



ARQUITECTURA Y GESTIÓN, UNA BUENA ELECCIÓN

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE DISEÑO

ANGIE LORENA RAMOS CASTAÑEDA

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

**FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
PROGRAMA DE ARQUITECTURA**

BOGOTÁ D.C.

2023



ARQUITECTURA Y GESTIÓN, UNA BUENA ELECCIÓN

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE DISEÑO

ANGIE LORENA RAMOS CASTAÑEDA

INFORME DE VALIDACIÓN

OPCION DE GRADO ENLACE MATERIAS PREGRADO - POSTGRADO

TUTOR:

MSc. Arq. Pedro Javier Jaramillo Cruz

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

PROGRAMA DE ARQUITECTURA

BOGOTÁ D.C.

2023

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo y su ejemplo de perseverancia y dedicación en cada una de las metas que se han propuesto en la vida. Gracias por creer en mí y por ser mi mayor inspiración para seguir adelante. Su amor y constancia me han permitido llegar hasta este punto y no puedo expresar suficiente gratitud por todo lo que han hecho por mí.

¡Los Amo Familia!

AGRADECIMIENTOS

Primero a Dios por la salud y la vida que me brinda día a día, a mi familia especialmente a mi padre y madre por siempre apoyarme, por ser mi polo a tierra y ser mi mayor ejemplo de vida, por ser unos padres entregados y trabajadores; a mi cuñado por su apoyo incondicional, a mi hermana por escucharme y apoyarme en cada locura y en absolutamente todo, a mi hermano que se encuentra lejos pero cada día me enseña a ser más fuerte, a valorar y cuidar más la familia; a mi compañero de vida, Alejandro ¡Gracias por el amor y el apoyo incondicional! Simplemente alegras mi existencia ¡Gracias porque siempre estás ahí!

Que sean muchos más logros por celebrar juntos, acompañados de nuestras familias y Dios.

A todas las personas que creyeron, me apoyaron y estuvieron...,

¡Mil gracias!

RESUMEN

En este documento se recopila toda la información adquirida y el proceso desarrollado en cada una de las materias que comprende el primer semestre de la Especialización en Gerencia de Diseño; Fundamentos Conceptuales Producto Diseño Gestión, Gerencia Estratégica de Diseño I y Perspectivas Contemporáneas en los campos creativos, se realiza introducción en cada asignatura y se desglosan los aspectos teóricos y prácticos.

Estas asignaturas tienen como finalidad formar y alimentar los intereses de cada estudiante como futuros especialistas en Gerencia de diseño, con un enfoque netamente empresarial, teniendo en cuenta los factores y competencias que se encuentran en el mercado laboral actualmente, aplicando herramientas que desde la academia son importantes entender y poner en práctica en el sector empresarial.

Los elementos conceptuales, teóricos y prácticos de estas asignaturas tienen como fin formar un gerente integral, teniendo en cuenta que el trabajo colaborativo es una de las herramientas más importantes, ya que el personal que conforma un emprendimiento, desarrolla una actividad específica dentro de ella y el aporte de cada uno de los sectores se unen y se complementan con un mismo fin.

Palabras clave: Estrategias de diseño, gerencia, presupuesto.

ABSTRACT

This document compiles all the information acquired and the process developed in each of the subjects that comprise the first semester of the Specialization in Design Management; Conceptual Fundamentals Product Design Management, Strategic Design Management I and Contemporary Perspectives in the creative fields, an introduction is made in each subject and the theoretical and practical aspects are broken down.

The purpose of these subjects is to form and nurture the interests of each student as future specialists in Design Management, with a purely business approach, taking into account the factors and competencies that are currently found in the labor market, applying tools that are important to understand and put into practice in the business sector from the academy.

The conceptual, theoretical and practical elements of these subjects are intended to form an integral manager, taking into account that collaborative work is one of the most important tools, since the staff that makes up an enterprise, develops a specific activity within it and the contribution of each of the sectors come together and complement each other with the same purpose. **Key words:** Design strategies, management, budget.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DE DISEÑO PRODUCTO GESTIÓN.....	1
INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA.....	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
METODOLOGÍA.....	2
Liderazgo de equipos de trabajo.....	2
Gestión gerencial.....	2
FASES DEL PROYECTO.....	3
ENFOQUE DEL PROYECTO.....	3
DIARIO DE CAMPO.....	4
FORMATO DE ENTREVISTA.....	5
FORMATO DE ENTREVISTA.....	6
MAPA DE EMPATIA.....	6
SONDEO DE MERCADO.....	7
DEFINICIÓN DE MERCADO.....	8
MERCADO OBJETIVO.....	8
DEFINICION DE MEDIOS.....	9
CANALES DE RELACIONAMIENTO.....	10
STAKEHOLDERS.....	10
PROPUESTA DISEÑO SOLUCIÓN.....	11
Desarrollo de diseño.....	11
CONCEPTUALIZACIÓN FINANCIERA.....	13
Viabilidad financiera.....	13
Definiciones.....	14
CAPEX.....	14
OPEX.....	14
CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA.....	15
GERENCIA ESTRATÉGICA DE DISEÑO.....	16
INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA.....	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
METODOLOGÍA.....	16

MACRO ENTORNO	16
MICRO ENTORNO.....	18
UBICACIÓN EMPRESARIAL	19
ENTIDADES Y TRAMITES	19
CONFORMACIÓN JURÍDICA.....	20
PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN COLOMBIA..	23
FÓRMULAS DE DESARROLLO FINANCIERO.....	24
COSTEO	24
PRECIO	24
PRESUPUESTO DE VENTAS	24
CRECIMIENTO DE VENTAS.....	24
PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN.....	25
STOCK FINAL	25
EJERCICIO PRACTICO.....	25
GASTOS DE INICIO.....	28
GASTOS DE MERCADEO.....	28
GASTO FINANCIERO.....	29
CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA.....	29
PERSPECTIVAS CONTEMPORÁNEAS EN CAMPOS CREATIVOS	30
INTRODUCCIÓN DE LA ASIGNATURA	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30
METODOLOGÍA	31
MUSEO CASA MEMORIA MEDELLÍN.....	31
CONTEXTO	31
DISPOSITIVO ANALÍTICO.....	35
CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA.....	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	43
PRESENTACION DEL TRABAJO	58

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Actividades de fase 1 Enfoque de diseño	3
Tabla 2. Fase 2; sondeo de mercadeo	8
Tabla 3. Medios de comunicación con el cliente.....	10
Tabla 4. Definición de relaciones	10
Tabla 5.Propuesta, diseño, solución	11
Tabla 6 Variables financieras.....	13
Tabla 7. Gastos de inversión del proyecto	14
Tabla 8.Valores de venta de material granular reciclado.....	14
Tabla 9. Costos de producción.....	25
Tabla 10.Presupuesto de ventas	26
Tabla 11.Presupuesto de producción	26
Tabla 12. Nomina	27
Tabla 13.Gastos de inicio	28
Tabla 14.Gastos de mercadeo	28
Tabla 15. Gastos fijos y Costos fijos	28
Tabla 16.Gastos financieros	29
Tabla 17. Flujo de caja	29
Tabla 18. Matriz de sistematización	34

TABLA DE IMAGENES

Ilustración 1.Fotografías de entorno afectados por RCD	4
Ilustración 2. Sensibilización del cliente.....	6
Ilustración 3. Datos generales de entrevista.....	7
Ilustración 4.Nicho de mercado vs segmentación	8
Ilustración 5. Nicho de mercado.....	8
Ilustración 6.Actores generadores de RCD	10
Ilustración 7.Usuarios potenciales	11
Ilustración 8.Alternativas de implementación de RCD	11
Ilustración 9. Alternativas de uso de RCD	11
Ilustración 10. Alternativas de uso de RCD	12
Ilustración 11. Proyecto a corto plazo	13
Ilustración 12. Variables financieras	13
Ilustración 13. Representación gráfica de Macro entorno.....	16
Ilustración 14.Representación gráfica de micro entorno	18
Ilustración 15. Dispositivo analítico de casa memoria Medellin	31
Ilustración 16. Dispositivo analítico	35
Ilustración 17. Dispositivo analítico	36
Ilustración 18. Dispositivo analítico	37

INTRODUCCIÓN

La Especialización en Gerencia de Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano tiene como objetivo liderar procesos de gestión, innovación y desarrollo de productos por medio del diseño, conformando equipos interdisciplinarios que favorezcan la construcción colectiva de una empresa. Esta especialización emplea estrategias de diseño como un elemento esencial y organizacional dentro de los modelos de empresa en el ámbito colombiano, enfocado en la innovación, con el fin de lograr un óptimo manejo de los recursos para crear y satisfacer las expectativas de los futuros clientes.

El presente documento es un compilado que tiene como objetivo evidenciar los conocimientos adquiridos a lo largo del semestre 1 - 2023, como requisito para obtener el título de Arquitecto en la modalidad co-terminal pregrado - postgrado. Las asignaturas cursadas brindan conceptos y técnicas importantes para la creación de empresa, diseño de estrategias de diseño, gestión y producto. La información adquirida me brinda mayor seguridad y entusiasmo, ya que el tema de gestión de obras de arquitectura, presupuestos y anteproyecto es un tema que realmente me apasiona y entiendo la dimensión y complejidad que esto requiere.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DE DISEÑO PRODUCTO GESTIÓN

INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Esta asignatura busca formar a los estudiantes en el desarrollo de habilidades y competencias para la gestión de proyectos de diseño de manera efectiva y estratégica. Se enfoca en el diseño como una herramienta estratégica para la innovación y el crecimiento empresarial, se utiliza el diseño como un proceso para la toma de decisiones y la creación de valor en las organizaciones.

Se abordan temas como la investigación de mercado, la identificación de oportunidades de negocio, la definición de estrategias de diseño, la gestión de proyectos de diseño, la evaluación de resultados y la medición del impacto del diseño en la organización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

En esta asignatura se proponen objetivos específicos que al finalizar cada uno debe obtener para la aplicación en cada uno de los sectores de diseño.

- Planear y gestionar proyectos de diseño.
- Solucionar problemas de manera creativa.
- Gestionar situacionalmente equipos de trabajo en proyectos de diseño.
- Identificar e incorporar en tus proyectos variables financieras.
- Hacer uso de lenguaje que te permita comunicarte efectivamente.
- Aplicar elementos claves del mercado a tus proyectos

METODOLOGÍA

Liderazgo de equipos de trabajo

En esta perspectiva podemos aprender a trabajar en equipo, reconociendo y apreciando las habilidades gerenciales de cada integrante, para que en cada rol cumpla una labor y gestione su liderazgo en dichas actividades dentro del proyecto de diseño.

Gestión gerencial

Planear, ejecutar y tomar el control del proyecto de diseño en cuestión; el objetivo del proyecto es diseñar una solución innovadora que motive y cautive el público objetivo como puede ser un servicio, producto, experiencia y/o investigación para un segmento de personas en específico.

FASES DEL PROYECTO

ENFOQUE DEL PROYECTO

En esta fase partimos de lluvia de ideas y de intereses en común de los integrantes del grupo, de situaciones reales de la vida, para definir un grupo de personas en específico quienes se convertirán en los usuarios potenciales de nuestro proyecto, una vez los identificamos hacemos uso de varias herramientas de investigación para enfocarnos en obtener información, en conocerlos mejor, analizar su vida cotidiana, identificar hallazgos y problemas para así pensar proceder y pensar en posibles soluciones a esas problemáticas, esto nos permitirá _ el objetivo de nuestro proyecto para pasar a la siguiente fase.

PLAN PROYECTO				
Fase 1	Acciones	Fecha entrega	Líder fase	Entregables
Enfoque del proyecto	Definir Tema de proyecto	13/02/2023	Sonia	Ideas de Proyecto - Equipo de Trabajo - Diarios de Campo - Entrevistas - Mapa Empatía, Journey Map, Registros campo – Situación Problemas identificados y soluciones. Objetivo del Proyecto
	Definir equipo de trabajo	04/02/2023		
	Hacer Diario de campo	24/02/2023		
	Realizar indagaciones preliminares (Entrevistas)	22/02/2023		
	Diligenciar Herramientas observación campo	24/02/2023		
	Identificar y analizar situación problemática (s)	24/02/2023		
	Definir objetivo del proyecto	03/03/2023		
	Propuestas Solución	03/03/2023		

Tabla 1 Actividades de fase 1 Enfoque de diseño Fuente: Elaboración propia

Este proyecto nace de intereses en común y de temas grandes como economía y sostenibilidad, en Colombia y en otras partes del mundo se conocen como RCD¹.

Existen soluciones, programas y alternativas de productos reciclables como plástico, cartón y papel que son los más comunes. Nuestro foco se centra en la industria de la construcción y por consiguiente arquitectura; nos surge una preocupación de la que no se habla ni se sabe mucho y es el reciclaje de estos residuos de construcción o demolición en nuestra ciudad.

Los RCD en Colombia; invaden espacios públicos, carreteras, zonas verdes, fuentes hídricas, entre otros; y nos preocupa la cantidad tan exagerada y el

¹ “El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible mediante la Resolución 1361 de 2013, establece y define las normas para la gestión integral de los **RCD Residuos de construcción y manejo**, el transporte, el almacenamiento, la valorización y la disposición final de los residuos de construcción y demolición, con el objetivo de prevenir y minimizar los impactos ambientales y sociales asociados a su manejo inadecuado.” (Sostenible, 2013)

espacio que ocupan en la tierra, trayendo a colación que cada vez nuestros recursos naturales son menos, ya que la industria constructora es la que más mueve y aporta a la economía del país, por ello siempre está activa.

INTEGRANTES

- Lorena Ramos (Arquitectura)
- Sonia Rojas (Diseño industrial)
- Andres Sierra (Diseñador gráfico)
- Julian Bright (Arquitectura)

DIARIO DE CAMPO

El diario de campo es un método que se utiliza para obtener información, identificar los hallazgos del sitio de interés y así poder brindar una solución y/o alternativa que vaya acorde con las necesidades de los clientes, sin perder el enfoque e intereses del grupo, se realiza en varias horas, varios días, varios integrantes para obtener diferentes perspectivas, se interactúa con habitantes del lugar, se toman registros fotográficos, videos, entrevistas; entre otros.

ÁLAMOS NORTE – TRANS. 96 LOCALIDAD ENGATIVA

1 ¿Que vemos como personas ajenas a este contexto?

Un espacio amplio para sacar las mascotas a pasear, un lugar verde donde hay cultivos de calabaza

- Zona residencial,
- Carreteros, recicladores
- Perros y niños - Basura
- Rutas escolares –Estudiantes

2 ¿Que ven las personas que viven o pasan por aquí?

Mujeres o hombres con sus hijos y mascotas.
Personas de la calle durmiendo en el parque.
Parejas seguramente dirigiéndose al centro comercial
Personas con destino a su hogar o a hacer mercado
Basura y reguero de todo lo que dejan los habitantes o recicladores de la zona.

1 Un espacio para sacar las mascotas a pasear, un lugar verde donde hay cultivos de calabaza

- Zona residencial, estrato 3
- Basura, escombros.

Trafico de todo tipo sobre la transversal 96, automóviles pequeños, camionetas, volquetas, camiones, bicicletas entre otros medios de transporte.

2 Espacio verde para salir a caminar o jugar con sus niños o mascotas.

Foco de inseguridad
Basuras e indigentes casi todas las noches. Personas consumiendo sustancias psicoactivas en las horas de la tarde.

- Futuro proyecto de la ALO Avenida longitudinal de occidente en este gran espacio verde.



Ilustración 1. Fotografías de entorno afectados por RCD Fuente: Elaboración propia

HORA; 2 10 – 3 40 Aprox.

FECHA; 23 02 2023

NOMBRE; GLADYS AREVALO

FORMATO DE ENTREVISTA

Buen día mi nombre es ... hacemos parte de un grupo de investigación de orden académico de la universidad Jorge Tadeo Lozano, somos estudiantes de maestría donde debemos realizar un proyecto de nuestro interés y nos gusta el tema de la construcción como Arquitecto – Diseñador que soy; y un tema que vemos constantemente y nos inquieta tanto son los escombros, suelo pasar por este lugar y he visto alta presencia de escombros y basuras aquí aunque este fenómeno se expande a lo largo y ancho de la ciudad.

¿Usted dispone de 10 minutos? ¿Me quiere colaborar con un breve entrevista? Le preguntare acerca de este tema y si me quiere contar su experiencia como residente o transeúnte de este lugar con gusto lo escuchare.

1 ¿Conoce usted el destino de los escombros? *En las vías donde haya huecos, por allí alrededor del humedal hay un poco de escombros.*

2 ¿Conoce la razón de porque la gente bota estos residuos aquí? *Por qué les pagan a los recicladores o a los indigentes para que boten eso en otro lado y ellos lo dejan en cualquier lado; aquí siempre vienen a dejar los escombros en ciclas en motos en carros en camiones.*

3 ¿Sabe quiénes son las personas que hacen esto normalmente? ¿Usted que es residente y está constantemente en casa? ¿O usted que vive aquí? o usted que trabaja cerca y pasa por aquí? *Los indigentes, usted pasa a cualquier momento y siempre hay una persona de la calle aquí, dejando o buscando basura y escombros.*

4 ¿Qué hace usted y donde deja estos residuos cuando los genera? *No he generado residuos mi casa la tengo hace 10 años en este conjunto y no le he hecho arreglos.*

5 ¿Cómo se siente usted con la presencia de estos residuos cerca de su vivienda? o trabajo? *Mucha contaminación y a veces en la noche da miedo pasar por aquí, a veces se hacen grupos de personas a hacer cosas indebidas. "Fumar"*

6 ¿Por último, usted sabe que se puede hacer con estos residuos? *Llevarlos al botadero.*

Comentarios y/o expresiones adicionales;

Sería bueno que pusieran multas para las personas que dejan la basura y estos desechos donde no deben.

HORA; 8 40 – 10 30 Aprox.

FECHA; 24 02 2023

FORMATO DE ENTREVISTA

Buen día mi nombre es ... hacemos parte de un grupo de investigación de orden académico de la universidad Jorge Tadeo Lozano, somos estudiantes de maestría

En un proyecto de nuestro interés el sujeto – Diseñador que soy el problema es que tanto son los escombros y basuras aquí como en otros lugares de la ciudad.

¿Qué oye?
El cliente escucha ya sea por conocidos o por el mismo operario que transporta los residuos que no siempre se debe seguir el conducto reguilas por el estado para botar estos residuos, que lo más adecuado sería dejarlas en esquinas donde vea bolsas de basuras o en zonas abandonadas amolias.

¿Qué ve?
El día a día del cliente es encontrarse con esquinas llenas de basura y lonas de escombros maderas, ladrillos, entre otros; además de ver como en más lugares de Bogotá las montañas de escombros o residuos crecen rápidamente al pasar el tiempo.

preguntare acerca de este o transeúnte de este lugar

¿Qué dice y hace?
El cliente recicla lo que vaya a botar, luego separa dos contenidos, uno es la basura ordinaria y la otra los RCD y al momento de botar la deja en basureros ordinarios o donde vea más escombros.

Experiencia como residente

1 ¿Conoce usted el destino de estos residuos, eso, eso debe tener un sitio específico.

en un lugar donde desechen

2 ¿Conoce la razón de porque la gente bota estos residuos aquí? *Por no pagarle al estado, por la pereza y porque no nos damos cuenta porque amanece y esta ese reguero de basura y de escombros ahí.*

3 ¿Sabe quiénes son las personas que hacen esto normalmente? ¿Usted que es residente y está constantemente en casa? ¿O usted que vive aquí? o usted que trabaja cerca y pasa por aquí? *Si hay gente que a veces viene en sus carros y deja sus lonas o bolsas de basura en este espacio.*

4 ¿Qué hace usted y donde deja estos residuos cuando los genera? *Los dejo enfrente de mi garaje porque cuando llueve es un barrial terrible y tapo los huecos que generan la pasadera de carros de los vecinos.*

5 ¿Cómo se siente usted con la presencia de estos residuos cerca de su vivienda? o trabajo? *Esto genera inseguridad y un mal aspecto a veces llegan hasta chulos.*

6 ¿Por último, usted sabe que se puede hacer con estos residuos? *Algunos los reciclaran y otros los vienen a botar aquí.*

Comentarios y/o expresiones adicionales;

Aquí no interviene el estado en esta vía porque supuestamente van a hacer la ALO que pasa por aquí.

MAPA DE EMPATIA

Es una herramienta que nos ayuda a conocer a nuestros futuros clientes, a mejorar la oferta y a distinguir la segmentación de competencia.

¿Qué piensa y siente?
Nuestro cliente piensa la mayoría de su tiempo en el proceso de botar el escombros, alejándose de la zona de trabajo ya sea construcción o demolición, además el cliente piensa en dejar los escombros y/o residuos en botaderos zonas donde vea alto tráfico de basura.

¿Qué oye?
El cliente escucha ya sea por conocidos o por el mismo operario que transporta los residuos que no siempre se debe seguir el conducto reguilas por el estado para botar estos residuos, que lo más adecuado sería dejarlas en esquinas donde vea bolsas de basuras o lotes baldíos.

¿Qué ve?
El día a día del cliente es encontrarse con esquinas llenas de basura y lonas de escombros maderas, ladrillos, entre otros; además de ver como en más lugares de Bogotá las montañas de escombros o residuos crecen rápidamente al pasar el tiempo.



Consumidor observado - Entrevistado	Gladys Arévalo (Ama de casa) Javier Gómez (Empleador) 37-45 Años
Contexto	Zona residencial - Localidad de Engativá - Álamos norte
Fecha	Jueves 23 02 2023 martes 21 02 2023 viernes 24 02 2023
Hora	2 10 – 3 40 8 40 – 10 30 10 - 8
¿Qué piensa y siente?	Falta ver cómo se sentiría el cliente con respecto al proceso actual del estado para botar residuos, además de ver la reacción de él ah cómo el uso de lugares ilegales para depositar basura o escombros está afectando la biodiversidad en la ciudad.
¿Qué dice y que hace?	Falta ver cómo es que él cliente reacciona a como hay varias "esquinas" donde la gente bota la basura y cuantifique en mayor medida el impacto de esa mala práctica relacionada con los RCD.

Ilustración 3. Datos generales de entrevista Fuente: Elaboración propia

SONDEO DE MERCADO

DEFINICIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado consiste en dividir los mercados en grupos en más pequeños y así establecer el mercado de interés, al identificarlo se generan planes de acción y estrategias como consultas de intereses, actividades, costumbres, entre otras para saber cómo satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.

Fase 2	Acciones	Fecha Entrega	Líder fase	Entregables
Sondeo mercado	Definir mercado objetivo	03/03/2023	Andrés	<i>Dimensión Mercado - stakeholders – estrategia preliminar de mercadeo.</i>
	Marketing mix	17/03/2023		
	Definir formas de relacionamiento	17/03/2023		
	Definir gestión de stakeholders	17/03/2023		
	Elaborar estrategia de mercadeo	22/03/2023		

Tabla 2. Fase 2; sondeo de mercadeo Fuente: Elaboración propia

MERCADO OBJETIVO

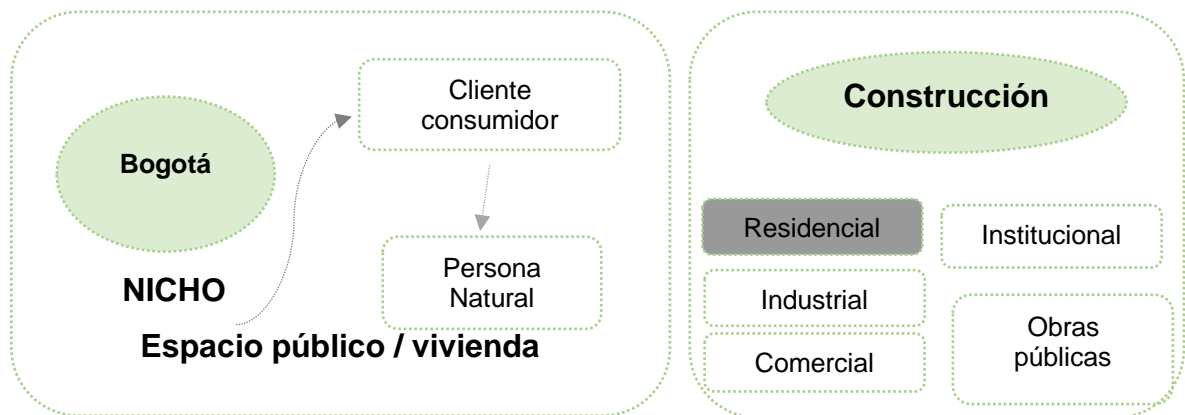
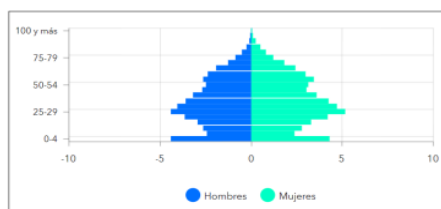
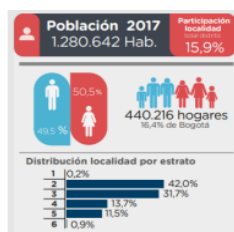


Ilustración 4. Nicho de mercado vs segmentación Fuente: Elaboración propia



El pasado lunes 8 de diciembre el alcalde de Suba, Julián Moreno, presentó ante la Junta Administradora Local el Plan Operativo Anual de Inversiones POAI para este 2023, para su aprobación.

Se trata del presupuesto más alto de la historia de la localidad, con un total de \$128.576.743.000, que según la administración local serán invertidos también en cuenta a que inversión social, reversionamiento, confianza ciudadana, movilidad productiva e inclusive y participación ciudadana.

Inversión social, contará con un presupuesto de \$61.243.916.000 que se distribuirá en 14 proyectos, entre los que se planeará ampliar las coberturas de los subsidios, planes, y la salud, el ingreso mínimo garantizado para hogares vulnerables, además de crear la plaza en marcha de una casa del cuidado, una casa de la memoria y una casa de la cultura para la localidad.

Reversionamiento, tendrá un presupuesto de \$9.000.000.000 distribuidos en 8 proyectos, que contemplará la continuación del proyecto "Cambio de parámetros", cambios de adaptación y respuesta al cambio climático e inversión con procesos de restauración, rehabilitación e recuperación ecológica.

Confianza ciudadana, para el cual se diseñó un presupuesto de \$7.000.000.000, se espera ejecutar 8 proyectos, entre ellos, la adaptación y puesta en marcha de un nuevo CAI móvil y la puesta en marcha de un centro de monitoreo para la zona 11.

Fuente: suba.gov.co

La localidad de Suba es una de las más jóvenes de

La mayor población de la localidad se encuentra entre el rango de 24 a 29 años

El presupuesto de la localidad es uno de los más altos en Bogotá; destinados a inversión social, reversionamiento, confianza ciudadana

DEFINICION DE MEDIOS

El objetivo de los medios es llegar de una forma acertada al cliente de manera confiable, confidencial y rápida.

MEDIOS	Información ¿Cómo daremos a conocer nuestra solución?	Evaluación ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra solución?	Compra ¿Cómo pueden comprar nuestros clientes nuestra solución?	Entrega ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra solución?	Post Venta ¿Qué servicio de atención post venta podremos ofrecer?
Pág. Web	Dando a conocer la información de la empresa y el portafolio de productos y servicios ofrecidos.	Publicando resultados de encuestas de satisfacción a cada cliente comprador de cada uno de los SPS / Sección de comentarios en la página de cada SPS	Plataforma de compra integrada en la página web.	Al hacer la compra se ofrece el servicio de envío o de recolección en punto físico.	Encuestas de satisfacción de los productos y servicios ofrecidos, incluidos compra, envío e instalación. Bonos de descuento en la próxima compra si responde la encuesta. Ofreciendo garantías sobre productos adquiridos. Ofreciendo servicios de mantenimiento correctivo y preventivo. PQRS.
Redes Sociales	Publicando el portafolio de SPS en los perfiles de la empresa. Avisos publicitarios pagos.	Permitiendo el contacto por mensaje directo de cada aplicación. Facilitando otros medios de contacto en la información en los perfiles.	Según la red social, algunas incluyen plataforma de venta o en caso de que no, vía mensaje directo por la misma aplicación u otros medios de contacto publicados.	Al hacer la compra se ofrece el servicio de envío o de recolección en punto físico.	Servicio al cliente vía mensaje directo. Ofreciendo garantías sobre productos adquiridos. Ofreciendo servicios de mantenimiento correctivo y preventivo.
Teléfono	Ofreciendo servicio personalizado de portafolio de SPS por medio de un asesor comercial.	Por medio de encuesta telefónica calificando el servicio en escala de 1 a 5.	Llamando a los teléfonos disponibles.	Al hacer la compra se ofrece el servicio de envío o de recolección en punto físico.	Llamadas mensuales por los 3 próximos meses posteriores a la venta. Ofreciendo garantías sobre productos adquiridos.

					Ofreciendo servicios de mantenimiento correctivo y preventivo.
Puntos de venta	Mostrando físicamente el producto con su ficha técnica y asesoría comercial personalizada. Teniendo en cuenta los beneficios de la utilización de RCD's en productos que utilizamos constantemente, involucrando los actores.	Mediante asesoría personalizada por un asesor comercial previamente capacitado.	Compra en punto de pago en la tienda.		Mediante los asesores comerciales se ofrece garantía sobre los productos y asesorías sobre mantenimiento y uso de los productos adquiridos. Ofreciendo servicios de mantenimiento correctivo y preventivo.

Tabla 3. Medios de comunicación con el cliente Fuente: Elaboración propia.

CANALES DE RELACIONAMIENTO

Se establece para que el cliente vea que es una parte importante del emprendimiento por medio de canal personal o automatizado; así mismo poder comunicarle toda la información que quiere que se le transmita por uno de los medios establecidos por la empresa y aceptados por él.

RELACIONES	Propósito de la relación
Fidelización	Mantener una base de clientes que no solo compren SPS en repetidas ocasiones, sino que a la vez recomienden los SPS a potenciales clientes. Mantener al tanto de nuevos SPS y novedades a clientes recurrentes.
Captación	Permitir que potenciales clientes conozcan los SPS ofrecidos para aumentar la base de clientes y aumenten la demanda por los SPS.

Tabla 4. Definición de relaciones Fuente: Elaboración grupal

STAKEHOLDERS

En la definición de stakeholders se crean estrategias para incrementar credibilidad e interés positivo de las personas interesadas en el proyecto.



Ilustración 6. Actores generadores de RCD Fuente: Elaboración propia.



El rango de trabajo es Bogotá por lo que zonas fuera de dicho territorio o usuarios que no cumplan estas características no serán tomados en cuenta, por el momento.

Ilustración 7. Usuarios potenciales Fuente: Elaboración propia.

PROPUESTA DISEÑO SOLUCIÓN

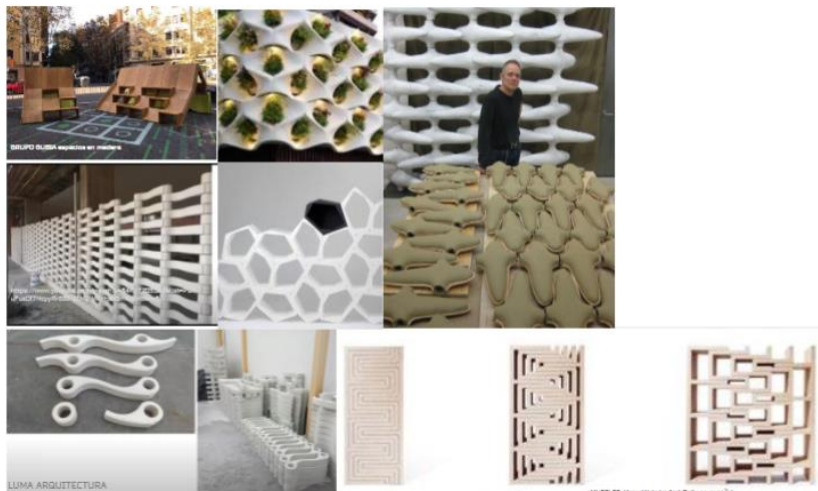
Desarrollo de diseño

El proyecto llegó a posibles alternativas de implementación de RCD reciclado en Bogotá a corto, mediano y largo plazo.

Fase 3	Acciones	Fecha Entrega	Líder fase	Entregables
Propuesta Diseño solución	Prototipo de solución conceptual (PV)	22/03/2023	Andrés	Prototipo hecho
	prototipo Solución SPSE	22/03/2023		

Tabla 5. Propuesta, diseño, solución Fuente: Elaboración propia

ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN DE RCD RECICLADO



En construcción, espacios arquitectónicos y recreativos

Ilustración 8. Alternativas de implementación de RCD Fuente: Elaboración propia

Diseñar cómo los jóvenes pueden interactuar con el entorno colaborativo. (Inspirado en interacción y colaboración)



01



02

Espacios abiertos

Simular espacios modulares que generen una unidad con el entorno. (Inspirado en ser Unidad)

Imagen 12. Posibles alternativas de uso de RCD



Ilustración 10. Alternativas de uso de RCD Fuente: Elaboración grupal.

En primera instancia y a corto plazo, se propone la venta y distribución de material granulado resultante de los RCD de construcciones o remodelaciones locativas de viviendas y comercios de baja escala; se pretende reemplazar uno de los materiales de construcción con este granulado, con especificaciones idénticas para la elaboración de concreto para todo tipo de construcción; evitando así la explotación de más recursos naturales.

Para lograr este proyecto se tercerizan servicios de las plantas de procesamiento de RCD existentes en la ciudad de Bogotá, con el material obtenido de los clientes

que nos contacten para recoger este residuo; el factor de innovación se centra en los bajos costes y el tiempo de recolección, es casi que inmediato, previniendo el destino clandestino de estos residuos que contaminan nuestro entorno.



VENTA DE MERCANCÍA

OPTIMIZACIÓN DE ENVÍOS

Para vender y repartir el material, se trabajará nuevamente con el servicio de volquetas que realiza la recolección de los RCD para repartir el material reciclado para ser reutilizado como material de construcción.



VENTA AL DETAL

El cliente puede recoger material o coordinar el envío para la cantidad de material o de productos manufacturados que adquiera.



Ilustración 11. Proyecto a corto plazo Fuente: Elaboración grupal.

CONCEPTUALIZACIÓN FINANCIERA

Viabilidad financiera

- Flujo de ingresos: proveniente de ventas, patrocinios
- Flujo de egresos: gastos, inversiones
- Flujo de efectivo neto: diferencia entre ingresos y egresos

Fase 4	Acciones	Fecha Entrega	Líder fase	Entregables
Variables financieras	Estructura de costos del proyecto (CAPEX)	13/04/2023	Julián	Línea base de costo de proyecto y proyección flujo de caja 5 años
	Proyección de flujo caja (OPEX)	13/04/2023		

Tabla 6 Variables financieras Fuente: Elaboración grupal..



Ilustración 12. Variables financieras Fuente: AVATA

Definiciones

CAPEX

Se refiere a los gastos de inversión en activos de capital de una empresa; por ejemplo, la construcción de un edificio o adquisición de maquinaria.

Estos gastos se realizan con la expectativa de generar beneficios a largo plazo para la empresa, como aumentar la capacidad productiva, mejorar la eficiencia o expandir el negocio. Los gastos de capital son una parte importante de la planificación financiera de una empresa y se incluyen en su presupuesto a largo plazo.

CAPEX		
Tiempo	Planeación	8 meses
	Financiación	6 meses
	Implementación	1 año
	Total	26 meses
Personal	Eq. de planeación	4 personas
	Costo	\$ 1.160.000
	Total costo	\$ 120.640.000
Recursos	Pág. WEB	\$ 100.000
	Computadores	\$ 12.000.000
	Internet	\$ 300.000
		\$ 134.200.000
	Total costo	\$ 133.040.000

Tabla 7. Gastos de inversión del proyecto Fuente: Elaboración propia

OPEX

Gastos operativos de una empresa, costos relacionados con la operación diaria del negocio, como los costos de materiales, salarios y sueldos de los empleados, alquiler, servicios públicos, publicidad, seguros, entre otros.

Estos gastos son recurrentes y se incurren en el corto plazo para mantener la empresa en funcionamiento. El control efectivo de los gastos operativos es esencial para mantener la rentabilidad de la empresa.

OPEX	
Valor venta m3 agregado reciclado	Volqueta 7 m3
\$ 114.055	\$ 798.385
Valor venta lona de agregado reciclado	Servicio de recolección escombro x lona
\$ 2.851	\$ 2.500
	Servicio de recolección escombro x 7 m3
Lonas por volqueta de 7 m3	\$ 100.000
40	Transporte a planta
	\$ 100.000
Costo RCD procesado	Coste procesado material
8 COP/Kg	\$ 76.800
	Transporte a bodega
	\$ 100.000
	Ingreso por venta de material 7 m3
	\$ 521.585

Tabla 8. Valores de venta de material granular reciclado Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA

El componente informativo de esta asignatura no solo busca una solución a un problema de diseño con componente de innovación, quiere formar un gerente integral que pueda tomar decisiones, implementar, investigar, reconocer, economizar, proponer y sostener una idea, soportada en conceptos técnicos y teóricos para hacer viable un proyecto de diseño.

Esta asignatura me brindo información importante acerca de mis habilidades blandas como futura gerente en cualquier área de diseño o de mi propia empresa, las debilidades y estrategias de comunicación son parte importante de un gerente, ya que aparte del área operativa o de gestión dentro de una empresa hay que saber dirigir, comunicar, controlar y saber liderar un grupo de personas.

GERENCIA ESTRATÉGICA DE DISEÑO

INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Esta asignatura se enfoca en la planeación y el pensamiento estratégico de diseño para generar, mantener y crear una empresa desde la perspectiva gerencial. Genera aspectos básicos, teóricos y prácticos dentro de la creación de una empresa, aplicando estudios políticos, social, demográfico, tecnológico, medio ambiental y cultural para generar una buena oferta de mercadeo al cliente interesado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar empresa
- Crear empresa
- Conformación jurídica ¿Cómo crear?

METODOLOGÍA

La metodología de esta asignatura es teórica y práctica, hace parte del componente específico, en modalidad 100% presencial.

MACRO ENTORNO

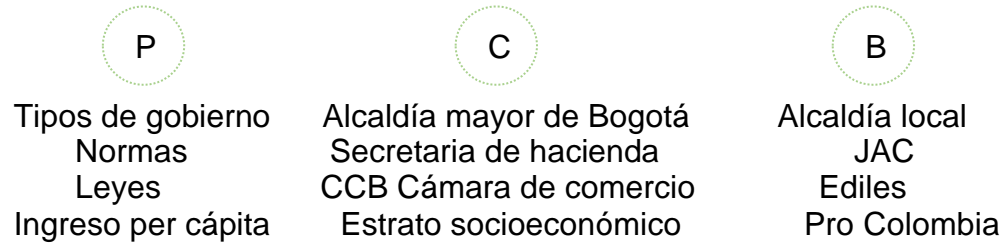
Comprende todo lo que rodea la empresa y no se puede controlar, en este se desarrollan aspectos;



*Ilustración 13. Representación gráfica de Macro entorno
Fuente: Elaboración propia.*

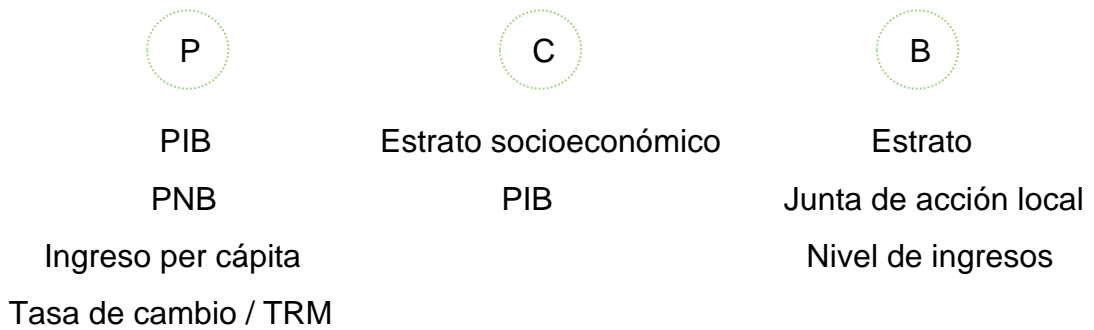
Político

Se analiza en tres escalas a nivel país, ciudad y barrial.



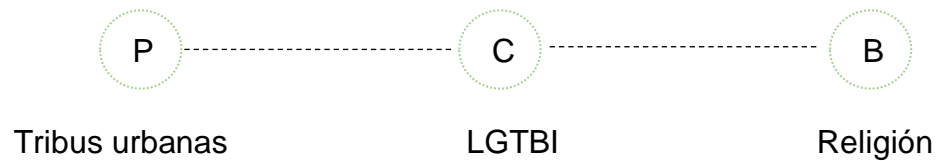
Económico

Allí se determinan decisiones de inversión, gestión, estrategias de mercado y tendencias.



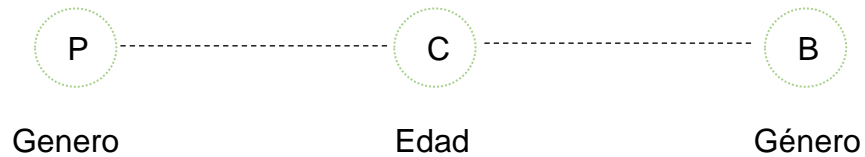
Social – Cultural

Este aspecto se enfoca en las características de la población, estilos de vida, comportamientos e intereses para usar como estrategias de mercadeo.



Demográfico

Se analiza para identificar el perfil de los usuarios.



Medio ambiental;

Se refiere a los insumos o recursos naturales que la empresa necesita para estrategias de marketing, la idea es que sean medios sostenibles, que disminuyan la huella de carbono y la utilización de recursos naturales.

Tecnológico

Se investigan los SVT sistemas de vigilancia tecnológicos, que se están usando en la industria, conexas, diferentes y referentes.

MICRO ENTORNO

Se refiere a todos los aspectos que influyen dentro de la empresa, su objetivo es mantenerse en el mercado, crecer, generar utilidades y ADN.



*Ilustración 14. Representación gráfica de micro entorno
Fuente: Elaboración gráfica*

Organizacional

Objetivo general:

1. Mantenerse en el mercado
2. Crecer
3. Generar utilidades
4. ADN.

Objetivo específico, Objetivo estratégico.

Planeación estratégica; Objetivo ¿Qué?

Estratégico ¿cómo?

Táctica ¿cómo?

Misión; ¿qué? ¿Cómo? ¿En dónde? ¿A quién?

Visión; Medible, alcanzable.

Filosofía; políticas, valores.

Organigrama; estructuras de mando, vertical, horizontal, circular.

Financiero; corresponde a los balances;

ACTIVO: PASIVO + PATRIMONIO

Activo: Todo lo que tengo

Pasivo: Todo lo que debo

Patrimonio: Todo lo que es mío

Presupuesto; Costeo, presupuesto de ventas, producción, financiero, mercadeo, nomina.

I + D (I) Investigación y desarrollo, el clúster horizontal tienen un fin en común, clúster vertical corresponde a una cadena productiva.

RR/HH; Es el área que se encarga de la contratación y el manejo del personal dentro de la empresa, por convocatoria externa, interna o terceros. Se encarga de las convocatorias, proceso de selección, capacitación.

Capacidad instalada; maquinaria, tiempos y movimientos, lo que se hace y como lo puedo hacer.

UBICACIÓN EMPRESARIAL

Este estudio se hace principalmente para ubicar estratégicamente y legalmente una empresa, para evitar inconvenientes con el uso del suelo y la actividad económica de la empresa y para ello se debe consultar y tramitar ante las siguientes entidades;

POT curaduría urbana

Vigilancia; Alcaldía local, autoridades policiales, comunidad.

ENTIDADES Y TRAMITES

DIAN es la encargada de los ingresos del país, **RUT** y **NIT**.

Superintendencia de industria y comercio; encargada de registro de marca, consulta de marca y registro de patentes.

Secretaría distrital de ambiente, encargada de permiso de vertimiento, emisiones y licencia ambiental.

Cuerpo oficial de bomberos, encargada de la revisión técnica de seguridad

Secretaría distrital de salud, encargada de curso de manipulación de alimentos.

Secretaría de hacienda distrital, RIT y registro.

Invima, allí se hace la solicitud de registro sanitario.

Sayco y Acinpro, derecho de ejecución de obras musicales.

CONFORMACIÓN JURÍDICA

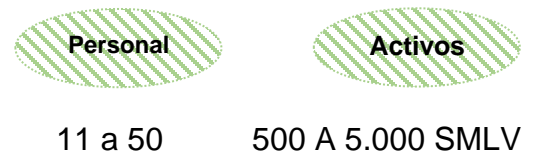
Mi pymes; pequeñas, medianas y microempresas.

Pymes; micro, pequeñas y medianas empresas.

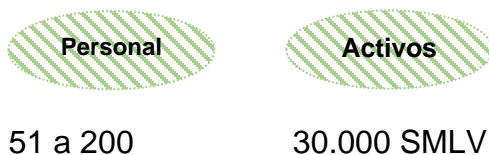
Micro empresa



Pequeña empresa



Mediana empresa



La conformación jurídica de una empresa se divide según el número de socios de la siguiente manera;

Persona natural

Ventajas

- Tener o no registro mercantil ante cámara y comercio
- No paga impuestos
- Su razón social es su nombre

Desventajas

- Responde con todo patrimonio en caso de queda en quiebra

Empresa unipersonal; acompañado de las siglas (E.U)

Ventajas

- Una o varias personas jurídicas que crean un tercer representante jurídico
- Protege el patrimonio
- Responde limitadamente

Desventajas

- Documento privado de constitución; nombre, documento y domicilio.

Fundación

Ventajas

- Sin ánimo de lucro
- Debe reinvertir las utilidades en el objeto social es decir a lo que se dedica

Desventajas

- No hay límite de sueldos

Sociedad comercial

Ventajas

- Comercializar acciones libremente

Desventajas

- Actas y asamblea
- Revisión fiscal obligatoria y rigurosa

Empresas asociativas de trabajo (E.A.T)

Ventajas

- Incrementar capacidad de producción
- Reducir costos operativos
- Máximo 20 socios

Desventajas

- Disolución por reducción de miembros
- Capacidad laboral ilimitada de los miembros

Sociedad de responsabilidad limitada (Ltda.)

Ventajas

- El capital se divide en partes iguales
- Capital social bajo
- Tramites rápidos y sencillos
- Ventajas fiscales

Desventajas

- No hay acciones
- Largo proceso de constitución

Sociedad anónima

Ventajas

- No se sabe quiénes son los socios
- Acciones de igual valor para todos los socios
- Mínimo 5 accionistas
- Conformada por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas y son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Capital autorizado; lo máximo del capital
- Capital suscrito; lo que tengo
- Capital pagado; definir cierto tiempo

Sociedad colectiva

Ventajas

- Nombre completo de uno de los socios, seguido de las expresiones “y compañía” “hermanos” e hijos.

Desventajas

- Los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- Cada socio tendrá voz y voto en las decisiones de la junta sin importar su rol dentro de la sociedad.

Sociedad accionista simplificada (S.A.S)

Ventajas

- Unipersonal
- Constitución por documento privado
- Termino de duración indefinido
- Objeto social indeterminado; su orden es por mayor ingreso
- Libertad de organización
- Voto múltiple
- No es obligatorio la revisoría fiscal ni junta directiva
- Elimina límites sobre distribución de utilidades

Desventajas

- Solo un emprendedor puede ser el representante legal.

PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN COLOMBIA

Elaborar la minuta de la constitución de la empresa en la CCB

- Tramitar el certificado de Homonimia en la CCB
- Elaboración de la escritura pública de constitución en la notaria publica
- Expedición del NIT y el RUT

FÓRMULAS DE DESARROLLO FINANCIERO

COSTEO

PRECIO

$$P: \frac{C}{(1-MC)}$$

P: Precio

C: Costo

MC: Margen de contribución

IVA para PVC

$$PVC * 1.19$$

PVC: Precio de venta al canal

P: Precio

PRESUPUESTO DE VENTAS

Es un estimado de ventas durante cierto tiempo.

INGRESO OPERACIONAL

Es el ingreso de la compañía de mi objeto social (actividad).

$$ING\ OP.: QV * PVC\ O\ PVP$$

QV: Cantidad de ventas

PVC: precio de venta al canal

PVP: precio de venta al publico

CRECIMIENTO DE VENTAS

$$: QV\ del\ mes\ anterior * (1 + \%C)$$

%C: Porcentaje de crecimiento o decrecimiento

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Es el estimado de cuantas unidades se van a hacer, proyección de producción para suplir nuestra clientela.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN ANUAL

PPTO VTAS: Presupuesto de ventas

S.F.E.: Stock final esperado

S.I.: Stock inicial

STOCK FINAL

Las unidades que quiero que siempre estén en mi bodega.

PPTO VENTAS: presupuesto de ventas

PPTO PROD: presupuesto de producción

S.I.: Stock inicial

EJERCICIO PRACTICO

COSTOS DE PRODUCCION												
Línea de calzado	BOTAS LARGA			MC	BOTA 3/4			MC	ZAPATO TACON			MC
Costos de P.			38%			35%			35%			28%
Materia Prima	UNIDADES TECNICAS	COSTO	CVUT	UNIDADES TECNICAS	COSTO	CVUT	UNIDADES TECNICAS	COSTO	CVUT	UNIDADES TECNICAS	COSTO	CVUT
Cuero (dm)	50	\$ 600	\$ 30.000	35	\$ 600	\$ 21.000	25	\$ 600	\$ 15.000	25	\$ 600	\$ 15.000
Badana (pies)	6,5	\$ 1.100	\$ 7.150	4,5	\$ 1.100	\$ 4.950	3,5	\$ 1.100	\$ 3.850	3,5	\$ 1.100	\$ 3.850
Tacones (par)	1	\$ 2.500	\$ 2.500	1	\$ 2.500	\$ 2.500	1	\$ 2.500	\$ 2.500	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Hilo (cono)	0,01	\$ 10.000	\$ 100	0,01	\$ 10.000	\$ 100	0,01	\$ 10.000	\$ 100	0,01	\$ 10.000	\$ 100
Suela (par)	1	\$ 1.700	\$ 1.700	1	\$ 1.700	\$ 1.700	1	\$ 1.700	\$ 1.700	1	\$ 1.700	\$ 1.700
Plantilla Prefabricada (pa	1	\$ 1.100	\$ 1.100	1	\$ 1.100	\$ 1.100	1	\$ 1.100	\$ 1.100	1	\$ 1.100	\$ 1.100
Fibra Puntera (par)	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100
Fibra Forro (par)	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100	1	\$ 100	\$ 100
Hebillas (par)	1	\$ 300	\$ 300	1	\$ 300	\$ 300	1	\$ 300	\$ 300	1	\$ 300	\$ 300
Cremallera (par)	1	\$ 300	\$ 300	1	\$ 300	\$ 300	0	\$ 300	\$ -	0	\$ 300	\$ -
Cerco (par)	1	\$ 350	\$ 350	1	\$ 350	\$ 350	1	\$ 350	\$ 350	1	\$ 350	\$ 350
Pegante (galón)	0,023	\$ 17.350	\$ 403	0,023	\$ 17.350	\$ 403	0,023	\$ 17.350	\$ 403	0,023	\$ 17.350	\$ 403
Solución (galón)	0,023	\$ 9.140	\$ 213	0,023	\$ 9.140	\$ 213	0,023	\$ 9.140	\$ 213	0,023	\$ 9.140	\$ 213
Puntilla (libra)	0,010	\$ 2.000	\$ 20	0,010	\$ 2.000	\$ 20	0,010	\$ 2.000	\$ 20	0,010	\$ 2.000	\$ 20
Hiladillo (cono)	0,005	\$ 16.000	\$ 80	0,005	\$ 16.000	\$ 80	0,005	\$ 16.000	\$ 80	0,005	\$ 16.000	\$ 80
Tintas (galón)	0,002	\$ 42.100	\$ 84	0,002	\$ 42.100	\$ 84	0,002	\$ 42.100	\$ 84	0,002	\$ 42.100	\$ 84
Brillos (galón)	0,010	\$ 9.000	\$ 90	0,010	\$ 9.000	\$ 90	0,010	\$ 9.000	\$ 90	0,010	\$ 9.000	\$ 90
Disolventes (galón)	0,009	\$ 17.850	\$ 161	0,009	\$ 17.850	\$ 161	0,009	\$ 17.850	\$ 161	0,009	\$ 17.850	\$ 161
	TOTAL	\$ 44.751		TOTAL	\$ 33.551		TOTAL	\$ 26.151		TOTAL	\$ 26.151	
	P	\$ 72.179		P	\$ 51.617		P	\$ 40.232		P	\$ 36.321	
	PVC	\$ 85.893		PVC	\$ 61.424		PVC	\$ 47.877		PVC	\$ 43.222	

Tabla 9. Costos de producción Fuente: Elaboración propia

		10%	0%	30%	20%	-35%	10%	0%	15%	20%	45%	-28%	
PPTO VTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PRODUCTO
BOTA LARGA	350	385	385	501	601	390	429	429	494	593	859	619	6035
BOTA 3/4	320	352	352	458	549	357	393	393	452	542	786	566	5518
ZAPATO TACÓN	290	319	319	415	498	323	356	356	409	491	712	513	5000
ZAPATO BAJO	260	286	286	372	446	290	319	319	367	440	638	460	4683
TOTAL MES	1220	1342	1342	1745	2094	1361	1497	1497	1721	2066	2995	2157	21036

INGRESOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PRODUCTO
BOTA LARGA	\$ 30.062.605	\$ 33.068.866	\$ 33.068.866	\$ 42.989.526	\$ 51.587.431	\$ 33.531.830	\$ 36.885.013	\$ 36.885.013	\$ 42.417.765	\$ 50.901.318	\$ 73.806.911	\$ 53.140.976	\$ 518.346.121,06
BOTA 3/4	\$ 19.655.758	\$ 21.621.334	\$ 21.621.334	\$ 28.107.734	\$ 33.729.281	\$ 21.924.032	\$ 24.116.436	\$ 24.116.436	\$ 27.733.901	\$ 33.280.681	\$ 48.256.988	\$ 34.745.031	\$ 338.908.943,80
ZAPATO TACÓN	\$ 13.884.200	\$ 15.272.620	\$ 15.272.620	\$ 19.854.406	\$ 23.825.287	\$ 15.486.436	\$ 17.035.080	\$ 17.035.080	\$ 19.590.342	\$ 23.508.411	\$ 34.087.195	\$ 24.542.781	\$ 239.394.457,46
ZAPATO BAJO	\$ 11.237.690	\$ 12.361.460	\$ 12.361.460	\$ 16.069.897	\$ 19.283.877	\$ 12.534.520	\$ 13.787.972	\$ 13.787.972	\$ 15.856.168	\$ 19.027.401	\$ 27.589.732	\$ 19.864.607	\$ 193.762.755,32
TOTAL MES	\$ 74.840.254	\$ 82.324.279	\$ 82.324.279	\$ 107.021.563	\$ 128.425.875	\$ 83.476.819	\$ 91.824.501	\$ 91.824.501	\$ 105.598.176	\$ 126.717.811	\$ 183.740.826	\$ 132.293.395	\$ 1.290.412.278

Tabla 10.Presupuesto de ventas Fuente: Elaboración propia.

# EMPLEADOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
P PRO BOTA LARGA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S 1	20	175	295	415	419	324	438	514	590	601	513	159
PPTO VTAS	350	385	385	501	601	390	429	429	494	593	859	619
PPTO DE PROD	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505	505
S F	175	295	415	419	324	438	514	590	601	513	159	45
DIFERENCIA	130	250	370	374	279	393	469	545	556	468	114	0

PPTO PROD BOTA 3/4	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
S 1	15	227	407	587	661	644	686	693	699	647	504	117
PPTO VTAS	320	352	352	458	549	357	393	393	452	542	786	566
PPTO DE PROD	532	532	532	532	532	399	399	399	399	399	399	481
S F	227	407	587	661	644	686	693	699	647	504	117	32
DIFERENCIA	195	375	555	629	612	654	661	667	615	472	85	0

PPTO PROD ZAPATO TACÓN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
S 1	12											
PPTO VTAS	290											
PPTO DE PROD												
S F												
DIFERENCIA												

Tabla 11.Presupuesto de producción Fuente: Elaboración propia.

NÓMINA													SMLV 2022	\$ 1.000.000										
OPERARIO																								
SUELDO	\$ 1.160.000																							
COMISIÓN																								
HORAS EXTRAS																								
SALARIO BASE	\$ 1.160.000																							
SALUD	\$ 98.600	8,50%																						
PENSIÓN	\$ 139.200	12%																						
ARL	\$ 6.032	0,52%																						
PARAFISCALES	\$ 104.400	9%																						
AUX TRANSPORTE	\$ 140.606																							
SALARIO MES	\$ 1.648.838																							
OPERARIO 1													ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE
SALARIO MES	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838									
INT DE CESANTIA	\$ 120.000																							
CESANTIA		\$ 1.000.000																						
PRIMA						\$ 580.000									\$ 580.000									
TOTAL OPERARIO 1	\$ 1.768.838	\$ 2.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 2.228.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 1.648.838	\$ 2.228.838	\$ 22.066.056									
															\$ 1.838.838									
OPERARIO 2													ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE
SALARIO MES	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518									
INT DE CESANTIA	\$ 201.600																							
CESANTIA		\$ 1.680.000																						
PRIMA						\$ 1.185.938									\$ 197.656									
TOTAL OPERARIO 2	\$ 3.426.118	\$ 4.904.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 4.410.455	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.224.518	\$ 3.422.174	\$ 41.959.408									
															\$ 3.496.617									
COMERCIAL													ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE
SUELDO	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000									
COMISIÓN	\$ 2.245.208	\$ 2.469.728	\$ 2.469.728	\$ 3.210.647	\$ 3.852.776	\$ 2.504.305	\$ 2.754.735	\$ 2.754.735	\$ 3.167.945	\$ 3.801.534	\$ 5.512.225	\$ 3.968.802	\$ 3.968.802	\$ 3.968.802										
HORAS EXTRAS																								
SALARIO BASE	\$ 3.245.208	\$ 3.469.728	\$ 3.469.728	\$ 4.210.647	\$ 4.852.776	\$ 3.504.305	\$ 3.754.735	\$ 3.754.735	\$ 4.167.945	\$ 4.801.534	\$ 6.512.225	\$ 4.968.802	\$ 4.968.802											
SALUD	\$ 275.843	\$ 294.927	\$ 294.927	\$ 357.905	\$ 412.486	\$ 297.866	\$ 319.152	\$ 319.152	\$ 354.275	\$ 408.130	\$ 553.539	\$ 422.348	\$ 422.348											
PENSIÓN	\$ 389.425	\$ 416.367	\$ 416.367	\$ 505.278	\$ 582.333	\$ 420.517	\$ 450.568	\$ 450.568	\$ 500.153	\$ 576.184	\$ 781.467	\$ 596.256	\$ 596.256											
ARL	\$ 16.875	\$ 18.043	\$ 18.043	\$ 21.895	\$ 25.234	\$ 18.222	\$ 19.525	\$ 19.525	\$ 21.673	\$ 24.968	\$ 33.864	\$ 25.838	\$ 25.838											
PARAFISCALES	\$ 292.069	\$ 312.276	\$ 312.276	\$ 378.958	\$ 436.750	\$ 315.387	\$ 337.926	\$ 337.926	\$ 375.115	\$ 432.138	\$ 586.100	\$ 447.192	\$ 447.192											
AUX TRANSPORTE																								
SALARIO MES	\$ 4.219.419	\$ 4.511.341	\$ 4.511.341	\$ 5.474.683	\$ 6.309.580	\$ 4.556.297	\$ 4.881.906	\$ 4.881.906	\$ 5.419.162	\$ 6.242.955	\$ 8.467.195	\$ 6.460.436	\$ 6.460.436											
INT DE CESANTIA	\$ 300.000																							
CESANTIA		\$ 2.500.000																						
PRIMA						\$ 1.896.033								\$ 2.329.998										
TOTAL OPERARIO 2	\$ 4.519.419	\$ 7.011.341	\$ 4.511.341	\$ 5.474.683	\$ 6.309.580	\$ 6.452.329	\$ 4.881.906	\$ 4.881.906	\$ 5.419.162	\$ 6.242.955	\$ 8.467.195	\$ 8.790.434	\$ 8.790.434											
														\$ 72.962.252										
														\$ 6.080.188										
SALARIO PROM SEMESTRE						\$ 3.792.065								\$ 4.659.996										
TOTAL NOMINA	\$ 9.714.375	\$ 14.564.697	\$ 9.384.697	\$ 10.348.039	\$ 11.182.936	\$ 13.091.623	\$ 9.755.262	\$ 9.755.262	\$ 10.292.518	\$ 11.116.311	\$ 13.340.551	\$ 14.441.446	\$ 14.441.446	\$ 136.987.716										

Tabla 12. Nomina Fuente: Elaboración propia

GASTOS DE INICIO

GASTOS DE INICIO		
ITEM	VALOR	% PARTICIPACIÓN
MAQUINARIA	\$ 90.000.000	67%
MOBILIARIO	\$ 25.000.000	19%
REMODELACIÓN	\$ 10.000.000	7%
ADECUACIÓN	\$ 6.000.000	4%
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	\$ 2.200.000	2%
CAJA MENOR	\$ 500.000	0%
RESERVA LEGAL		0%
TOTAL GASTO INICIACIÓN	\$ 133.700.000	100%

Tabla 13. Gastos de inicio Fuente: Elaboración propia.

GASTOS DE MERCADEO

GASTOS DE MERCADEO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS												
INV MCDOS		\$ 1.500.000										
ETNOGRAFÍA DIGITAL					\$ 4.000.000				\$ 4.000.000			
PAUTA RADIAL				\$ 5.000.000								
AFICHES						\$ 500.000						
EVENTO DE LANZAMIENTO	\$ 12.000.000											
PROMOCIÓN VTAS												\$ 6.500.000
TOTAL GASTOS DE MCDEO	\$ 12.000.000	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 5.000.000	\$ 4.000.000	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ 4.000.000	\$ -	\$ -	\$ 6.500.000

Tabla 14. Gastos de mercadeo Fuente: Elaboración propia.

JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000
\$ 450.000			\$ 450.000			\$ 450.000
\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000
\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000
\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000
\$ 7.000.000						\$ 7.000.000
\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
						\$ 35.000.000
\$ 17.480.000	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 10.480.000	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 52.480.000

Tabla 15. Gastos fijos y Costos fijos Fuente: Elaboración propia

GASTO FINANCIERO

GASTO FINANCIERO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
CUOTA DE MANEJO	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000
CHEQUERA	\$ 120.000					\$ 120.000						
TRANSFERENCIAS	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000
CERTIFICACIONES BANCARIAS												
CONVENIOS DE CONSIGNACIÓN												
CUOTA CRÉDITO												
TOTAL GASTOS FINANCIERO	\$ 210.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 210.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000

Tabla 16. Gastos financieros Fuente: Elaboración propia.

FLUJO DE CAJA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
INGRESO OPERACIONAL												
BOTA LARGA	\$ 30.062.605	\$ 33.068.866	\$ 33.068.866	\$ 42.989.526	\$ 51.587.431	\$ 33.531.830	\$ 36.885.013	\$ 36.885.013	\$ 42.417.765	\$ 50.901.318	\$ 73.806.911	\$ 53.140.976
BOTA 3/4	\$ 19.655.758	\$ 21.621.334	\$ 21.621.334	\$ 28.107.734	\$ 33.729.281	\$ 21.924.032	\$ 24.116.436	\$ 24.116.436	\$ 27.733.901	\$ 33.280.681	\$ 48.256.988	\$ 34.745.031
ZAPATO TACÓN	\$ 13.884.200	\$ 15.272.620	\$ 15.272.620	\$ 19.854.406	\$ 23.825.287	\$ 15.486.436	\$ 17.035.080	\$ 17.035.080	\$ 19.590.342	\$ 23.508.411	\$ 34.087.195	\$ 24.542.781
ZAPATO BAJO	\$ 11.237.690	\$ 12.361.460	\$ 12.361.460	\$ 16.069.897	\$ 19.283.877	\$ 12.534.520	\$ 13.787.972	\$ 13.787.972	\$ 15.856.168	\$ 19.027.401	\$ 27.589.732	\$ 19.864.607
TOTAL MES	\$ 74.840.254	\$ 82.324.279	\$ 82.324.279	\$ 107.021.563	\$ 128.425.875	\$ 83.476.819	\$ 91.824.501	\$ 91.824.501	\$ 105.598.176	\$ 126.717.811	\$ 183.740.826	\$ 132.293.995
EGRESO OPERACIONAL												
BOTA LARGA	\$ 22.598.455	\$ -	#¡VALOR!	\$ 16.942.663	\$ -	#¡VALOR!	\$ 13.205.800	\$ -	#¡VALOR!	\$ 13.205.800	\$ -	\$ -
BOTA 3/4	\$ 17.849.162	\$ -	#¡VALOR!	\$ 13.912.362	\$ -	#¡VALOR!	\$ 10.434.272	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ZAPATO TACÓN	\$ 13.912.362	\$ -	#¡VALOR!	\$ 13.912.362	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ZAPATO BAJO												
NOMINA	\$ 9.714.375	\$ 14.564.697	\$ 9.384.697	\$ 10.348.039	\$ 11.182.936	\$ 13.091.623	\$ 9.755.262	\$ 9.755.262	\$ 10.292.518	\$ 11.116.311	\$ 13.340.551	\$ 14.441.446
GASTOS DE INICIO	\$ 133.700.000											
GASTOS DE MERCADEO	\$ 12.000.000	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 5.000.000	\$ 4.000.000	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ 4.000.000	\$ -	\$ -	\$ 6.500.000
CF Y GF	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 10.480.000	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 17.480.000	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 10.480.000	\$ 10.030.000	\$ 10.030.000	\$ 52.480.000
GASTO FINANCIERO	\$ 210.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 210.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000
TOTAL EGRESO OPERACIONAL	\$ 220.014.355	\$ 26.184.697	#¡VALOR!	\$ 70.235.426	\$ 25.302.936	#¡VALOR!	\$ 43.515.334	\$ 19.875.262	#¡VALOR!	\$ 34.442.110	\$ 23.460.551	\$ 73.511.446
INGRESO NO OPERACIONAL												
APORTES SOCIOS												
INVERSIONES												
CREDITOS												
TOTAL INGRESO NO OPERACIONAL												
EGRESO NO OPERACIONAL												
DIVIDENDOS												
RENDIMINENTOS INVERSIONES												
OTRO EGRESOS												
TOTAL EGRESO NO OPERACIONAL												
SALDO DEL PERIODO												
SALDO DEL PERIODO ANTERIOR												
SALUD TOTAL NO NEGATIVO												

Tabla 17. Flujo de caja Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA

Esta asignatura nos proporciona las bases necesarias para realizar un análisis profundo sobre la creación de un negocio y todo lo que ello implica, desde estudios de mercado hasta presupuestos; además de enseñarnos cómo conformar legalmente una empresa y elegir, según nuestras posibilidades, el tipo de organización adecuado.

El contenido de esta asignatura nos indica conceptos y nociones sobre la idea de negocio, cómo hacer un análisis demográfico para comprobar la viabilidad del proyecto en el lugar de implementación. Además, se busca consolidar una propuesta económicamente viable y sostenible a largo plazo, lo que nos permitirá administrar eficaz y responsablemente nuestro negocio.

PERSPECTIVAS CONTEMPORÁNEAS EN CAMPOS CREATIVOS

INTRODUCCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura representa la trayectoria y confluencia de los campos de estudio cultivados en y por la Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano a través de sus Áreas Académicas de: Artes, Arquitectura, Diseños y Publicidad.

El panorama formativo y de investigación-creación de este espacio académico, busca la integración de diversidades y perspectivas tanto de lo contemporáneo como de la creación y sus procesos.

La asignatura se presenta a través de los siguientes ejes de reflexión y acción donde se establecen correlaciones que definen los ámbitos disciplinares contemporáneos. Estos son:

- Perspectivas en la Creación Contemporánea
- Intersecciones Contemporáneas: espacio, territorio y habitabilidad
- Arte, Ciencia y Tecnología
- Época-Épica: Estética y Poética en la Creación Contemporánea

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar esta asignatura estaremos en la capacidad de:

Comparar y contrastar diversos modos de creación contemporánea a través del estudio de casos de varios creadores y así ampliar su propia perspectiva.

Transferir a sus proyectos y prácticas, procesos creativos diferentes a los usados comúnmente en sus disciplinas de base, a partir de la identificación y el análisis de diversas perspectivas de creación contemporánea

Formular un proceso analítico inspirado en las sesiones teóricas y prácticas a través del desarrollo de un dispositivo analítico y proponer una nueva aplicación inédita de la obra analizada.

METODOLOGÍA

La asignatura se imparte en modalidad virtual, se usan los encuentros virtuales o tutorías para promover interacciones significativas entre los participantes tales como: sesiones de exposiciones, retroalimentación, trabajo colaborativo, intercambio de saberes y actividades prácticas.

Estudios de caso. El grupo de estudiantes deberá seleccionar un autor/a contemporáneo/a del contexto nacional, regional o local (matriz de sistematización y dispositivo analítico). Se debe poder reconocer claramente el proceso de creación, los recursos utilizados, los tiempos y la información básica requerida para tomar las decisiones más relevantes durante el proceso de análisis.

Lecturas. Se presentan lecturas básicas sobre perspectivas de creación contemporánea necesarias para la comprensión general de los modos de crear en las disciplinas asociadas a la Facultad de Artes y Diseño

Audiovisuales. Se presentan audiovisuales sobre creadores contemporáneos y sus principales obras, para poder comparar y contrastar sus diversos modos de creación.

MUSEO CASA MEMORIA MEDELLÍN

CONTEXTO

Fue creado en el año 2006, se genera a partir de una iniciativa del programa de atención a víctimas del conflicto armado de la alcaldía de Medellín, con el fin de contribuir al ejercicio de la memoria generando espacios y escenarios de dialogo abiertos para la comunidad donde generen temas críticos y reflexivos para la superación y concientización del conflicto armado y la violencia que ha sufrido Colombia y Antioquia en particular.

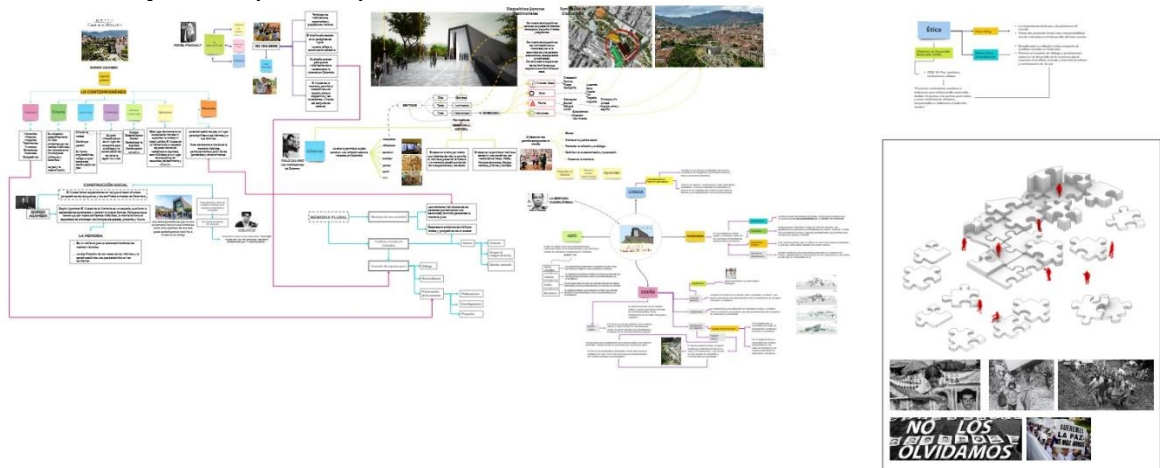


Ilustración 15. Dispositivo analítico de casa memoria Medellín Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la sistematización de la obra se conocen datos específicos de creación, a partir de ello se empieza a generar una investigación analítica de la obra, con un enfoque en específico que es el tema de la violencia y el conflicto armado en Antioquia.

MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN		
<p>Esta matriz de sistematización de obras de creación en arte, arquitectura, diseño, publicidad, u otras formas asimilables de producción de conocimiento, en el contexto de la asignatura Perspectivas Contemporáneas en Campos Creativos, tiene como objetivo recopilar la información básica necesaria de una obra para organizarla por categorías de análisis, poder así comprender los modos en que operan los procesos de creación de sus autores(as), y poder identificar métodos y estrategias para transferir y ampliar los propios modos de creación. Esta herramienta más que un formato, es un insumo que sirve como guía para el análisis crítico de los métodos que subyacen a la creación en diversas disciplinas, y tiene como propósito formular unas categorías básicas de análisis, las cuales se pueden completar de acuerdo con el criterio del grupo de trabajo, en función del tipo de información que se pueda obtener de la obra que se va a analizar</p>		
G14	DESCRIPTOR	<p>OBRA 1</p> <p>Elegir colectivamente una obra de un creador local, regional o nacional -que sea acordada por el grupo- y que les permita abordar el análisis del proceso de creación con la que dicha obra fue desarrollado. Tengan en cuenta que requiere tener acceso y contar con información suficiente y relevante de la obra seleccionada.</p>
<p>1. DATOS GENERALES (El tono del texto puede ser descriptivo)</p>	Autores Nombre de la obra / Año de creación / Lugar	<p>Autor: Juan David Botero Nombre: Museo Casa de la Memoria Año: 2011 Lugar: Comuna 10 de Medellín</p>
	Disciplina(s) involucradas	<p>¿Qué es lo contemporáneo? CONCEPTOS 9 MARZO "Es el contemporáneo que ha despedazado las vértebras de su tiempo (o, de todos modos, ha percibido la falla o el punto de rotura), él hace de esta fractura el lugar de una cita y de un encuentro entre los tiempos y las generaciones" Transformación del espacio público Social Política Arquitectura Paz Reconciliación víctimas Memoria plural Contenido Contenedor Pedagógico Historia Cultura Arte memoria</p>
	Descripción de la obra	<p>Propósitos Transformar hechos violentos en reflexiones sociales "En el Museo aportamos a la construcción una memoria plural sobre el conflicto armado y sus violencias relacionadas, para entender lo que está ocurriendo en nuestra sociedad, fortalecer la vida, reencontrar la esperanza, creer en el futuro y transformar." Página oficial de Museo Casa de la Memoria</p> <p>Describe los aspectos característicos de la obra, técnicas, materiales, propósitos, o los aspectos más relevantes que la identifiquen.</p> <p>Materiales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura metálica 2. Concreto 3. Polietileno 4. Mantos 5. Impermeabilizaciones 6. Paneles de yeso

<p>2. Metodología (El tono del texto debe ser analítico-deductivo, evite la descripción simple)</p>	<p>Concepto ¿Cuál es la esencia que define y caracteriza la obra? Describa cuáles son las principales ideas, teorías, apuestas, principios o inspiraciones que motivaron la creación de la obra.</p>	<p>“El reto de hacer memoria para reparar a las víctimas y reconocer su dignidad, para sembrar en la sociedad la semilla de la paz y de la no repetición, para reconciliarnos y poder volver a mirarnos a los ojos”. Fuente: Pagina web del Centro de Medellín Está dedicado a preservar la memoria de las víctimas del conflicto armado que ha afectado a Colombia durante décadas. El museo busca contribuir a la construcción de una cultura de paz y respeto por los derechos humanos en el país. "Casa y museo pensados en función de las víctimas y del reconocimiento de su dignidad. Un hogar que se abre a los victimarios por iniciativa de las propias víctimas, de quienes nos queda como ejemplo y testimonio su enorme capacidad y disposición para el perdón y la reconciliación, como una clara invitación a derrotar la más brutal de nuestras desgracias: la indiferencia." Fuente: Pagina web del Centro de Medellín</p>
	<p>Contexto ¿Cuál es el problema, la necesidad, oportunidad, o el cuestionamiento inicial del cual parte la obra de creación? ¿A quién está dirigida? ¿Cómo es el entorno en el que se sitúa la obra? Defina el marco general del proyecto, formule la problemática, los retos, o propósitos que lo inspiran.</p>	<p>El proyecto hace parte del plan maestro del PUI Centroriental, ubicado en el entorno del barrio Boston en la comuna 10, entre las carreras 39 y 36 con calle 54 (Caracas) y calle 51 (la playa). Se presentó un deterioro en el sector, debido a la presencia de vivienda no planeadas y la implementación incorrecta de los recursos naturales ¿Entorno en el que se sitúa la obra ? El proyecto surge como un elemento conmemorativo a los 200 años de Independencia de Colombia. Impacto Social Proyecto Urbano Ambiental Necesidad Espacial Recuperar la Quebrada Santa Elena, que posee un carácter histórico para la ciudadanía y es un elemento natural jerárquico en la estructura ambiental Recuperación del espacio físico y ambiental de la Quebrada Santa Elena Oportunidad Siembra de flora nativa Diseño paisajístico</p>
	<p>Proceso de creación-ideación ¿Cuáles fueron los pasos, fases o etapas del proceso de generación de ideas que fueron conformando la obra, desde la fase inicial hasta el planteamiento general de la misma? Describa el proceso de generación de las principales ideas que conformaron la obra. Identifique los modos y estrategias de exploración creativa que la originaron.</p>	<p>2015 2011 2007 2009 2013 se crea el Museo Casa de la Memoria como establecimiento público. Se inicia el proceso de diseño y construcción del centro de documentación del museo. 2005 Se realizan las primeras actividades culturales y pedagógicas con la comunidad Surge la creación de una sala para la memoria seguida de la creación de un museo. Se sugiere y se expresa un lugar para la memoria de las personas víctimas de conflicto armado 2022 Se inicia la convocatoria estímulos 2022. 2014 Se expide la ley de víctimas e inicia la construcción del proyecto. 2012 2016 Con la secretaría de cultura de Antioquia, se inicia el programa de convocatorias públicas de estímulos. 2008 2021 2004 2006 El proyecto se incluye en el plan de desarrollo 2008-2011 para su construcción. Se realizan las conversaciones de la Comisión de la Verdad, sobre conflicto, paz y verdad. Se inaugura el proyecto. La Alcaldía de Medellín crea el proyecto de Víctimas del Conflicto Armado. Se inicia ejercicios de memoria histórica. se inicia el trabajo con la comunidad, jóvenes, víctimas y artistas para la creación colectiva de memorias. 2010 Se realizan talleres y consultas en comunas, corregimientos donde interactúan las personas. 2020</p>

	<p>2017 Acuerdo municipal 045 de 2006 Recibe el premio de la Organización Images an Voices Of Hope. Se hacen las actividades virtuales por la pandemia.</p> <p>2019 Comienza la actualización de la sala memorias de violencia y resistencia.</p> <p>2018 Inician las exposiciones itinerantes con el proyecto haciendo memoria.</p>
<p>Proceso de producción</p> <p>¿Cómo se produjo la obra? Identifique las técnicas, materiales y procesos productivos involucrados. Describa los bocetos, dibujos, planos, maquetas, modelos, o prototipos utilizados durante el proceso de producción.</p>	<p>Fuente: ARCG DAILU. https://www.archdaily.co/co/772535/museo-casa-de-la-memoria-juan-david-botero#:~:text=La%20estructura%20ser%C3%A1%20mixta%2C%20p%C3%B3rticos,fachadas%20y%20cubierta%20del%20edificio. Maqueta de la obra: año 2009Inicia la construcción en el año 2011</p> <p>Materiales de la obra:La estructura del Museo Casa de la Memoria es mixta, tiene pórticos y losas de concreto. Esta envuelto por un estructura metálica.</p> <p>La obra tiene un ángulo para evitar la directa luz del sol, haciendo que los lucernarios creen una adecuada iluminación con luz natural indirecta.</p> <p>Material principal concreto</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura metálica 2. Concreto 3. Polietileno 4. Mantos 5. Impermeabilizaciones 6. Paneles de yeso <p>Arquitecto: Juan David Botero Área: 21.000 mts2 Año: 2011 ciudad: Medellín (comuna 10) Dirección: Carreras 39 y 36 con calle 54 y calle 51 ARCH, DAILY. Museo Casa de la Memoria / Juan David Botero [FOTOS]. https://www.archdaily.co/co/772535/museo-casa-de-la-memoria-juan-david-botero#:~:text=La%20estructura%20ser%C3%A1%20mixta%2C%20p%C3%B3rticos,fachadas%20y%20cubierta%20del%20edificio.</p>
<p>Pruebas o comprobaciones</p> <p>¿Cuáles fueron los procesos de validación de las ideas previas hasta llegar a la obra final?</p>	<p>Inicio de la idea de la obra</p> <p>La obra surgió como un lugar de conmemoración a las víctimas de la violencia. Un espacio que posibilitan la reconstrucción y difusión de la memoria histórica, con el fin de presentar exposiciones museográficas, con el objetivo de transformar hechos violentos en aprendizajes sociales.La obra es un espacio para el reconocimiento mutuo y la construcción de paz por medio de lenguajes comunitarios, artísticos y culturales.</p> <p>Fuente: Museo Casa de la memoria https://www.museocasadelamemoria.gov.co/</p>
<p>Referencias</p> <p>Procure utilizar diversos medios de información como: páginas, sitios, artículos, libros, videos, películas, entrevistas, blogs, podcasts, entre otros. Utilice normas APA para referencias, bibliografías, citas y demás. Enlace normas Apa en las recomendaciones de este tablero.</p>	<p>ACI Medellín. (19 de marzo 2019) Museo Casa de la Memoria una historia de Memoria, inclusión y reconciliación en Medellín. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=6ZWGiz8VsEU</p> <p>Telemedellín. (30 junio 2020) Museo CASA DE LA MEMORIA [Mientras todo pasa] Telemedellín. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=E8eJuWQ1f1M</p> <p>JFK Cooperativa Financiera (16 de junio 2017) Museo Casa de la Memoria: Simbolismo y reflexión a partir del conflicto. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=cXJWXOQ3wDA</p> <p>Escuela Interamericana de Bibliotecología. (21 de abril 2020) Recorrido Museo Casa de la Memoria. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=liaqbOQPPVg</p> <p>Museo Casa de la Memoria (12 de diciembre 2022) Marcar para recordar Convocatoria Pública de Estímulos 2022. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=mY6EUFNu-Tc</p> <p>Museo Casa de la memoria. (10 de julio 2017) Diana Uribe en el Museo Casa de la Memoria de Medellín. [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=1Wofmod3aC4</p>

Tabla 18. Matriz de sistematización Fuente: Elaboración grupal.

DISPOSITIVO ANALÍTICO

A continuación, se presenta una síntesis del trabajo que propone la asignatura con un enfoque de fondo que es el conflicto armado en Colombia, a través de este dispositivo analítico se quiere representar de manera didáctica un trabajo artístico enfocado en la posición de cada ciudadano en el tema de conflicto armado, por ello queremos representar que este tema nos corresponde a todos como país y que no somos ajenos a ninguna situación que se presentó y se presentara en el país.

Para la realización de este dispositivo se tiene en cuenta la integración de conceptos, perspectivas y teorías compartidas a lo largo del semestre aplicados en la obra escogida por el grupo.



Ilustración 16. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración grupal

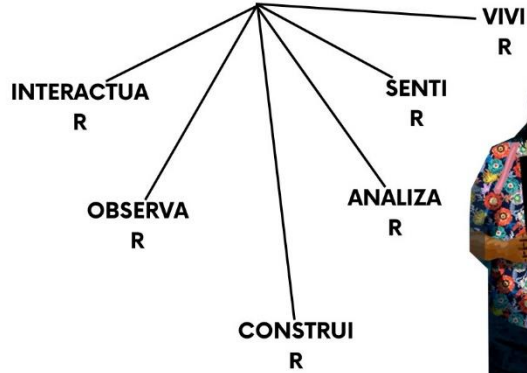


Ilustración 17. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración propia

MUSEO

CASA DE LA MEMORIA

CONSTRUIR UNA REFLEXIÓN SOBRE LA VIOLENCIA EN COLOMBIA



MUSEO

CASA DE LA MEMORIA

CIENCIA SOCIAL

CONSTRUCCION DE SABERES

Pedagogía, talleres, investigaciones.

INGENIERIA

EDIFICIO SEGURO Y RESISTENTE

Cimentación, estructura, aislamiento sísmico y sistema de climatización

ART

REFLEXIONAR SOBRE LA MEMORIA

las artes visuales, la música, el teatro y la literatura



Ilustración 18. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración propia

MUSEO

CASA DE LA MEMORIA

CONTROL

FFORTALCE LAS INSTITUCIONES

PANÓPTICO

LA VIGILANCIA DE LA CONSTRUCCION COLECTIVA

ORGANIZACIÓN SOCIAL

RRED DE SABERES PARA CREAR CONCIENCIA



MUSEO

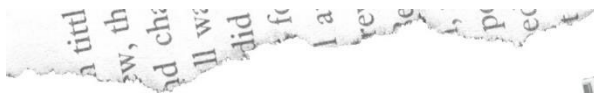
CASA DE LA MEMORIA

PERSPECTIVAS

SOBRE NUESTRO DISPOSITIVO ANALÍTICO



Ilustración 19. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración propia.

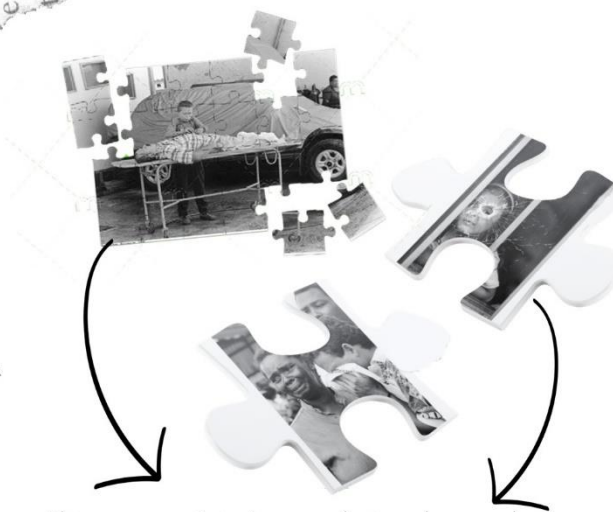


ROMPECABEZAS ARMANDO MEMORIA

OBJETIVO DEL JUEGO

Crear conciencia y educar sobre el tema del conflicto armado en Colombia. Para fomentar la empatía y el entendimiento entre personas, y promover la resolución pacífica de conflictos.

Por medio del rompecabezas se promover la resolución pacífica de conflictos y fomentar la empatía y el entendimiento entre personas de diferentes orígenes y perspectivas.



El juego presenta imágenes relacionadas con el conflicto armado, como fotografías de víctimas, lugares afectados por el conflicto, símbolos de la paz, etc.

REGLAS DE JUEGO

ARMAR POR SECCIONES

SOBRE HECHOS
HISTORICOS PARA
TENER UNA LINEA
NARRATIVA

TRABAJO EN EQUIPO

PARA QUE SEA UNA
CONSTRUCCION DE
SABERES

NO JUZGAR

ESCUCHAR AMBOS
LADOS DE LA
HISTORIA

ROLES

CADA JUGADOR
TENDRA UN ROL CON
EL OBJETIVO DE
CREAR CONCIENCIA
SOBRE EL CONTEXTO
HISTORICO.



PACIENCIA

NO TE DESANIMES

Ilustración 20. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración propia

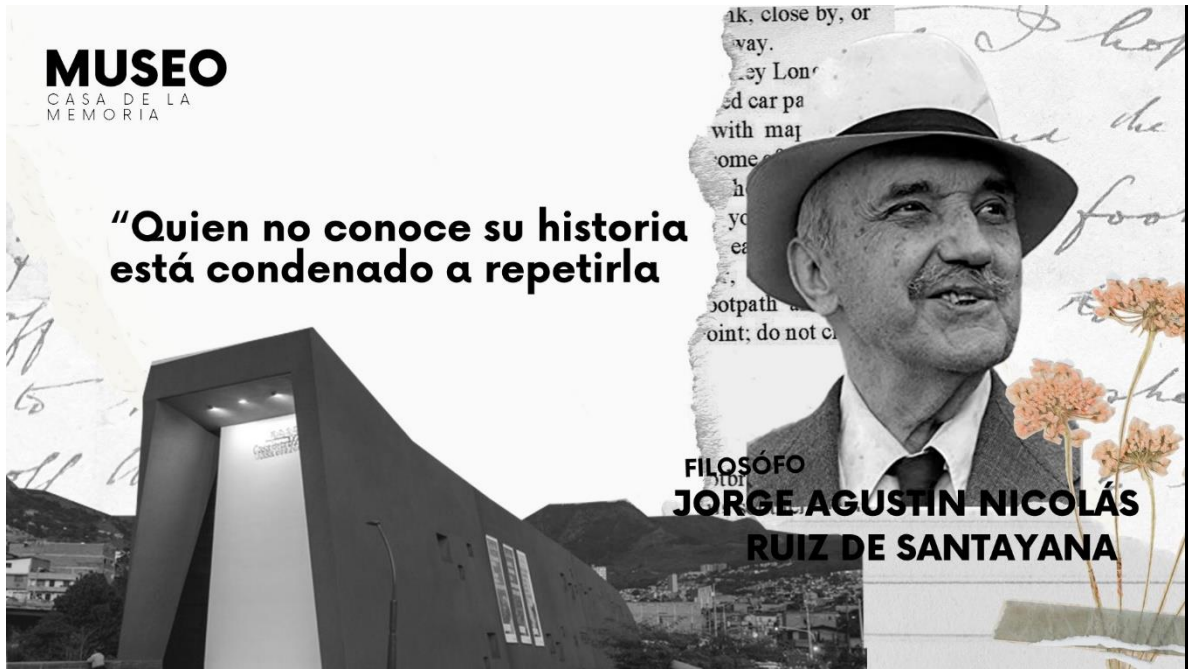


Ilustración 21. Dispositivo analítico Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES SOBRE LA ASIGNATURA

La asignatura perspectivas contemporáneas en campos creativos proporciona una perspectiva netamente contemporánea sobre las obras nacionales de arquitectura, arte, poesía, entre otras; promoviendo la reflexión y exploración de una forma de análisis más allá de lo convencional, lo que desafía nuestra habilidad para analizar una obra, con una percepción más allá de lo descriptivo.

El diseño como herramienta nos permite comunicar y transmitir mensajes de forma visual y atractiva, lo que puede impactar de diferentes maneras al público objetivo, ya sea para informar, persuadir, inspirar, entre otras finalidades.

Esta asignatura nos permite transmitir de forma creativa y analítica en los diversos campos del diseño, como la comunicación visual, el diseño de productos, la arquitectura conceptual, entre otros.

REFERENCIAS

- Hernandez, K. X. (2021). Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/600b8e97-4a11-41a7-850a-1fe1205b89bb/content>
- Igneo. (5 de 06 de 2019). *IGNEO*. Obtenido de <https://www.barranquilla.gov.co/desarrolloeconomico/igneo-emprendimiento-con-sello-barranquillero-que-le-apuesta-a-un-mundo-sostenible>
- Industriales, R. (s.f.). *RECICLADOS INDUSTRIALES*. Obtenido de <https://recicladosindustriales.co/>
- María Camila Guzmán Malagón, A. F. (2019). Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=ing_industrial
- Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. (s.f.). <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/plan-nacional-de-negocios-verdes/>. Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/plan-nacional-de-negocios-verdes/>
- Nacional, M. d. (2015). Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-355996_archivo_pdf_manual_dotaciones.pdf
- Pino, M. G. (s.f.). Obtenido de SOCIALAB: <https://comunidad.socialab.com/challenges/Comprometidos2016/idea/26736>
- Recytrans. (18 de 07 de 2014). *RECYTRANS*. Obtenido de RECYTRANS: <https://www.recytrans.com/blog/reciclaje-de-escombros/>
- Secretaria de ambiente. (2015). *Gestibn integral de RCD*. Bogota.
- Sostenible, M. d. (2013). <https://www.minambiente.gov.co/>. Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/resoluciones/2013/res_1361_2013.pdf
- UAESP. (25 de 07 de 2022). Punto Limpio El Uval, donde los residuos de puntos críticos y arrojos clandestinos son recuperados. *Punto Limpio El Uval, donde los residuos de puntos críticos y arrojos clandestinos son recuperados*. Bogota, Colombia.

ANEXOS

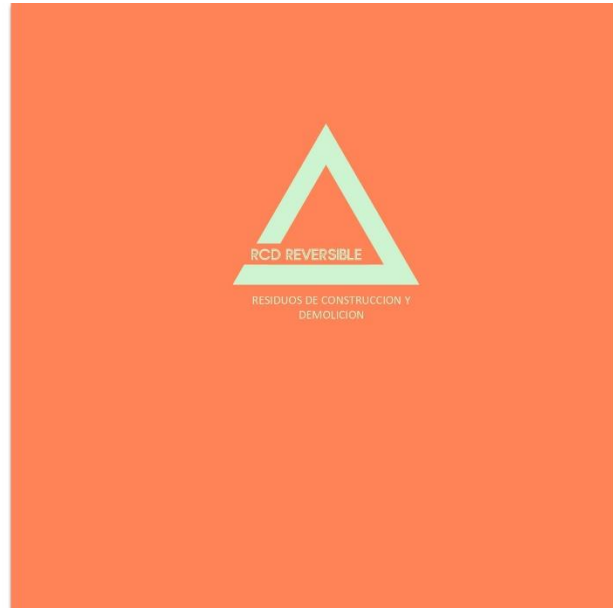
Ilustración 22. Presentación final de RCD Reversible Fuente: Elaboración grupal

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES DISEÑO PRODUCTO GESTIÓN

Pr: Enrique Rodero
William Castiblanco

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Andrés Sierra
Lorena Ramos
Sonia Rojas
Julián Bright



INDICE

- Introducción
- Contextualización
 - Situación Actual
 - Actores
- Problemática
- Solución
 - Objetivos
 - Usuario
 - Social
 - Ambiental
 - Finanzas
- Prospectiva



INTRODUCCIÓN

"El cemento es el segundo material más usado en el mundo después del agua" Cemnet Sustainability Initiative.

La reutilización de RCD en Bogotá es un tema cada vez más importante debido a la cantidad de residuos generados por la construcción y demolición de edificios en la ciudad. La reutilización de estos residuos puede reducir significativamente la cantidad de material que termina en los vertederos, lo que tiene un impacto positivo en el medio ambiente y en la gestión de residuos de construcción.

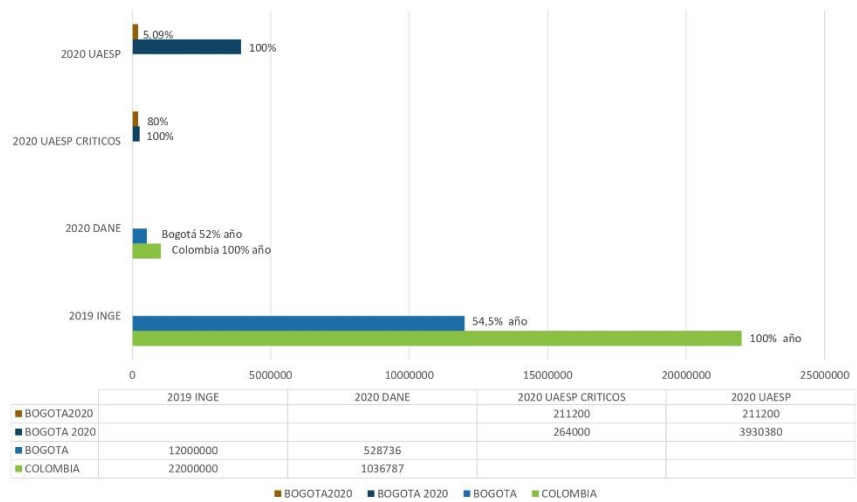


CONTEXTO

UNIDADES DE MEDIDA:

Tonelada = 1000 kg
Lona= entre 25kg y 40 kg

CRECIMIENTO INDUSTRIA DE RCD





CONTEXTO

01

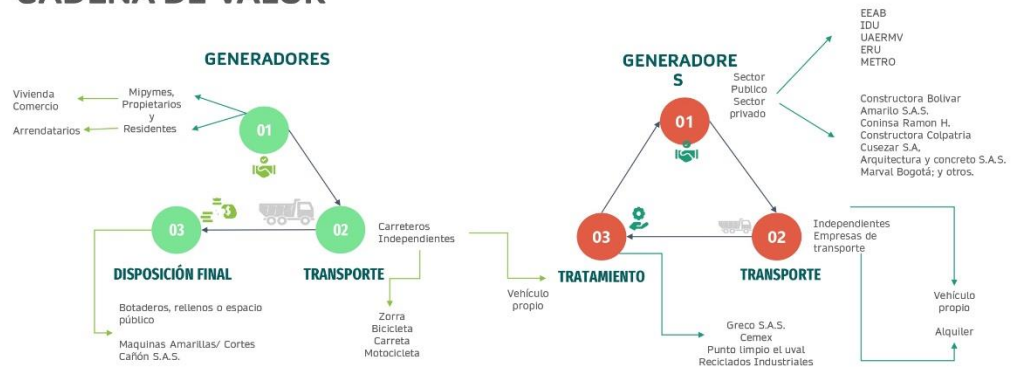
Según el Distrito de Bogotá Las localidades que reportaron una mayor producción de estos residuos fueron **Fontibón, con una cantidad de 491.250 toneladas, Kennedy, con 442.593 toneladas y Usaquén con 392.777 toneladas.**

02

En Colombia, la industria de la construcción consume el **40%** de la energía, genera el **30% del CO2** y el **40%** de los residuos, además de consumir el 60% de los materiales extraídos de la tierra. Adicionalmente, en la construcción se desperdicia en promedio el **20%** de todos los insumos y materiales empleados en la obra.

Residuos de construcción y demolición: <http://www.ingenieriaconstruccioncolombiana.com/residuos-de-construccion-y-demolicion-rcd/>

CADENA DE VALOR



EMPRESAS DE TRATAMIENTO Y RECOLECCIÓN DE RCD EN BOGOTÁ

Cemex Bogotá	Greco S.A.S (Siberia)	Cortés Cañón Ingenieros Civiles S.A.S (Las Juntas)
San Antonio Rex Ingeniería (Usme)	Máquinas Amarillas (Tunjueto)	Paisaje S.A.S (Las Juntas)



CADENA DE VALOR

RECOLECCIÓN



Bultos Vs m³

CLANDESTINA

Depende de la cantidad de escombros; por un bulto

Desde \$5.000
Hasta \$20.000

Si es personal \$0

FORMA INMEDIATA

ESTRATO	VALOR M3
1	\$ 51.000
2	\$ 53.000
3	\$ 55.000
4	\$ 58.000
COMERCIAL	\$ 73.000

FORMAL

Privada
Moto 10 C. \$ 100 a 180
Carro sencillo 5 y 7 m³
\$ 270 a 400

Publico

\$ 120 a 200
SUJETO A HORARIOS O
DISPONIBILIDAD
En algunos casos incluye flete x (distancia o tipo de escombros)

<https://www.ambientebogota.gov.co/web/sala/colibazo-y-escombros>

CADENA DE VALOR

DISPOSICIÓN



Aprovechamiento /
Desechos

PLANTA DE TRATAMIENTO

Paga por llevar materiales limpios por m³

Concreto limpio \$10.000
Escombros limpio \$1.000

No recibe escombros contaminado

Algunas empresas dan incentivos

NO COBRAN
NO PAGAN

PREMIOS POR PUNTOS

RELLENO / ESCOMBRERA

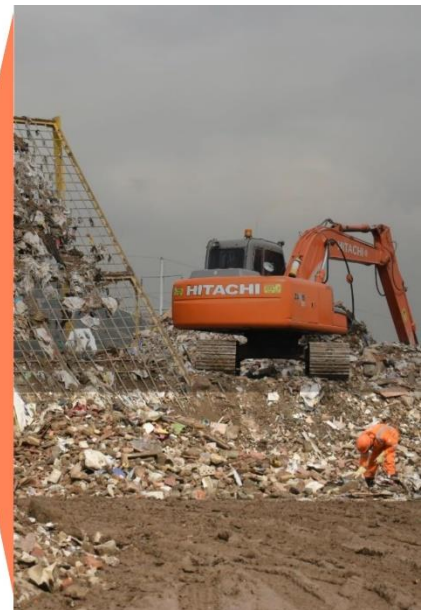
Carro sencillo 5 y 7 m³
\$ 45.000

Doble troque 8 y 10 m³
\$ 80.000 a \$100.000

Tractomula 16 y 18 m³
\$ 160.000 a \$250.000

Fuente: propio

RECIBEN TODO TIPO DE ESCOMBRO Y COBRAN



TRANSPORTE



RCD GENERADOS

Bogotá generó cerca de **5,5 millones de toneladas de RCD** en 2018. (lo que equivaldría a un total de **30 ballenas**)

Si se asume un **aumento anual del 5%**, se podría esperar que la cantidad de RCD generados en la ciudad en 2023 sea cercana a **los 6,8 millones de toneladas**.



El crecimiento exponencial de los RCD genera que tanto el presupuesto del estado como los lugares donde se dejan, no den a basto y pueda desencadenar en alteraciones medio ambientales como de **calidad de vida**.



COSTOS DEL TRANSPORTE DE LOS RCD

Los costos de transporte de RCD en Bogotá varían desde **\$50.000** y **\$250.000** por viaje, dependiendo de la cantidad, el tipo de residuos transportados y el tipo de vehículo a utilizar.

Además de los costos directos de transporte y tratamiento, el aumento de los residuos de RCD también puede tener un impacto indirecto en los **costos de construcción de nuevos proyectos**.



Imágenes sacadas de https://es.123rf.com/photo_69124871_diferentes-tipos-de-carrocerias-Bogota.html



PROGRAMAS E INICIATIVAS

01

Control a la generación y aprovechamiento de RCD en Bogotá

02

Controlar los sitios autorizados para la disposición final de RCD

03

Procesos de innovación tecnológica e investigación para la gestión integral de RCD

04

Fortalecimiento del control ambiental a través del desarrollo de operativos a las actividades constructivas en Bogotá

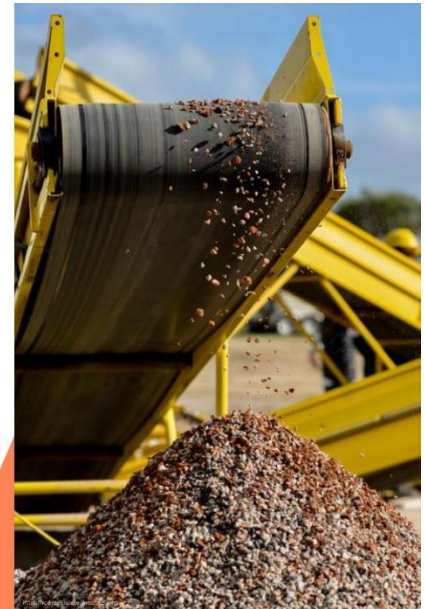
05

Programa Basura Cero

06

Programa "Mi Casa Ya"

PROCESO DE RCD



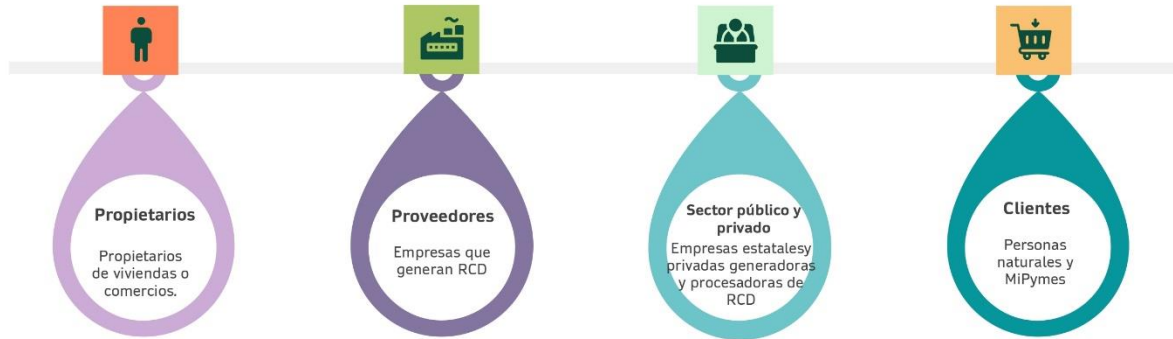
IMPACTO DE LOS RCD EN DIFERENTES SECTORES

Los (RCD) pueden afectar de diferentes maneras a los diferentes entornos y actores implicados en la construcción y demolición de edificios.



ACTORES RELACIONADOS CON LA GENERACIÓN DE RCD EN COMUNIDADES LOCALES

STAKEHOLDERS



ALTERNATIVAS DE GESTIÓN Y APROVECHAMIENTO DE RCD (FINAL DE CONTEXTUALIZACIÓN)

RESIDUO	ALTERNATIVA
Concretos	Reutilizar como masa para rellenos
	Reutilizar como suelos en carreteras
	Reciclar como grava suelta
	Reciclar para producción de morteros y cemento
	Reciclar como granulado
Cerámicos	Reciclar como adoquín
	Reciclar como fachada
Asfaltos	Reciclar para acabados
	Reutilizar como masa para rellenos
Metales	Reciclar como asfalto
	Reutilizar para aplicación en otros productos
Madera	Reciclar como aleación
	Reutilizar para casetones, vallados y linderos
Vidrio	Reciclar para tableros y aglomerados
	Reciclar para vidrio
Pétreos	Reutilizar como áridos finos y gruesos
Plásticos	Reciclar como plásticos

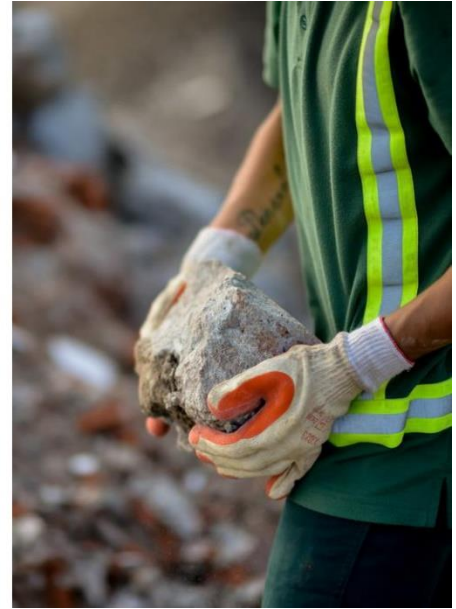
Tabla No. 1. Alternativas de gestión de aprovechamiento de RCD.

Fuente. Guía para la elaboración del Plan de Gestión de Residuos de Construcción y Demolición.

PORCENTAJES DE RCD Y TIPOS DE AGREGADOS (FINAL DE CONTEXTUALIZACION)

TIPO DE AGREGADO	AGREGADO DE HORMIGON	AGREGADO MIXTOS DE HORMIGON	AGREGADO MIXTOS DE CERÁMICA	AGREGADO DE CERÁMICOS
Hormigon y mortero piedra natural	>90%	>70%	<70%	<30%
Elementos cerámica	<10%	<30%	>30%	>70%
Asfalto	<5%	<5%	<5%	<5%
Impropios (Madera, espuma entre otros)	<1%	<1%	<1%	<1%

Fuente: "Aristo Reciclados" Agencia de la Construcción Sostenible

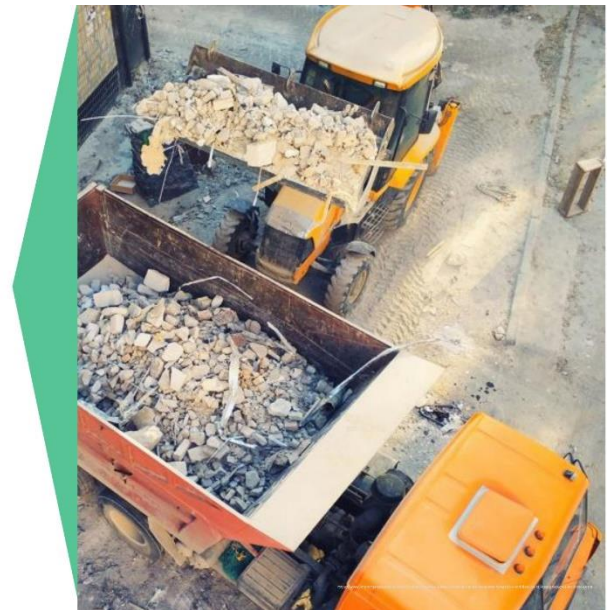


CONCLUSIÓN / SOLUCIÓN DE HALLAZGOS

PERSONAS NATURALES Y MIPYMES

Prestar un servicio de recolección de RCD a nivel metropolitano en Bogotá por medio de volquetas propiedad de terceros a proyectos de remodelación y de construcción llevados a cabo por personas particulares y MiPymes.

Se recogerán los RCD independiente de su cantidad al trazar rutas de recolección con un mismo camión hasta llenar su capacidad.





HALLAZGOS IDENTIFICADOS

- La posibilidad de reciclar RCD no está abierta a todos los generadores de estos residuos.
- No existe la posibilidad de adquirir RCD reciclados para cualquier aplicación con facilidad para personas naturales y MiPymes.
- No hay apropiación por parte de los generadores de RCD al momento de disponer de ellos, no saben a dónde van a parar.



USUARIO



El rango de trabajo es Bogotá por lo que zonas fuera de dicho territorio o usuarios que no cumplan estas características no serán tomados en cuenta, por el momento.

OBJETIVO GENERAL

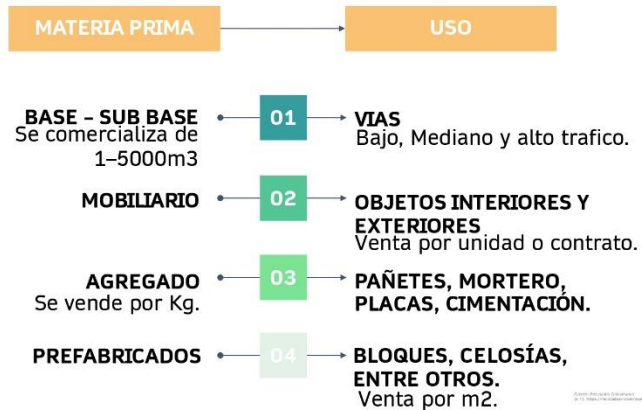
Investigar posibles alternativas de reciclaje a base de residuos de construcción y demolición, para aplicarlo entorno a la construcción, para cerrar ciclos de vida y aplicar a procesos de economía circular.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

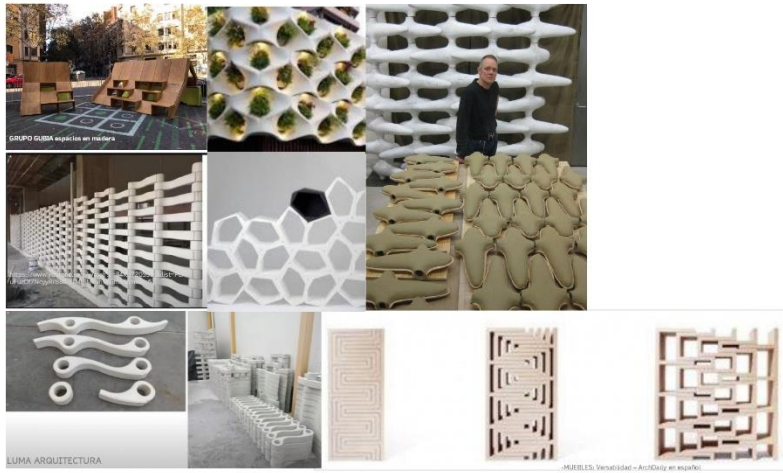
Determinar los posibles usos dentro del campo de la construcción.
 Determinar los procesos necesarios para transformar los RCD y darles nuevas aplicaciones en la misma construcción
 Determinar posibles aplicaciones de productos a los posibles RCD reciclado



MATERIAL RESULTANTE DE RCD'S



ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN DE RCD RECICLADO



En construcción,
espacios
arquitectónicos y
recreativos

ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN DE RCD RECICLADO

Diseñar cómo los jóvenes pueden interactuar con el entorno colaborativo. (Inspirado en interacción y colaboración)



01



02

Simular espacios modulares que generen una unidad con el entorno. (Inspirado en ser Unidad)



04

<https://www.youtube.com/watch?v=G7WVDFeEM-87k>

03

Espacios abiertos que generen lúdicas

Barcelona prueba prototipos de mobiliario urbano contra la pandemia



Código: 1 (2023-12-04) Agente: ID De La Construcción - (Diseño Plástico) CEMEX Ventas. <http://www.construccion.com/ingenieros-16-en-la-construccion/>

ALTERNATIVAS DE IMPLEMENTACIÓN DE RCD RECICLADO



VENTA DE MERCANCÍA

OPTIMIZACIÓN DE ENVÍOS



Para vender y repartir el material, se trabajará nuevamente con el servicio de volquetas que realiza la recolección de los RCD para repartir el material reciclado para ser reutilizado como material de construcción.

VENTA AL DETAL



El cliente puede recoger material o coordinar el envío para la cantidad de material o de productos manufacturados que adquiera.

FINANZAS

CAPEX		
Tiempo	Planeación	8 meses
	Financiación	6 meses
	Implementación	1 año
	Total	26 meses
Personal	Equipo de planeacion	4 personas
	Costo	\$ 1.160.000,00
	Total costo	\$ 120.640.000,00
Recursos	Pág WEB	\$ 100.000,00
	Computadores	\$ 12.000.000,00
	Internet	\$ 300.000,00
Total costo		\$ 133.040.000,00



FINANZAS

OPEX	
Valor de venta m3 de agregado reciclado	Volqueta 7m3
\$ 114.055	\$ 798.385
Valor de venta lona de agregado reciclado	Servicio de recolección escombros por lona
\$ 2.851	\$ 2.500,00
Lonas por volqueta de 7m3	Servicio de recolección escombros por 7m3
40	\$ 100.000,00
Costo Procesado	Transporte hacia planta
8COP/kg	\$ 100.000
	Costo procesado material
	\$ 76.800
	Transporte hacia bodega
	\$ 100.000
	Ingreso por venta material de 7m3
	\$ 521.585

Se cobra al generador del residuo y se paga al transportador



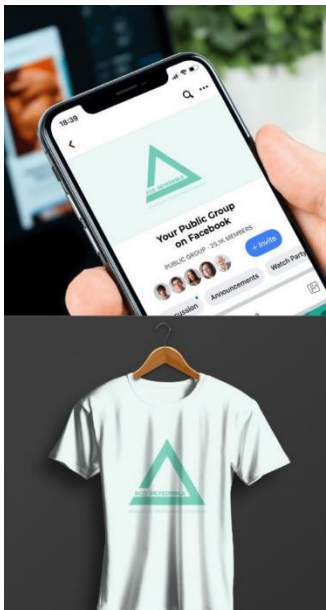
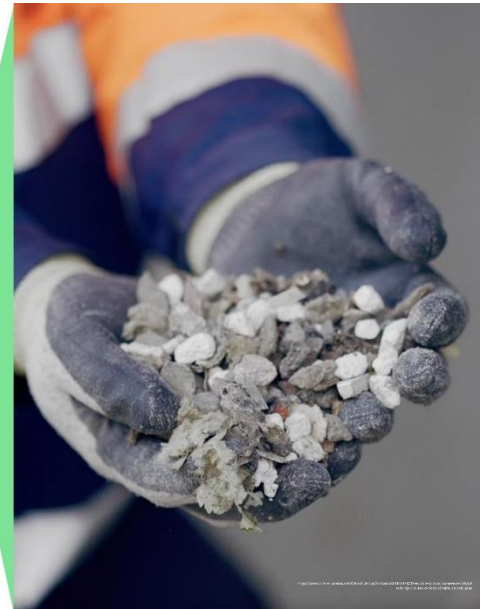
CONCLUSIONES

ECONOMÍA CIRCULAR

Se cierra el ciclo económico de los materiales de construcción en el sector de las obras particulares y de pequeña escala desarrolladas por los usuarios a los que se dirige el servicio.

PLAN NACIONAL DE NEGOCIOS VERDES

Se plantea un negocio verde como se contempla en el PNNV de MinAmbiente al promover el consumo y producción responsable de materiales de construcción, además de cumplir con los ODS 12 y 15



ACERCAMIENTO DE MARCA





¡GRACIAS!

PRESENTACION DEL TRABAJO

El presente trabajo se sustentó el día 19 de mayo de 2023, en un horario comprendido entre las 7:30 a.m. y la 1:00 p.m. Junto con compañeros de otras especializaciones y maestrías, la presentación estuvo a cargo de los profesores Juan Eduardo Chica Mejía y Pedro Javier Jaramillo Cruz. Durante la exposición, se utilizó un video, una presentación y un panel. Este último fue colgado el sábado 13 de mayo de 2023 en la biblioteca, junto con los trabajos de tesis de los compañeros de último semestre de arquitectura.

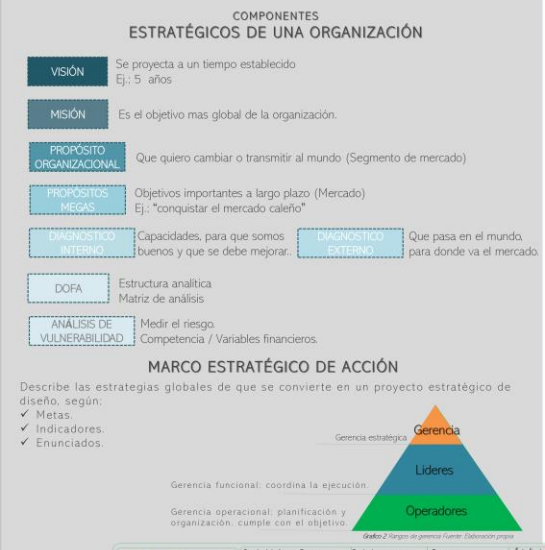
El 19 de mayo, cada estudiante tenía un horario asignado y se presentó para exponer el tema de su interés durante el primer semestre de postgrado. Después de cada sustentación, se realizaron preguntas y/o anotaciones sobre la vida laboral como arquitecto y las perspectivas individuales después de completar este postgrado.

Al finalizar, se llevó a cabo una ronda de comentarios y agradecimientos a cada una de las personas por exponer su trabajo y compartir la información. Esto resultó especialmente valioso, ya que muchos de nosotros no teníamos conocimiento de los diversos campos en los que se puede desenvolver un arquitecto.

Link video: <https://youtu.be/9vqWsOaS9OM>

ARQUITECTURA Y GESTIÓN, UNA BUENA ELECCIÓN.

La arquitectura y la gestión son dos disciplinas fundamentales en la construcción y el desarrollo de cualquier proyecto desde la planificación hasta la ejecución y el mantenimiento. La arquitectura se enfoca en el diseño y construcción de edificios, estructuras y espacios, teniendo en cuenta aspectos como la funcionalidad, la estética y la sostenibilidad. Por su parte, la gestión se centra en la planificación, organización y control de los recursos y actividades necesarios para llevar a cabo un proyecto con éxito, incluyendo la gestión financiera, del tiempo y del personal.



CONFORMACIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

MICRO EMPRESA
Personal: 1 a 10
Activos: 500 smlv

PEQUEÑA EMPRESA
Personal: 11 a 50
Activo: 500 a 5.000 smlv

MEDIANA EMPRESA
Personal: 51 a 200
Activo: 5.001 a 30.000 smlv



- ### Ventajas
- Creación de empresa rápido.
 - No necesita revisión fiscal.
 - Puede realizar varias actividades.
 - NO responsable de obtención de recursos (Créditos, acciones o préstamos).
 - No se requieren activos.
 - Responde limitadamente, su patrimonio nunca estará en riesgo.
 - Facilidad de obtención de recursos (Créditos, acciones o préstamos).
 - Beneficios en deducciones o exención de impuestos.

- ### Desventajas
- Responde ilimitadamente con su patrimonio personal, cuestiones de la empresa.
 - Dificultades en créditos.
 - No son muy atractivos para socios o inversionistas.
 - No tienen beneficios fiscales.
 - Requisitos complejos para crear este tipo de empresa.
 - Altos costos en documentación legal.
 - Alta carga administrativa, fiscal y contable.

TIPOS DE EMPRESA

Empresa Unipersonal

- La Constituye una persona jurídica.
- Responde limitadamente.
- Documento privado de constitución.

Sociedad Comercial

- Dos personas se unen para desarrollar una actividad con fines de lucro.
- Aportan capital y trabajo.
- Comparten beneficios y pérdidas resultado de la actividad económica.

Empresas asociativas de trabajo S.A.T

- Es una forma de organización empresarial en la que un grupo de trabajadores se asocian para llevar a cabo una actividad económica con fines de lucro.
- Forma de empresa social, busca generar empleo y riqueza en una comunidad.
- Promueve el desarrollo económico local.

Sociedad de responsabilidad limitada SRL

- Los socios no responden con su patrimonio por las deudas y obligaciones de la empresa.
- Mínimo dos socios y un máximo de 25, persona natural o jurídica.

Sociedad anónima

- Forma de organización empresarial en la que el capital social está dividido en acciones y la responsabilidad de los accionistas está limitada al monto de sus aportes.

Sociedad colectiva

- Los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- Todos los socios tienen voz y voto en la junta sin importar.

Sociedad accionista simplificada S.A.S

- Es un tipo de empresa que se caracteriza por ser una sociedad mercantil en la que el capital social está dividido en acciones y la responsabilidad de los accionistas está limitada al monto de sus aportes. Este tipo de empresa es muy flexible y puede ser constituida por una o varias personas, tanto naturales como jurídicas.