria para el proceso de elaboración de los productos.

6. RECOMENDACIONES

En relación a la reglamentación existente, se recomienda a los legisladores desarrollar un capítulo en relación al emprendimiento social, puesto que a pesar de encontrarse constituida de la misma manera que cualquier otro tipo de emprendimiento su finalidad busca un bien social, por lo que se debe considerar una reglamentación que le brinde beneficios como compensación al aporte que están realizando y que al tiempo motiven a la creación de más emprendimientos de este tipo.

Así mismo, es necesario crear más conciencia en la población sobre el proceso y los efectos positivos que trae consigo el reciclaje, es decir, generar una educación ambiental en la sociedad para mejorar las condiciones ambientales actuales, así como también programas que promuevan el buen manejo y disposición de los residuos sólidos y un sitio adecuado y dotado con toda la infraestructura para la disposición final de estos.

De igual manera, basado en la experiencia y conocimientos obtenidos durante la realización del proyecto se recomienda buscar una mayor integración entre las empresas recicladoras, la alcaldía y la población en busca de brindarles a los recolectores una mejor calidad de vida y que puedan salir de la situación casi de indigencia en la que se encuentran actualmente.

En último lugar, buscar mayores ofertas de apoyo a emprendimientos ya sean locales o externas, en busca de generar un mayor desarrollo a nivel regional y a la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES y mejorar los puntos débiles que presenta internamente como lo es la falta de publicidad y tecnología, a través de inversiones y buen manejo de esta para lograr una mejor posición en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Abarca-Guerrero, L., Maas, G., & Hogland, W. (2015). *Scielo*. Obtenido de Scielo: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tem/v28n2/0379-3982-tem-28-02-00141.pdf>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigacion* . Caracas: Consultores Asociados BL Servicio Editorial.
- Bargsted, M. (2013). *scielo.org.co*. Obtenido de scielo.org.co: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n25/v13n25a09.pdf>
- Boada, A. O. (2003). *UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA*. Obtenido de UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA: <http://www.ingenieroambiental.com/4014/reciclaje5.pdf>
- Caamaño, C. (2020). Obtenido de https://chiriguanacesar.micolombiadigital.gov.co/sites/chiriguanacesar/content/files/000456/22779_001-pdt-chiriguana-al-alcance-de-todos-sancionconvertido.pdf
- Castells, E. (2012)). *Clasificación y gestión de residuos*. España: Díaz de Santos.
- Castro, Z. (2017). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a Distancia: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/14070/36379567.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chavez, W. A., Navarro, J. D., Verastegui, D. M., & Villa, L. K. (28 de Agosto de 2019). *ESAN*. Obtenido de ESAN: https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1715/2019_MAGEM_17-2_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Córdoba, N., & Mateus, J. (2017). *UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS*. Obtenido de UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS:
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/6659/CordobaCombaNatalia2017.pdf;jsessionid=1911A2BB82E1BABC5E5C4F1763774943?sequence=1>
- DANE. (14 de febrero de 2020). *dane.gov.co*. Obtenido de dane.gov.co:
<https://www.dane.gov.co/files/censo2018/proyecciones-de-poblacion/anexos-proyecciones-poblacion-municipios-edadessimples-2018-2023.xlsx>
- ESAN. (31 de Octubre de 2016). *esan*. Obtenido de esan:
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/la-dimension-interna-en-las-empresas/#:~:text=El%20ambiente%20interno%20de%20una,tantos%20problemas%20como%20los%20externos>.
- Gomez, C., & De Leon , E. (2017). *Metodo Comparativo*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).
- Gómez, L. (2017). *Universidad del Rosario*. Obtenido de Universidad del Rosario:
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13097/1101693416.pdf?sequence=1&is>
- Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). *redalyc.org*. Obtenido de redalyc.org:
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21211518005.pdf>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion* . Mexico D.C. : Mc Graw Hill Education .
- Huertas, L. A. (2012). *Universidad Libre*. Obtenido de Universidad Libre:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10731/PROYECT>

O%20DE%20GRADO%20LADY%20HUERTAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hurtado, J. (2010). *Metodología de la Investigación. Una guía para la comprensión holística de la ciencia*. Caracas: Quirón Ediciones.

Informa Colombia. (13 de enero de 2019). *Directorio de las Empresas*. Obtenido de https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/localidad_chiriguana

López, P., & Fachelli, S. (2015). *Universidad Autonoma de Barcelona*. Obtenido de Universidad Autonoma de Barcelona : https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf

Morales Vallejo, P. (13 de Diciembre de 2012). *web.upcomillas.es*. Obtenido de web.upcomillas.es: <https://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%1oMuestra.pdf>

Mûnch, L., & Angeles, E. (2007). *Metodos y Tecnicas de Investigacion para administracion e ingenieria*. Mexico D.C.: Editorial Trillas.

Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogota D.C.: Ediciones de la U.

ONU. (s.f.). *ONU*. Obtenido de ONU: <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>

Parella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa*. Caracas: FEDUPEL.

Real Academia Española. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/normativo>

Santos, F., Moreno, F., Jiménez, J., Gil, M. K., & Montoya, S. M. (2020). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a Distancia: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/34912/fgranjas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Schwab, F. (2014). Schwab foundation for social entrepreneurship.

Sierra, D. (2010). *ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA*. Obtenido de ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA: https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/1558/SierraDaniel_2010_PlanNegocioEmpresa.pdf;jsessionid=5C5373DE47F3DA56EC4DD902D067E190?sequence=7

Skoll, F. (s.f.). *Social entrepreneurs challenge*. Obtenido de www.skollfoundation.org

TecNM. (s.f.). *TecNM*. Obtenido de TecNM: <https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r131157.PDF>

Veintimilla, R., & Veintimilla, S. (Julio de 2014). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA*. Obtenido de UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6884/1/UPS-QT05529.pdf>

Zamudio, L., Ramírez, Z., Londoño, E., Gil, C., & Gallego, E. (10 de Junio de 2020). *Universidad Nacional Abierta y a Distancia*. Obtenido de Universidad Nacional Abierta y a Distancia : <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/34908/zjramirezg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo I

Anexo 1. Certificación de selección para iniciar el Modelo de Incubación y Desarrollo Empresarial



Becerril, 11 de marzo de 2021

Doctor
CARLOS IVAN CAAMAÑO
Alcalde
Municipio de Chiriguana

Cordial Saludo,

Me permito compartir información general de los cinco 5 proyectos que fueron seleccionados para iniciar el **Modelo de Incubación y Desarrollo Empresarial**, dentro del proyecto Incubadora de Empresas y Desarrollo Empresarial MIDE, el cual es una alianza entre la empresa Drummond Ltd y La Fundación Universitaria del Área Andina.

Nombre del Emprendedor	Ubicación de la Unidad Productiva	Unidad Productiva	Tipo de Negocio	Sector del Negocio
Fulgencio Bacilides Caballero	Zona Rural	Full Rica luz del Señor, es una finca que se dedica a la producción de Peces.	Colectivo/Asociativo	Primario (Piscicultura)
Julio Cesar Machado	Zona Urbana	Asociación Familiar Creciendo en el Campo, se dedica a la cría de Gallinas Ponedoras, para la producción y comercialización de Huevos.	Colectivo/Asociativo	Primario (Avicultura)
Yadira Esther Mejia	Zona Urbana	Quesos de Capa Yadira, se dedica a la elaboración y comercialización de queso en capa..	Individual	Secundario (industrial)
Sandra Rivera	Zona Urbana	S & M Tienda de Empaques, se dedica a la elaboración de productos en material mdf y cartón reciclable ideal para la decoración en el hogar, oficina, negocio y detalles.	Colectivo/Asociativo	Secundario (industrial)
Pedro Garcia	Zona Urbana	García Oviedo, taller de confección de jeans para damas y caballeros	Colectivo/Asociativo	secundario (Textil)

Atentamente,

Astrid Navarro Rodriguez
DIRECTORA INCUBADORA DE EMPRESAS Y DESARROLLO EMPRESARIAL MIDE
incubadoramide@areandina.edu.co
Contacto: 3138046388

Anexo II

Anexo 2. Entrevista

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Nombre del proyecto: EMPRENDIMIENTO SOCIAL BAJO EL MODELO CANVAS DE LA EMPRESA S&M TIENDA DE EMPAQUES

Investigador: SANDRA MILENA RIVERA NOBLES

Tutor de investigación: MARIA ISABEL ORTIZ IGLESIAS

Estimado/a MARIO GALAVIS

Por medio de la presente quiero invitarle a participar en esta investigación titulada (Emprendimiento social bajo el modelo de negocios Canvas de la empresa S&M Tienda de Empaques) que forma del requisito para optar por el título de Profesional en Comercio Internacional. Antes de dar consentimiento para participar en este estudio es importante que entienda el propósito del mismo y el motivo por el cual su participación es importante. Por favor tómese el tiempo que considere necesario para leer este documento. Estaré a su disposición para aclarar cualquier duda.

¿Cuál es el propósito del estudio?

El propósito de este estudio fue el desarrollo de una propuesta de emprendimiento social basado en el modelo de negocio Canvas de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES". La investigación es de tipo descriptivo, con diseño de campo, no experimental y transversal, utilizando técnicas de recolección de información con fuentes primarias (entrevista semiestructuradas) de los cuatro colaboradores de la empresa para el análisis interno y externo de esta y fuentes secundarias, para la revisión de información bibliográfica de los factores que afectan la recolección de materiales reciclables y la normatividad vigente relacionada con el emprendimiento social y el reciclaje

¿Por qué su participación es importante?

Sus opiniones y conocimiento en relación al tema son claves para la investigación.

¿La participación es obligatoria?

Su participación es voluntaria y puede retirarse del estudio hasta dos semanas después de la entrevista, cuando así lo manifieste, sin tener que explicar los motivos de su retiro. Pasado este lapso de tiempo la destrucción y extracción de información no será posible pues la misma ya habrá sido procesada.

¿En qué consiste su participación?

Su participación consiste en formar parte de una entrevista cuya duración no debe exceder los 60 minutos. La entrevista será grabada y podrás escoger la ubicación, la hora y el idioma de la misma. Todos los datos de carácter personal necesarios para el desarrollo del estudio están sujetos a los principios de confidencialidad plasmados en la Ley Estatutaria No.1581 de 2012, relacionada con la

protección de datos personales en Colombia. Cada uno de los participantes a los que se haga referencia en este estudio recibirá un código con el que será identificado, ningún otro dato de carácter personal será difundido o utilizado a lo largo del estudio.

¿Cuáles son los posibles beneficios de formar parte de esta investigación?

Sus opiniones y sugerencias en relación al tema son claves para analizar la importancia en el desarrollo de emprendimientos con carácter social que permitan brindar soluciones a los problemas sociales, culturales y ambientales en el municipio de Chiriguaná.

¿Cuáles son los posibles riesgos y desventajas de su participación?

Tiene que invertir hasta una hora de su tiempo libre, y tiene que responder a preguntas. Sin embargo, su identidad y otros datos personales son confidencial.

¿Es posible identificarme a través de la información que proporcionó?

Después de la entrevista, solamente yo, un transcriptor y mi tutor tendemos acceso a los datos que usted proporciona. El transcriptor va a firmar un acuerdo de confidencialidad. Toda su información personal (por ejemplo su nombre y cualquier información que pueda identificarle) es confidencial.

¿Cómo se usará la información que proporcione y qué pasará con los resultados del estudio?

Voy a usar la información de la entrevista en mi investigación, que forma parte de mi trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Comercio Internacional. También esa información puede ser publicada en una revista internacional o presentada en una conferencia. Aunque puede ser que yo use sus palabras, su identidad no será revelada.

¿Qué hago si tengo una pregunta o una duda?

Si tiene preguntas o inquietudes respecto a su participación en el estudio, puede ponerse en contacto conmigo o con mi tutora, María Isabel Ortiz Iglesias.

Sandra Milena Rivera Nobles Teléfono: 3043709465 Correo Institucional: srivera@unicesar.edu.co	María Isabel Ortiz Iglesias Teléfono: 3017884041 Correo Institucional: mariaortiz@unicesar.edu.co
---	---

Esta investigación ha sido revisada y aprobada por la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas de la Universidad Popular del Cesar.

He leído y comprendido este consentimiento informado.

La información de este consentimiento informado me ha sido explicada.


MARIO GALAVIS CEBALLOS
NIT. 1064786468-1
Cel 3002345518

Firma del participante

En Colombia, a los 02 días del mes de Febrero de 2021.

Gracias por su participación en el proyecto.

ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA S&M TIENDA DE EMPAQUES

1. ¿Cómo es el comportamiento de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES frente a los distintos factores que influyen en la recuperación de materiales reciclables?
2. ¿Cuáles son las principales fortalezas que se pueden evidenciar en la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
3. ¿Cuáles son las principales debilidades que se pueden evidenciar en la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
4. ¿Cuáles son las principales amenazas que se pueden evidenciar en la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
5. ¿Cuáles son las principales oportunidades que se pueden evidenciar en la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
6. ¿Cómo calificaría del 1 al 6 los siguientes factores relacionados con la fortaleza financiera de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
 - ROA
 - ROE
 - Grado de liquidez
7. ¿Cómo calificaría del 1 al 6 los siguientes factores relacionados con la fortaleza del sector económico de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
 - Crecimiento de la demanda
 - ROS
8. ¿Cómo calificaría del 1 al 6 los siguientes factores relacionados con la estabilidad de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
 - Tasa de inflación y devaluación
 - Elasticidad de la demanda
 - Situación Política
9. ¿Cómo calificaría del 1 al 6 los siguientes factores relacionados con la ventaja competitiva de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
 - Participación en el mercado
 - Grado de diferenciación
 - Balance costo/beneficio
 - Nivel de satisfacción
10. ¿Cuáles son los principales proveedores de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
11. ¿Cuál es la propuesta de valor ofrecen en relación al servicio, gestión del talento humano, producto y públicos de interés?
12. ¿Cuáles son las características del mercado meta de la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
13. ¿Con que recursos físicos, humanos y financieros cuenta la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?
14. ¿Cuáles son los canales de distribución utilizados por la empresa S&M TIENDA DE EMPAQUES?