

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Envases el bambú: Producción y consumo responsable

Diplomado para tecnologías en gestión de marketing para el emprendimiento social

Presentado a:

Irma Chacon

Presentado por:

Charis Arero Castaño

Juan Manuel Zapata

Anamar Casallas Bonilla

Rafael José Núñez

Marielvys Villalba

Grupo: 110011_1

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

ECACEN

Marzo / 2021

Índice

Introducción	6
1. Emprendimiento social	7
2. Descripción de la problemática.....	7
2.1 Población afectada	8
2.2 Cifras En Colombia.....	9
2.3 Planteamiento Del Problema.....	10
3. Presentación Del Proyecto De Emprendimiento.....	10
3.1 Innovación Social.....	10
4. Metodología De Modelo De Negocio Desing Thinking.....	11
4.1 Empatizar	11
4.2 Definir:	12
4.3 Idear:	13
4.4 Prototipar:.....	14
4.5 Testear:	15
5. Plan De Mercadeo.....	16
5.1 Atributos y beneficios	16
5.2 Grupo objetivo:	16
5.3 Segmentación:	17

Universidad Nacional Abierta y a Distancia	3
5.4 Competencia:.....	18
5.5 Aliados clave del modelo de negocio:	19
5.6 Estrategias De Mercadeo.....	20
6. Proyecciones Operativas Y Financieras.....	21
6.1 Descripción Técnica De Los Productos	21
6.2 Descripción De Maquinaria Y Elementos Operativos	23
6.3 Distribución en planta:	24
6.4 Organigrama.....	25
6.5 Descripción De Los Cargos	25
6.6 Proyección De Sueldos Y Costos Parafiscales.....	28
6.7 Descripción De Equipos Para 5 Oficinas	30
6.8 LOCALIZACIÓN	31
6.9 Proyecciones Operativas, Financieras Y Evaluación Financiera.....	31
Gastos de producción:	32
6.10 Precio De Venta Y Proyecciones De Ventas Para Tres Años.....	33
6.11 Capital De Trabajo	34
6.12 Inversiones	34
6.13 Fondos de capital.....	35
7. Vinculo del video de sustentación final del proyecto	35
Conclusiones	36

Bibliografía 37



Índice Ilustraciones

Ilustración 1.....	11
Ilustración 2.....	12
Ilustración 3.....	13
Ilustración 4.....	21
Ilustración 5.....	21
Ilustración 6.....	22
Ilustración 7.....	22
Ilustración 8.....	25
Ilustración 9.....	34

Índice Tablas

Tabla 1.....	14
Tabla 2.....	15
Tabla 3.....	16
Tabla 4.....	20
Tabla 5.....	23
Tabla 6.....	24
Tabla 7.....	28
Tabla 8.....	29
Tabla 9.....	30
Tabla 10.....	33
Tabla 11.....	34

Introducción

En el siguiente documento podrá encontrar el link de la sustentación del proyecto de emprendimiento social llamado “envases el bambú” realizado durante el desarrollo del “DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL”, donde se plasman todas las fases desarrolladas de forma colaborativa y cómo este proyecto basado en la necesidades identificadas en la comunidad, puede ser un generador de emprendimiento que aporta rentabilidad, valor social, fortaleciendo la generación de empleo desde la transformación de la guadua.



1. Emprendimiento social

Envases el bambú: Producción y consumo responsable

El proyecto es de envases elaborados con guadua (BAMBÚ) la cual es muy diversa y abundante en nuestro país. Además, es un proyecto social donde se va a emplear la mano de obra directa de la zona de influencia para la producción, ejecución y comercialización, cumpliendo con unos estándares de calidad, ayudando al medio ambiente y creando consciencia en las personas sobre los productos plásticos de un solo uso o poco tiempo de uso, como: envases para productos cosméticos, recipientes con tapa de diversos tamaños, vasos, y tazas.

En otras palabras, este emprendimiento social es elaborado con un producto económico, renovable y que no genera deforestación al ser una planta de rápido crecimiento en el mundo y la que mayor oxígeno produce.

2. Descripción de la problemática

La problemática ambiental del uso desmesurado del plástico (más en envases de uso de 15 días a 1 año) genera grandes cantidades de basura, contaminación ambiental y extinción de vidas animales. En Colombia es un tema que hay que empezar a crear consciencia para que las personas comiencen a darle prioridad a las empresas que contribuyen con el medio ambiente.

El problema con el reciclaje y el plástico es que no todo tipo de plástico se puede reciclar (cosa que en muchos hogares no lo saben) y así se pueda reciclar, al final su vida útil no es muy grande y finalmente termina en la basura, generando gases peligrosos, acumulación de grandes cantidades de basura y finalmente en su proceso de descomposición el plástico genera micro plásticos en el aire que terminan en mares y ríos los cuales pueden ingerir animales pensando que es comida y morir a causa de esta problemática.

Un estudio realizado muestra que para el 2030 se duplicara la contaminación por el plástico, los océanos y la vida que albergan serían los más afectados si continuamos con las mismas rutinas que venimos haciendo a diario y más con la industria que genera muchos residuos plásticos. La idea de este emprendimiento social es crear consciencia en las personas, que prefieran un producto elaborado por manos artesanas que no genera deforestación, que al biodegradarse no hace ningún daño al medio ambiente ni vida animal y es libre de toxinas (como el plástico) que Alta velocidad de crecimiento La guadua es un importante fijador de dióxido de carbono (CO₂) generan grandes daños a largo plazo en la salud de los humanos y de esta manera frenar esta contaminación química que le hacemos al planeta y especies por culpa de este uso desmesurado.

2.1 Población afectada

Las cantidades de plásticos en el planeta ya están en un punto donde no se puede lidiar con ellos, son mínimos o casi nulos los lugares donde no se encuentran este tipo de residuos, por ello es importante generar acciones con el fin de reducir este tipo de productos, es verdad que desde principios del siglo XX este material ha facilitado la vida de las personas, pero tiempo de descomposición es un problema a muy largo plazo.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Algunas de las cifras de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el 2019 a nivel mundial son las siguientes:

- 13 millones de toneladas de plástico son vertidas en los océanos cada año, afectando la biodiversidad, la economía y la salud de las personas.

- En 2050 tendremos cerca de 12,000 millones de toneladas de desechos plásticos en los basureros y en la naturaleza.

- Un millón de botellas de plástico son compradas cada minuto.

- Los micro plásticos han sido detectados en la sal de mesa comercial, algunos estudios aseguran que el 90% del agua embotellada y en el 83% de la de grifo, contiene partículas de plástico.

- Al año se producen 300 millones de toneladas de residuos plásticos, lo que equivale al peso de toda la población humana.

- Entre el 60% y el 80% de los residuos marinos son plástico.

2.2 Cifras En Colombia

Actualmente en Colombia se producen 12 millones de toneladas de residuos sólidos al año y solo se recicla el 17%, la asociación asoplasticos público en el 2019 que un colombiano puede llegar a generar 27 kilos de plástico anualmente, es una cifra alertadora que debemos empezar a cambiar con hábitos de compra que ayuden al medio ambiente.

2.3 Planteamiento Del Problema

Aunque se requiere fortalecer el mercado de productos de Guadua en nuestro país, vemos día a día un potencial en el interés del cuidado por el medio ambiente lo que nos da la oportunidad de romper barreras culturales y llegar así a más consumidores.

El uso de la Guadua puede ser una opción bastante rentable al combinarla con la creatividad y la tecnología en la industria productora. La gran oferta de mano de obra es un plus en este emprendimiento a desarrollar ya que permitirá generar empleo.

3. Presentación Del Proyecto De Emprendimiento

3.1 Innovación Social

La idea con esta innovación social es dar solución a la contaminación por el exceso de plástico que se produce y termina en la basura sin poder ser reciclado y que al terminar su descomposición genera micro plásticos en el aire que terminan en mares y ríos (alterando la vida marina).

- Actualmente hay empresas que fabrican solamente el recipiente externo (como una cubierta) y al interior del envase se encuentra plástico o un envase de vidrio que almacena el producto, la innovación social que se plantea es crear envases hechos de guadua colombiana que gracias a su inmunización pueda almacenar productos geles líquidos o sólidos sin que esta dañe o deteriore el producto.
- La gran mayoría de personas se verían beneficiadas al tener un producto en casa o varios que no es tóxico, es biodegradable, hecho por manos artesanas y apoyando el “fair trade” (comercio justo).

- Al contratar campesinos y artesanos que trabajan la madera, se está dando un sustento y contribución a la sociedad. Este emprendimiento pretende acabar con la discriminación al momento de contratar el personal (sin experiencia, sin estudios acabados, madres cabeza de hogar etc.)
- La fauna y la flora se verán beneficiadas al contribuir con la cosecha de una planta que alberga muchas especies animales, produce más oxígeno lo cual ayudaría mucho al calentamiento global y finalmente en su descomposición no genera ningún gas ni tóxico para el medio ambiente.

4. Metodología De Modelo De Negocio Desing Thinking

4.1 Empatizar

¿QUÉ?



Las personas tienen hábitos de consumo que rara vez tienen en cuenta en que viene envasado su producto



¿COMO?



comprando productos que vienen empaquetados en envases de plástico, que no son reutilizables y que muchas veces inflan el valor del producto.

¿PORQUE?



Porque la cultura que tenemos nos ha enseñado que es más importante el producto, que el envase en el que venga, creemos que con una persona que haga el cambio no cambiará nada en el mundo, por lo tanto seguimos comprando todo en envases de plástico de un solo uso.

Ilustración 1

Podemos entender que el estilo de vida actual no da el tiempo para que las personas hagan elecciones pertinentes por que los productos que usan a diario en envases plásticos los encuentran fácilmente a la vuelta de la esquina, también porque hay mucho desconocimiento

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

sobre el uso desmesurado de recipientes plásticos y los efectos que causa sobre el medio ambiente, pero es algo que el cliente simplemente no lo entiende porque no lo ve y no hay mucha información ya que la gran mayoría de empresas hacen esta práctica y se lucran sin pensar en el valor social.

4.2 Definir:

Mapa del contexto



Ilustración 2

Debemos cifrar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

4.3 Idear:

La técnica que utilizamos fue la de mapa mental ya que nos ayuda a visualizar de forma fácil y gráfica todo lo relacionado a nuestra idea de negocio, estableciendo diferentes productos posibles, clientes y canales de distribución.

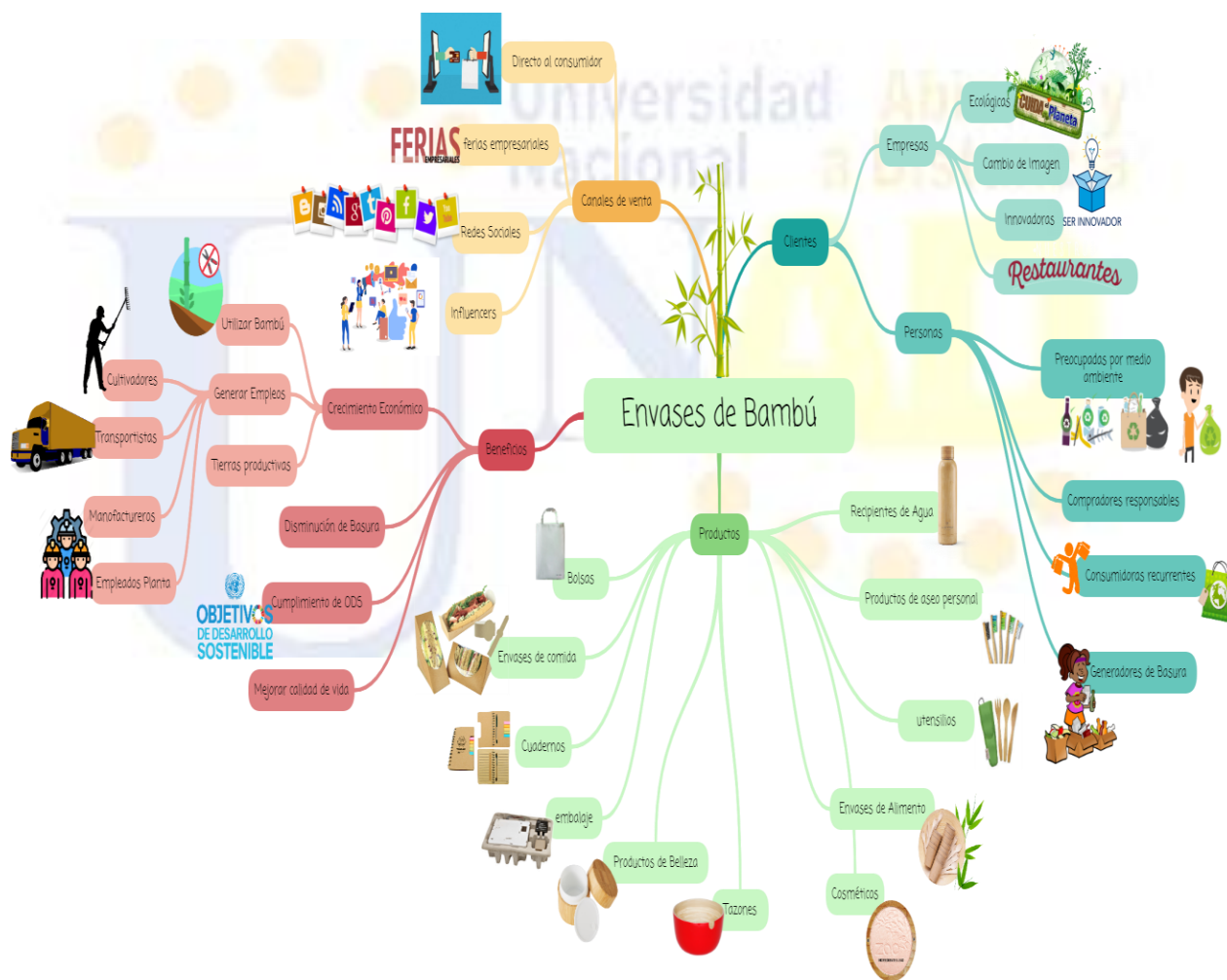


Ilustración 3

4.4 Prototipar:


Esta técnica está inmersa en la investigación etnográfica. Teniendo en cuenta que debemos concientizar a la población, para que se genere un cambio de hábitos, debemos partir por conocer la cultura, para correlacionarla con comportamientos, hábitos, factores que afectan decisión de compra, entre otros.

PROTOTOPIOS - ENVASES DE BAMBÚ - METODOLOGÍA AEIOU		
Activities	Actividades	<p>1. Generar empleo a los campesinos del Eje Cafetero (departamento donde está la mayor parte de los cultivos de Guadua en Colombia) para la obtención del recurso. Se les compraría directamente a ellos para minimizar costos y generar desarrollo y se implementarían capacitaciones que les permitan ampliar sus conocimientos y aumentar sus ingresos.</p> <p>2. Para el tratamiento del recurso, contrataremos a Pymes que hagan parte de la industria, que generen empleo a la población vulnerable del país y dentro de su capacidad presentada, demuestren su músculo financiero, para mitigar retrasos en producción.</p> <p>3. Para atacar un poco la competencia directa de producción de envases con material reciclado, se apuntaría a trabajar una campaña digital de concientización que logre mostrar las principales características de los envases de Bambú, para que la incursión en el mercado sea más amigable y genere aceptación en el mismo. Se contaría con un equipo grande de practicantes y dos cabezas profesionales que lideren el grupo, atacando redes sociales, principales buscadores, pauta en grandes comercios, email, etc. Esto teniendo en cuenta la era digital, la influencia que se genera hoy en día a través del consumo masivo del internet. Así mismo, se genera oportunidad a los estudiantes de diferentes carreras y se reducen costos directos.</p> <p>4. Las ventas se harían por medio de canal virtual a nivel internacional. Se aprovecha el recurso digital y se expande nivel internacional, con presencia 24 horas. Así mismo se permitiría la presencia de intermediarios que se quieran sumar al proceso y nos ayuden a expandir nuestros productos.</p>
Environments	Lugares	Cultivos, Empresas, Universidades, Hogares.
Interactions	Interacciones	La interacción se hará en la totalidad del proceso Campesinos - Empresarios-Estudiantes- Intermediario - Cliente Final
Objects	Objetos	Aprovechar al máximo la era digital (Internet), mayor alcance, diversificación de pauta, menor coste.
Users	Usuarios	El canal seleccionado nos permite llegarle a grandes, mediana, pequeñas empresas, amas de casa, adolescentes que generan influencia, etc


Tabla 1

4.5 Testear:

Apuntes de Testeo: Cuando utilizamos la técnica de testeo es importante que tomemos apuntes de todo lo que nuestros usuarios nos digan. Utilizando una retroalimentación o feedback para mejorar nuestro proyecto social productivo. Para ello escribiremos que cosas funcionan y que cosas no, que se puede mejorar, además de posibles preguntas e ideas que surjan de nuestras conversaciones con nuestros potenciales clientes.



Técnica: Apuntes de Testeo
Se usa en Testeo
Escanea para más info!



Design Thinking en Español
www.designthinking.es
@designing_es

Proyecto: **Envases de Bambú**


Equipo: **110011_1**

Fecha: **2021**

<p>Qué funciona</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envases livianos - Envases que sean resistentes - Distintos tamaños - Buenos precios 	<p>Qué se puede mejorar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buscar diseños creativos -Bajar costos para mantener precios similares a los envases de plástico -Agilizar procesos para obtener productos con mejor margen de tiempo
<p>Preguntas</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Piensas que es un problema el uso de envases de plásticos ? - ¿Considerarías cambiar a envases de bambú ? - ¿Conoces los beneficios de usar Bambú para los envases? - ¿Te agrada el diseño? - El aumento del costo del producto , ¿Resultaría un problema para ti ? 	<p>Ideas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es importar mostrar el beneficio ecológico y social de nuestro producto para que el cliente tenga una mejor percepción de la marca y pueda entender que tiene un valor superior a la competencia

Anotaciones: La muestra se baso en familiares y allegados por lo cual debe repartirse con un publico más amplio

© 2021 Design Thinking en Español. Todos los derechos reservados. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad. Diseñado por: www.designthinking.es



design thinking en español
Activar Winvar
Hacer cosas que Ve a Geni

Tabla 2

5. Plan De Mercadeo

5.1 Atributos y beneficios

ATRIBUTOS	BENEFICIOS
En cuanto a características funcionales del producto se puede notar que es un producto elaborado de material 100% biodegradable bambú el cual no genera deforestación ni repercute negativamente en el medio ambiente mediante su descomposición.	Un beneficio funcional que tiene esta empresa es que en “ <i>envases el bambú</i> ” puedes depositar cualquier clase de producto, puedes hacer refill de los productos que habitualmente compras.
El material de los envases esta hecho por manos artesanas, a diferencia de la mayoría de empresas en el mercado.	Otro beneficio funcional es en “ <i>envases el bambú</i> ” lo puedes cargar a todas partes sin que se rompa o dañe
La calidad del envase es óptima ya que por medio de inmunización adecuada el envase puede albergar productos cosméticos e incluso alimentos.	Un beneficio emocional es que usando esta marca ayudas al medio ambiente, ayudas a combatir los gases peligrosos generados por los residuos plásticos.
Los diseños con los que se puede emplear el bambú o guadua son únicos en el mercado por lo tanto configuran la personalización del producto.	Otro beneficio emocional es que estas apoyando un emprendimiento social que cuida personas y vidas animales.
El nombre de “ <i>envases el bambú</i> ” genera recuerdo en las personas ya que al ver los productos se van a identificar con el nombre	Un beneficio de auto – expresión es la identidad que el cliente crea al comprar y usar los productos como: sentirse orgulloso de apoyar emprendimiento colombiano.

Tabla 3

5.2 Grupo objetivo:

1. El primer grupo objetivo serian empresas, esto quiere decir que no se vende al consumidor final si no a empresas que vendan productos cosméticos, comercialicen todo tipo de envases, tiendas Zero waste o tiendas ecológicas. A modo de que utilicen los envases ya sea para reventa o para envasar productos y darle un valor agregado a su marca.

El propósito es comercializar desde 12 unidades de cualquiera de los envases hasta paquetes de 50, 100 o 200 unidades, esto depende del tamaño de la empresa ya que varía la utilización del producto; por lo tanto, se podría decir que la capacidad de compra de cada empresa va sujeta a la intención de su venta (reventa o embalaje de productos).

2. Para el segundo grupo objetivo del proyecto son personas que conocen y entienden el objetivo de este emprendimiento social, por lo tanto, saben lo que representa y la calidad de los productos. Podemos decir que el 60% del segmento son mujeres (ya que suelen preocuparse mucho más por el tema ambiental y usar este tipo de envases) y el 40% hombres. La edad oscila entre los 16 a 70 años, es muy variado ya que estos productos no están diseñados para una edad en especial y puede servir a todo tipo de población.

5.3 Segmentación:

Para la segmentación encontramos que el punto fuerte pueden ser personas de ciudades principales (Bogotá, Eje cafetero, medellin, Cali) ya que suelen valorar más los productos hechos por manos artesanas y más si cuidan el medio ambiente que hoy en día está en auge y son personas que están dispuestas a pagar un precio razonable por un producto transparente (100% biodegradable).

Al ser el segmento la mayoría mujeres los productos deben ser acordes con sus objetivos y brindar la tranquilidad de ser un producto natural que cuida el medio ambiente.

Entre la diversa demanda podemos encontrar grupos de interés como:

- Estudiantes universitarios
- Amas de casa

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

- Jóvenes en favor de acción climática
- Profesionales con gran interés en productos libres de tóxicos
- Todo tipo de persona que se interese en aportar con los productos elaborados en

Colombia

Además de estos grupos de interés, también a nivel de empresas clasifican toda empresa que quiera generar un atractivo a nivel ambiental y social en su marca.

5.4 Competencia:

Realizando una investigación exploratoria, se determina que existen en Colombia empresas que producen y comercializan productos realizados con este material, sin embargo, algunos incluyen componentes abrasivos para el medio ambiente, algunos de ellos son:

- Bambutic: Una eco boutique de productos de higiene ecológicos, su ubicación es en Santander – Bucaramanga y distribuyen productos de higiene personal elaborado con materiales biodegradables.
- Bambú y guadua de Colombia: Es una empresa del valle del cauca, realiza todo tipo de productos hechos en guadua: Bicicletas, porta celulares, cucharas para cocina, base camas gafas, llaveros, cepillos dentales, entre otros.
- Ocre Cosmética natural: Productores de maquillaje y envases orgánicos, están ubicados en Medellín – Antioquia algunos productos que realizan lo envasan en un recipiente de vidrio que posteriormente es ensamblado en contenedores hechos de bambú, así las personas pueden realizar recargas de los productos sin comprar otro envase, el problema es que estos envases contienen vidrio adentro.

- Planecos: Es una marca comercial del grupo SUNFLEX comprometida con el medio ambiente, con un concepto integral para la lucha por la conservación del entorno natural de nuestro planeta, comprende productos desechables biodegradables y compostables elaborados con los más altos índices de calidad a base de materiales amigables con el medio ambiente como son la Fécula de maíz, Bagazo de la caña de azúcar, bagazo de trigo y bambú.

5.5 Aliados clave del modelo de negocio:

Productores de materia prima:

- Guadua Colombia: está especializado en el bambú más grande, fuerte y económicamente más importante de América: Guadua angustifolia. El bambú Guadua se utiliza en todo tipo de aplicaciones de construcción y se considera el bambú más fuerte del mundo. En Colombia es ampliamente utilizado en construcción o paneles laminados.

- Bambú de Colombia: Bambú de Colombia es una empresa ubicada en Montenegro (Quindío, Colombia) que cuenta con más de 35 años de experiencia en la producción, tratamiento y distribución de guadua rolliza. Empresas que apoyen el emprendimiento social.

Entidades privadas o públicas interesadas por el cuidado del medio ambiente.

Cooperativas que apoyen al medio ambiente, pueden ser gestores y patrocinadores.

Cosméticos: Sería importante aliarse con empresas productoras y comercializadoras de cosméticos para ser los productores principales de sus envases y crear alianza en base específica a las necesidades de esta.

5.6 Estrategias De Mercadeo

ESTRATEGIA	TIEMPO	OBJETIVO	RESPONSABLE
Comunicación Tradicional	Los 2 primeros meses	Crear una estrategia de comunicación ATL dirigido al segmento adulto mediante pautas publicitarias en las radios del eje cafetero dando a conocer el emprendimiento, mediante un tono de comunicación formal.	Departamento de marketing
Comunicación digital	Inicio y constante	Crear redes sociales: Facebook, Instagram, twitter y YouTube.	Departamento de Marketing y ventas
Comunicación digital	Mensual los 6 primeros meses	Pagar publicidad en redes sociales de manera mensual (Facebook e Instagram) para que el segmento joven conozca la empresa	Departamento de Marketing y ventas
Posicionamiento Tradicional	Siempre	Obtener el sello ambiental colombiano creado por el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, para crear posicionamiento y transparencia de los productos	Jefe de producción
Posicionamiento digital	Siempre realizando publicaciones cada mes	En la página web mostrar que la empresa cuenta con el Sello ambiental colombiano y una entrada de blog donde los clientes puedan acceder a información sobre el producto, los beneficios de la guadua, los integrantes que hacen parte de este proyecto	Departamento de marketing
Diferenciación Tradicional	Volantes 1 millar cada dos meses	En los volantes y en la tienda física se mostrará la diferenciación y compromiso con el medio ambiente y beneficios que genera a largo plazo.	Departamento de Marketing y ventas
Diferenciación digital	Semanalmente	Publicar videos en YouTube donde nuestra población objetivo (campesinos) hablen del proyecto, el empleo que genera, como se trabaja la guadua y temas similares	Área de producción (supervisor)

Tabla 4

6. Proyecciones Operativas Y Financieras

6.1 Descripción Técnica De Los Productos

- Vasos:

8 cm de diámetro y base

10 cm de altura

Capacidad 347 ml

Elaborado artesanal en guadua angustifolia



Ilustración 4

5 figuras pirograbadas diferentes

- Tazas con agarre

8 cm de diámetro y base

10 cm de altura

Capacidad 347 ml

Elaborado artesanal en guadua angustifolia y

mango elaborado en el mismo material

2 figuras pirograbadas diferentes (bambú)



Ilustración 5

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

- Envases para productos

Recipientes para productos hechos en guadua

Tamaños: 5 ml, 8 ml y 10 ml

Usos: para cremas, lociones, bases, bloqueador, limpiadores y otros usos cosméticos



Ilustración 6

Único estilo, inmunizado color natural

- Recipiente con tapa

10 cm de diámetro y base

X 12cm, 14cm o 16 cm de altura

Elaborado en guadua angustifolia con tapa ajustable



Ilustración 7

Color natural

Usos: Ideal para guardar todo tipo de producto

6.2 Descripción De Maquinaria Y Elementos Operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sierra circular	1	\$240.000	\$240.000
Mesa de Trabajo	5	\$190.000	\$950.000
Impresora Térmica	1	\$119.000	\$119.000
Computador	1	\$600.000	\$600.000
Mango de sierra (serruchos)	4	\$42.000	\$168.000
Pulidora	2	\$123.000	\$246.000
Láminas de madera 12mm 60x40cm	2	\$19.000	\$38.000
Pegante madera 1 kilo	1	\$28.500	\$28.500
Martillo pequeño	7	\$10.000	\$70.000
Pinzas (alicates) multiusos	7	\$15.000	\$105.000
Papelería compás, regla y lápiz	10	\$18.500	\$185.000
Taladro	2	\$95.000	\$190.000
Lijas, espátulas, navajas	10	\$8.000	\$80.000
Inmunizador exterior 3.5 litros	1	\$90.000	\$90.000
Pinturas de madera wengue y natural	2	\$37.000	\$74.000
Pirograbadora de madera	2	\$20.000	\$40.000
Cera abejas 2 kg, aceite vegetal 2 lts	1	\$52.900	\$52.900
TOTAL			\$3.276.400

Tabla 5

6.3 Distribución en planta:

El lote cuenta con un espacio de 411 mt² los cuales van a ser distribuidos de la siguiente manera:

Área	Unidad de medida
Área para la administrativas – Oficinas	50 m ²
Área para tratamiento	45 m ²
Área para corte	10 m ²
Área para ensamble	61 m ²
Área para acabado y secado	25 m ²
Área para la bodega de materia prima	20 m ²
Área para la bodega de producto terminado	40 m ²
Área del comedor para empleados	50 m ²
Baños para personal	10 m ²
Área de recibido y despacho	20 m ²
Parqueaderos	50 m ²
Puesto de vigilancia	10 m ²
Lockers empleados	10 m ²
Entrada – puesto de vigilancia	10 m ²
TOTAL	411 m²

Tabla 6

6.4 Organigrama



Ilustración 8

6.5 Descripción De Los Cargos

Área comercial:

Marketing y ventas: Se necesita 1 persona encargada de gestionar el área de marketing y ventas donde se encarguen de los planes a implementar de promoción, estrategias de ventas, impulso, garantizar pedidos institucionales y minoritarios, fijar metas en ventas mensualmente, apoyo y asistencia a auxiliares de servicio al cliente.

Auxiliares de servicio al cliente: Se necesitan 1 persona encargada del apoyo al área comercial, gestionar pqr's, atención al cliente telefónico, chat, realizar ventas, hacer seguimiento de los pedidos, cumplir con las metas propuestas.

Área de producción:

Jefe de producción: Elaborar y ejecutar presupuestos y control de producción, administrar recursos materiales y humanos, garantizar la calidad de cada envase hecho, cumplir políticas de seguridad y salud en el trabajo, hacer seguimiento a la producción fijada para cada área.

Supervisores de producción: Se necesita 1 supervisor de producción, para el área de producción. Encargado de tomar decisiones en la operación que beneficien la productividad, manejar el personal, hacer cumplir las políticas de seguridad y las políticas de salud en el trabajo, realizar informes diarios de la producción de envases.

Auxiliares de producción: Son 21 personas encargadas de la producción de los cuales son encargados de realizar las operaciones manuales para la fabricación de los envases hechos en guadua, todos deberán seguir las instrucciones del supervisor.

Área financiera:

Contabilidad y administración: Realizar pagos a tiempo (facturas, nómina, proveedores de insumos), realizar controles financieros, informes financieros, asegurar la entrada de dinero por parte de los clientes. Planear objetivos y estrategias para coordinar las actividades, organizar como se van a realizar, dirigir todas las actividades y hacer seguimiento.

Recursos humanos:

Nómina y gestión de personal: Realizar los sueldos y salarios, higiene y seguridad industrial, hacer los aportes parafiscales a cada empleado. Reclutamiento, selección y

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

contratación del personal, persona encargada de las actividades de capacitación, registro y control de personal.

Servicios generales:

1 persona encargada de realizar la limpieza de la infraestructura bajo todos los protocolos de seguridad, se necesitarán 2 personas para supervisor de seguridad encargados de monitorear las entradas y salidas de las personas en la planta, llevar planillas de ingreso – egreso, asegurarse de velar por la salud y seguridad de todos los trabajadores.



6.6 Proyección De Sueldos Y Costos Parafiscales

Cargo	Días laborados	DEVENGADO					DEDUCCIONES				Neto Pagado
		Total básico	Aux de transporte	Horas Extras	Comisiones	Total Devengado	Salud	Pensión	Retención/ otras deducciones	Total Deducciones	
Auxiliar de producción	30	908,526 \$	106,454 \$			1,014,980 \$	36,341 \$	36,341 \$		72,682 \$	942,298 \$
Servicios generales	30	908,526 \$	106,454 \$			1,014,980 \$	36,341 \$	36,341 \$		72,682 \$	942,298 \$
Auxiliar de servicio al cliente	30	908,526 \$	106,454 \$			1,014,980 \$	36,341 \$	36,341 \$		72,682 \$	942,298 \$
Marketing y ventas	30	1,500,000 \$	106,454 \$			1,606,454 \$	60,000 \$	60,000 \$		120,000 \$	1,486,454 \$
Administrador y contador	30	1,700,000 \$	106,454 \$			1,806,454 \$	68,000 \$	68,000 \$		136,000 \$	1,670,454 \$
Jefe de producción	30	1,758,000 \$	106,454 \$			1,864,454 \$	70,320 \$	70,320 \$		140,640 \$	1,723,814 \$
Nómina y gestión de personal	30	1,700,000 \$	106,454 \$			1,806,454 \$	68,000 \$	68,000 \$		136,000 \$	1,670,454 \$
Supervisor	30	1,300,000 \$	106,454 \$			1,406,454 \$	52,000 \$	52,000 \$		104,000 \$	1,302,454 \$
Vigilancia	30	908,526 \$	106,454 \$			1,014,980 \$	36,341 \$	36,341 \$		72,682 \$	942,298 \$
TOTALES		\$ 11,592,104	\$ 958,086	\$ 0	\$ 0	\$ 12,550,190	\$ 463,684	\$ 463,684	\$ 0	\$ 927,368	\$ 11,622,822

Tabla 7

Cargo	Seguridad social		Aportes parafiscales			Provisiones			
	Salud	Pensión	Caja de comp	ICBF	Sena	Prima	Cesantías	Intereses	Vacaciones
	8.5%	12%	4%	3%	2%	8.33%	8.33%	1%	4.17%
Auxiliar de producción	\$ 77,225	\$ 109,023	\$ 36,341	\$ 27,256	\$ 18,171	\$ 84,548	\$ 84,548	\$ 10,150	\$ 37,886
Servicios generales	\$ 77,225	\$ 109,023	\$ 36,341	\$ 27,256	\$ 18,171	\$ 84,548			
Auxiliar de servicio al cliente	\$ 77,225	\$ 109,023	\$ 36,341	\$ 27,256	\$ 18,171	\$ 84,548			
Marketing y ventas	\$ 127,500	\$ 180,000	\$ 60,000	\$ 45,000	\$ 30,000	\$ 133,818			
Administrador y contador	\$ 144,500	\$ 204,000	\$ 68,000	\$ 51,000	\$ 34,000	\$ 150,478			
Jefe de producción	\$ 149,430	\$ 210,960	\$ 70,320	\$ 52,740	\$ 35,160	\$ 155,309			
Nómina y gestión de personal	\$ 144,500	\$ 204,000	\$ 68,000	\$ 51,000	\$ 34,000	\$ 150,478			
Supervisor	\$ 110,500	\$ 156,000	\$ 52,000	\$ 39,000	\$ 26,000	\$ 117,158			
Vigilancia	\$ 77,225	\$ 109,023	\$ 36,341	\$ 27,256	\$ 18,171	\$ 84,548			

Tabla 8

6.7 Descripción De Equipos Para 5 Oficinas

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	5	\$220.000	\$1'100.000
Impresoras	3	\$180.000	\$540.000
Silla para escritorio	5	\$180.000	\$900.000
Gabinetes de almacenamiento	5	\$159.000	\$795.000
Computador de escritorio	5	\$1'400.000	\$7'000.000
Tablet (supervisor)	1	\$430.000	\$430.000
TOTAL			\$10'765.000

Tabla 9



6.8 LOCALIZACIÓN

La empresa de envases el bambú quedará situada en el eje cafetero precisamente en Armenia – Quindío donde gracias a la riqueza del suelo es óptimo para el crecimiento de la guadua y así mismo ahorrar costos en el transporte de la materia prima.

Tiene excelentes vías de acceso, ya que el proyecto queda ubicado a 20 minutos de la ciudad y cerca de transportadoras como envía, Servientrega e interrrapidísimo (lo cual facilita mucho la entrega de los pedidos minoritarios) la seguridad en el sector en el que se ubica el proyecto es segura, sin embargo, se contará con un vigilante por turno las 24 horas del día.

6.9 Proyecciones Operativas, Financieras Y Evaluación Financiera

Costos producción:

- Materia Prima Directa. (M.P.D.)
- Mano de Obra Directa. (M.O.D.)
- Costos indirectos de fabricación (CIF)

Costos administrativos:

- Salario de personal de administración
- Insumos administrativos
- Depreciación de mobiliario y equipo de oficina
- Amortización de intangibles

Costos Financieros

- Intereses pagados por préstamos
- Comisiones y otros gastos generados en bancos
- Impuestos

Costos comercialización:

- Salario de personal de venta
- Depreciación de vehículos
- Mantenimiento y reparaciones de vehículo
- Comisiones por ventas
- Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- Seguros adicionales por transporte de la mercancía
- Marketing, promociones y publicidad

Gastos de producción:**Tangibles:**

- Terreno disponible para la producción.
- Obra civil
- Maquinaria y el equipo necesario para la producción

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

- Mobiliario
- Equipo de oficina

Intangibles:

- Investigación y desarrollo de productos
- Gastos legales
- Administración
- Puesta en Marca
- Otros imprevistos

6.10 Precio De Venta Y Proyecciones De Ventas Para Tres Años

Descripción	1 año	2 año	3 año
Envase 5 ml	\$9.000	\$11.000	\$13.000
Envase 8 ml	\$12.000	\$14.000	\$16.000
Envase 10 ml	\$14.000	\$16.000	\$18.000
Vasos 347 ml	\$12.000	\$14.000	\$16.000
Tazas con agarre	\$14.000	\$16.000	\$18.000
Recipiente con tapa	\$15.000	\$17.000	\$19.000

Tabla 10

Ya que se estableció la proyección de ventas en base a las unidades vendidas se partirá de una venta hipotética. Por ser una empresa nueva no tenemos un registro de ventas pasadas para poder en base a esto calcular con certeza o de forma más real las ventas futuras, para esto

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

utilizaremos ventas estimadas basadas en las demandas que hay en el mercado. Para el cálculo de las proyecciones utilizaremos el método de suavizamiento exponencial y la herramienta de Excel. El factor de suavización es una referencia al valor asignado a los resultados de las ventas más recientes. Su valor se establece entre 0 y 1, utilizaremos 0.7.

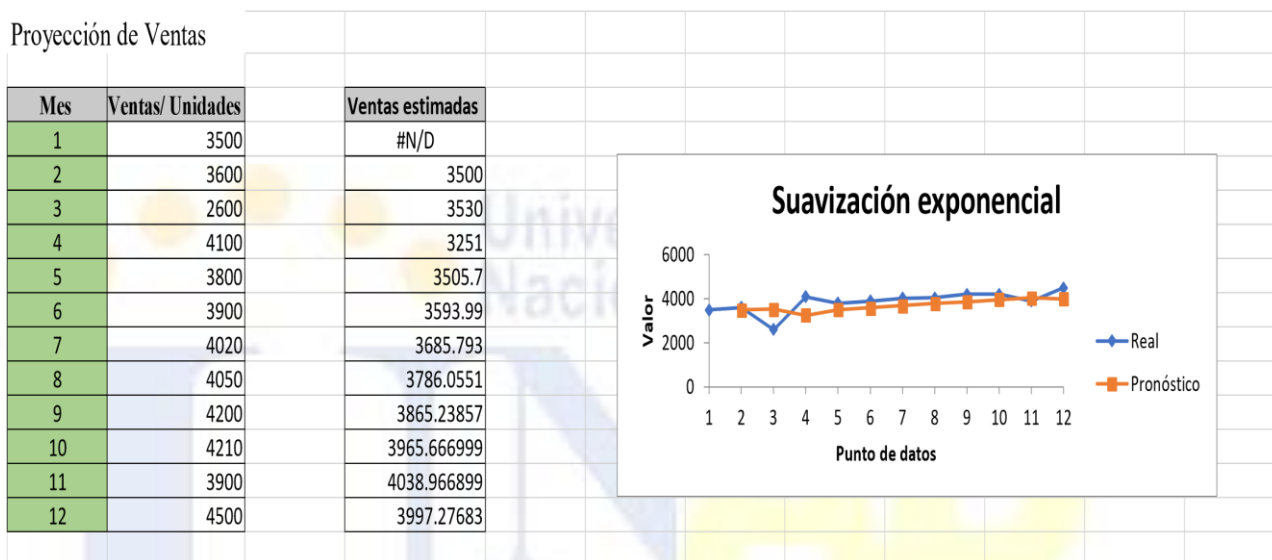


Ilustración 9

6.11 Capital De Trabajo

15.000.000\$

6.12 Inversiones

Local comercial	\$7.500.000 + \$7.500.000 (Deposito)
Maquinaria y elementos operativos	\$3'276.400
equipos para 5 oficinas	\$10'765.000
Salarios de Personal	\$11'592.104

Tabla 11

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Es importante que la empresa tenga además cierta liquidez en caja para manejar cualquier inconveniente que pueda surgir por lo cual es importante tener una inversión por encima de las necesidades

50.000.000\$

6.13 Fondos de capital

Para la creación de la empresa de nevas de bambú, se partirá de una ronda de inversión por parte de capitales privados o del gobierno que vean en nuestra empresa un potencial social y ecológico.

Fondo de capital privado: Un fondo de capital privado es el encargado de captar los recursos de un diversas compañías o inversionistas y apostarlos a nuevos negocios o emprendimientos. Para estos es posible que sea necesario ceder parte de las acciones de la empresa lo cual no representa gran riesgo al ser un negocio nuevo, pero se debe hacer una correcta proyección de ganancias para que el trato no nos perjudique en el futuro, para esto se puede elaborar una estrategia de salida de los socios temporales que adquirimos para arrancar el negocio.

Préstamo Bancario: Otra opción viable es completar el capital que necesitamos a través de un préstamo bancario, para esto estaremos buscando un financiamiento para nuestro proyecto y es importante saber demostrar nuestro potencial al éxito ya que se hará un análisis de riesgo y debemos ser capaces de demostrar que el proyecto es rentable.

7. Vinculo del video de sustentación final del proyecto

URL: <https://youtu.be/1k0w9l6HI-w>

Conclusiones

- En un proyecto de emprendimiento social se busca crear valor en las comunidades a través de acciones que aporten a sus objetivos y generen rentabilidad a la vez, por lo cual se diferencian de una empresa sin ánimo de lucro.

-El emprendimiento social es considerado medio generador, que aporta un valor social a la comunidad, el cual se desarrolla en base a las necesidades de la comunidad aportando; rentabilidad, sostenibilidad, innovación, inclusión, economía, responsabilidad social y ambiental, además de que también es generador de empleo.

-Realizar este tipo de proyectos en el proceso de formación académica, genera fortalecimiento en las habilidades de emprendimiento empresarial, que comienzan desde la identificación de las necesidades de las comunidades y el empoderamiento a la hora de la creación de ideas de innovación que aportan al emprendimiento social.

Bibliografía

Buckland, Heloise y David Murillo. (2014). La innovación social en América Latina. FOMIN. Recuperado de <http://www.innovacion.cl/2015/03/esade-y-el-fomin-bid-presentan-un-informe-sobre-la-innovacion-social-en-america-latina/>

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). ¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/MKFltzF6ToA> Reproducción Vídeo

Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

De Barrera Ernesto. La empresa y su responsabilidad sociales. Revista Innovar. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>

Efiempresa (2020). Marketing para Emprendedores, Clave del Éxito. Recuperado de: <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-marketing-para-emprendedores/#:~:text=El%20marketing%20para%20emprendedores%20es,alcanzar%20posicionarlo%20con%20los%20mejores>

Jorge Huertas (2019). Desing ThinKing. Que es y cómo hacer una "Estrategia de comunicación" Temporada 4 ep 9. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=FtobnLCR2Ns&t=120s>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI UNIDAD 2 Innovación Social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21688>

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI Unidad 4 Gestión del Marketing para emprendedores. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/22241>

Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (P. 59-66). Recuperado de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-socialesmensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado de: <https://docero.com.br/doc/n5sxxce->

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=519628&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Vergara, C. N. (2012). Marketing y comercialización internacional (pp.172-220). Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>