

Marketing ladrillos ecológicos

Diego Alejandro Polania

Jhon Fredy Buitrago

Julián Darío Torres Pacheco

María Camila Nupan Giraldo

Paula Andrea Montaña Gutiérrez

Asesor

Syndi Lorena Nieto Jara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnología en Gestión Industrial

2023

Tabla de contenido

Introducción	5
Objetivos.....	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos	6
Fase 2 Formular la problemática social	7
Presentación del Proyecto de Emprendimiento Social	10
Construyendo Sueños. Ladrillos Ecológicos Para Viviendas Ecosostenibles.....	10
La Problemática Por Solucionar	10
El Modelo de Negocio Sostenible.....	11
Design Thinking.....	16
Empatía.....	16
Definición	17
Fase 4 Consolidar la Propuesta de Valor	22
La Problemática Por Solucionar	22
El modelo de negocio sostenible.....	23
Fase 5 Diseñar Las Estrategias de Marketing - Prácticas Simuladas.....	26
Describir Detalladamente Los Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer	26
Grandes Constructoras.....	28
Fase 6 Planificación Operativa Y Planificación Financiera.....	38
Equipos	38
Conclusiones.....	49
Referencias Bibliográficas	50

Lista de tablas

Tabla No 1. Formulación problemática social.....	7
Tabla No 2. Modelo Canvas.....	25
Tabla No 3. Criterios de segmentación	29
Tabla No 4. Costos y gastos	41
Tabla No 5. Tabla salarial	42
Tabla No 6. Costo unitario	44
Tabla No 7. Proyecciones de venta	47
Tabla No 8.Capital de trabajo.....	47
Tabla No 9. Inversiones.....	47

Lista de figuras

Figura 1. Técnica customer	16
Figura 2. Línea De interacción	17
Figura 3. Técnica Mapa De Empatía	18
Figura 4. Mapa mental	20
Figura 5. Marca, imagen y slogan	27
Figura 6. Prototipo redes sociales	35
Figura 7. Redes sociales	36
Figura 8. Proyecciones de ventas	47

Introducción

El presente trabajo está dirigido a que los estudiantes propongan alternativas de solución utilizando métodos, técnicas y herramientas de simulación para tomar decisiones estratégicas en el diseño y desarrollo de productos de una empresa. Con el fin de establecer un mecanismo para lograr los objetivos allí establecidos, comprender la situación real financiera y de recursos humanos, y desarrollar los planes de acción correspondientes para mejorar los procesos y procedimientos de la empresa. Proyectar un emprendimiento social requiere del análisis de varios componentes entre los cuales encontramos los recursos financieros y los recursos operativos, que dentro del proyecto deben mantener una correlación adecuada para alcanzar los objetivos establecidos. Al momento de apropiarnos de los recursos financieros debemos establecer que capital financiero requiere nuestro proyecto para su puesta en marcha y con qué porcentaje contamos al momento de iniciar, de esta manera nos ponemos en el punto de tomar decisiones como, si es necesario asociarme o financiar parte de capital para iniciar mi emprendimiento. Pasando a los recursos operativos debemos observar detalladamente cada una de las necesidades que va a tener nuestra compañía y como tal destinar un recurso para solventar cada una, de esta manera disponer de recursos para cada área en particular trabajando de manera conjunta en pro de objetivos en común, ya sea la creación de un producto en particular o una meta de producción un plazo estipulado; dentro de estos recursos encontramos infraestructura, equipos, recursos humanos, entre otros.

Objetivos

Objetivo General

Proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social.

Objetivos específicos

Desarrollar los recursos operativos y financieros de acuerdo con el momento que se está viviendo en el país.

Plantear precio de venta y utilidad del ladrillo ecológico Construplast. Consolidar las fases anteriores para el desarrollo de esta fase 6.

Fase 2 Formular la problemática social

Tabla No 1. Formulación problemática social

Idea	Iniciativa	ODS al que le aporta la iniciativa	Objeto Social (¿Cuál cambio genera?)	Modelo de negocio sostenible (¿Cuenta con una fuente de ingresos?)	Innovación (¿Cuál es el valor que crea?)	TOTAL	Observaciones
1	Mujeres empoderadas: Producción agropecuaria	8. Trabajo decente y crecimiento económico. 10. Reducción de las desigualdades	Obtención de productos campesinos propios, generando empleos para las personas dedicadas a las labores de campo. Calificación 4	Al ser labores de campo, la fuente de ingresos es muy bajo, pero mediante la venta de la producción generada, el puntaje podría subir, por medio de las redes sociales y domiciliarios en moto, se hará la entrega de los huevos. Calificación 3	Se van a aprovechar los conocimientos, habilidades y aptitudes que tienen las mujeres campesinas, para poder generar ventas de los huevos. Calificación 4	11	Se requiere de la mayor disponibilidad del tiempo y dedicación para poder sacar a flote cada una de las propuestas dichas, esto para que se pueda solucionar las ODS planteadas en el desarrollo del trabajo.

2	<p>Emprendimiento Social Residuos Orgánicos</p>	<p>1. Fin De La Pobreza 12. Producción Y Consumo Responsable Ubicación Armenia Quindío</p>	<p>Obtener alimentos sin químicos para alargar la vida y cuidar la salud de la población que consuma estos productos agrícolas. calificación 5</p>	<p>Manejar abono en diferentes presentaciones y será vendido a particulares, cooperativas agrícolas, fincas de la región. calificación 3</p>	<p>Desarrolla un modelo de negocio sostenible, donde el abono se puede transformar en orgánico y biogás calificación 4</p>	12	<p>Convertir los desechos orgánicos en un producto que beneficia el suelo y así mismo los cultivos, genera empleo en la región mejorando la calidad de vida de las personas, en su elaboración no se utiliza ningún tipo de químicos</p>
3	<p>Construyendo sueños. Ladrillos ecológicos para viviendas ecosostenibles.</p>	<p>objetivo 11 ciudades y comunidades sostenibles. • Objetivo 12: Producción y consumo responsables. ubicación: Filadelfia caldas y municipios aledaños.</p>	<p>Combatir los índices de marginidad en la región brindando la oportunidad a familias de escasos recursos cumplir su sueño de tener vivienda propia a un bajo costo y facilidad de adquisición. Calificación: 4</p>	<p>a materia prima para la elaboración de los ladrillos es muy económica por ende los ladrillos se pueden vender a un bajo costo. La venta de nuestros productos estará disponible en nuestro punto de fábrica y en nuestra tienda virtual. Calificación: 3</p>	<p>Con este proyecto brindaremos una alternativa de construcción que beneficia no solo nuestras comunidades desfavorecidas, sino que también estamos luchando contra la problemática del plástico como elemento contaminante en el medio ambiente. Calificación :5</p>	12	<p>Se debe concientizar las comunidades de la importancia de reciclar de una manera adecuada apoyando este tipo de proyectos que benefician nuestro entorno.</p>

4	Emprendimiento agropecuario	1. Fin De La Pobreza. 2. Hambre Cero	obtención de productos campesinos, generando empleo y mejorando la calidad de vida de los campesinos. Calificación:5	creación de proyectos productivos (Café especiales), por medio de la venta diferentes lugares generasen ingresos a los campesinos. Calificación:3	Se va a desarrollar modelo de negocio sostenible y a provechar los conocimientos y capacidades de los campesinos para generar la creación de proyectos que den buen resultado a generaciones futuras. Calificaciones:4	12 Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del valor del agro de una manera que impulse a crear microempresas y se pueda terminar las propuestas mencionadas dando una solución para la comunidad.
5	Desarrollo cafetero	1. Industria, innovación e infraestructura. 2. Ciudades y comunidades sostenibles.	Desarrollo económico, educativo y social mejorar la calidad de vida de las comunidades. Preservación y cuidado del medio ambiente. (4)	reacción de nuevos productos a partir de los residuos generados en el proceso productivo del café con el objetivo de generar desarrollo económico y cuidado del medio ambiente. (3)	Estructurar programas y proyectos para que los productores de café, buscando alcanzar niveles de competitividad que les permitan mantener un adecuado nivel de vida. Desarrollando programas que busquen el crecimiento económico, educativo, social. (4)	11 Para el correcto desarrollo de este proceso debe Apoyar la investigación y la transferencia de tecnología para el cultivo, el procesamiento y la comercialización del café, procurando, en todo caso, la preservación del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

Presentación del Proyecto de Emprendimiento Social

Construyendo Sueños. Ladrillos Ecológicos Para Viviendas Ecosostenibles

La Problemática Por Solucionar

La propuesta tiene como base la fabricación y comercialización de ladrillos ecológicos para ser usados en el área de construcción con el valor agregado de bajo costo y que pueda cumplir con las expectativas y satisfacer la necesidad de 1 persona o personas que soliciten el servicio en cuanto a la construcción de viviendas. El objeto principal es la comercialización de este nuevo producto el cual genere y brinde un impacto medioambiental y que pueda generar un ingreso económico bastante moderado, ya que, debido al uso inadecuado de los residuos y desechos de los ladrillos convencionales, han generado bastante contaminación

Teniendo presente esto, se desea generar un impacto positivo y mejora moderada del medio ambiente por medio de la investigación, producción y comercialización de ladrillos ecológicos.

El Objetivo Social. El objetivo social es contribuir a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones estratificadas en nivel 1 ,2, 3. Concientizar a las comunidades en general de la importancia de hacer parte de la economía circular que actualmente está entrando en tendencia en el mundo y disponernos a dar una buena disposición de manera consiente y responsable a cada residuo que produzcamos en nuestras casas con la finalidad de reutilizarlos de una manera adecuada y sana para nuestro planeta.

De esta manera los residuos plásticos resultado de nuestra campaña de reciclaje los reutilizaremos en nuestro proyecto de ladrillos ecológicos como materia prima en la construcción de ladrillos plásticos en forma de lego, para ser utilizados en la construcción de viviendas para familias de escasos recursos y personas particulares que quieran apoyar nuestro proyecto.

De esta manera ayudaremos a eliminar los índices de marginalidad en nuestra región por familias sin vivienda propia ofreciendo la oportunidad de adquirir sus viviendas a muy bajo costo con facilidad de pago.

De esta manera estaremos en pro de ayudar por los ODS 11 ciudades y comunidades sostenibles.

El Modelo de Negocio Sostenible

Crear ladrillos ecológicos por medio de procesos prácticos que contribuyan la preservación del medio ambiente buscando promover una conciencia ecológica en el sector de la construcción

Para la implementación del modelo de negocio sostenible se desarrollará una encuesta con el objetivo de identificar el mercado en el cual deseamos operar. La población deseamos encuestar cuales se encuentran ubicadas en estratos sociales del 1 al 3, de igual manera a posibles socios dentro del mercado de la construcción, a las cuales se les preguntara respecto a las características que buscan en el producto y que necesidades desean satisfacer.

Los ladrillos ecológicos serían comercializados a ferreterías dentro y fuera de la región, constructoras, personas particulares ofreciendo un producto de una calidad amable con el ambiente y de muy buen precio lo que hace que bajen costos al realizar las obras siendo grandes competidores con respecto a otros productos que se usan para la construcción. Para poder lograr esta parte importante, es necesario hacer el uso de los medios de comunicación, realizando la

publicidad correspondiente. Al estar en la era digital, es necesario poder realizar publicaciones en redes sociales para que las personas puedan tener un fácil acceso a la página que se cree.

Para determinar los precios que se van a manejar, se usara el método de costo total, donde se fijan los costos de producción, administración y venta, más la utilidad que se desea y además se va a tomar en cuenta como una referencia los precios de la competencia. Con esto iniciaríamos en un precio de lanzamiento de \$3.250 por unidad, donde la meta es vender 1.500 ladrillos para un ingreso neto de 4.875.000 semanalmente.

El ofrecimiento de productos eco tecnológicos les generará valor agregado a los proyectos de nuestros clientes, contribuyendo al cuidado de ecosistema, también, el uso de las tecnologías en este tipo de procesos, que son productivos contribuye de gran manera a la optimización de recursos naturales y fabricación de mayores unidades en un menor tiempo lo cual le permite ser mucho más competitivo en el mercado, disminuyendo también la emisión de gases en el medio ambiente.

Se implementará un plan de marketing digital en el cual buscamos llegar a más personas por medio del uso de las redes sociales y canales tecnológicos. Allí se tiene como objetivo afianzar los clientes y aumentar los clientes potenciales

Se buscará ser parte de diferentes ferias relacionadas a la construcción para así poder promocionar nuestros productos.

Fase 3 Sustentar La Propuesta De Innovación Social

Desarrollo del capítulo: presentación del valor social y del modelo de negocio, además la presentación de cada etapa, la herramienta y su desarrollo de cada herramienta.

Valor Social

El valor social es contribuir a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones estratificadas en nivel 1 ,2, 3. Concientizar a las comunidades en general de la importancia de hacer parte de la economía circular que actualmente está entrando en tendencia en el mundo y disponernos a dar una buena disposición de manera consiente y responsable a cada residuo que produzcamos en nuestras casas con la finalidad de reutilizarlos de una manera adecuada y sana para nuestro planeta.

De esta manera los residuos plásticos resultado de nuestra campaña de reciclaje los reutilizaremos en nuestro proyecto de ladrillos ecológicos como materia prima en la construcción de ladrillos plásticos en forma de lego, para ser utilizados en la construcción de viviendas para familias de escasos recursos y personas particulares que quieran apoyar nuestro proyecto.

De esta manera ayudaremos a eliminar los índices de marginalidad en nuestra región por familias sin vivienda propia ofreciendo la oportunidad de adquirir sus viviendas a muy bajo costo con facilidad de pago, de esta manera estaremos en pro de ayudar por los ODS 11 ciudades y comunidades sostenibles.

El Modelo de Negocio Sostenible

Crear ladrillos ecológicos por medio de procesos prácticos que contribuyan la preservación del medio ambiente buscando promover una conciencia ecológica en el sector de la construcción

Para la implementación del modelo de negocio sostenible se desarrollará una encuesta con el objetivo de identificar el mercado en el cual deseamos operar. La población deseamos encuestar cuales se encuentran ubicadas en estratos sociales del 1 al 3, de igual manera a posibles socios dentro del mercado de la construcción, a las cuales se les preguntara respecto a las características que buscan en el producto y que necesidades desean satisfacer.

Los ladrillos ecológicos serían comercializados a ferreterías dentro y fuera de la región, constructoras, personas particulares ofreciendo un producto de una calidad amable con el ambiente y de muy buen precio lo que hace que bajen costos al realizar las obras siendo grandes competidores con respecto a otros productos que se usan para la construcción. Para poder lograr esta parte importante, es necesario hacer el uso de los medios de comunicación, realizando la publicidad correspondiente. Al estar en la era digital, es necesario poder realizar publicaciones en redes sociales para que las personas puedan tener un fácil acceso a la página que se cree.

Para determinar los precios que se van a manejar, se usara el método de costo total, donde se fijan los costos de producción, administración y venta, más la utilidad que se desea y además se va a tomar en cuenta como una referencia los precios de la competencia. Con esto iniciaríamos en un precio de lanzamiento de \$3.250 por unidad, donde la meta es vender 1.500 ladrillos para un ingreso neto de 4.875.000 semanalmente.

El ofrecimiento de productos eco tecnológicos les generará valor agregado a los proyectos de nuestros clientes, contribuyendo al cuidado de ecosistema, también, el uso de las

tecnologías en este tipo de procesos, que son productivos contribuye de gran manera a la optimización de recursos naturales y fabricación de mayores unidades en un menor tiempo lo cual le permite ser mucho más competitivo en el mercado, disminuyendo también la emisión de gases en el medio ambiente.

Se implementará un plan de marketing digital en el cual buscamos llegar a más personas por medio del uso de las redes sociales y canales tecnológicos. Allí se tiene como objetivo afianzar los clientes y aumentar los clientes potenciales

Se buscará ser parte de diferentes ferias relacionadas a la construcción para así poder promocionar nuestros productos.

Design Thinking

Empatía

En la técnica customer journey podemos observar que a los clientes al entrar al local es agradable, con buena presentación, continuamos con la atención al cliente disminuye pero sigue siendo buena ya que hay demasiados clientes con ganas de obtener los productos que se ofrece, al elegir el asesor si baja demasiado puesto que hay muchos clientes y se demoran al brindar asesoría, los clientes viendo y eligiendo los productos sube puesto que son de buena calidad, y los atienden bien, cuando los clientes van a pagar se demoran un poco ya que uno lo hacen por diferentes medios de pagos (tarjeta, efectivo, crédito) y al enviar o entregar el producto se demoran mucho ya que son demasiados productos que se deben entregar a diferentes lugares o personas que lo adquirieron.

Figura 1

Técnica customer



Nota: Español, D.T.en (2022) *El customer journey: Qué Es, Beneficios, ejemplos y plantilla, Design Thinking en Español*. Disponible en:
<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=50&fase=empatiza> (Accessed: 2022).

Figura 2

Línea de interacción



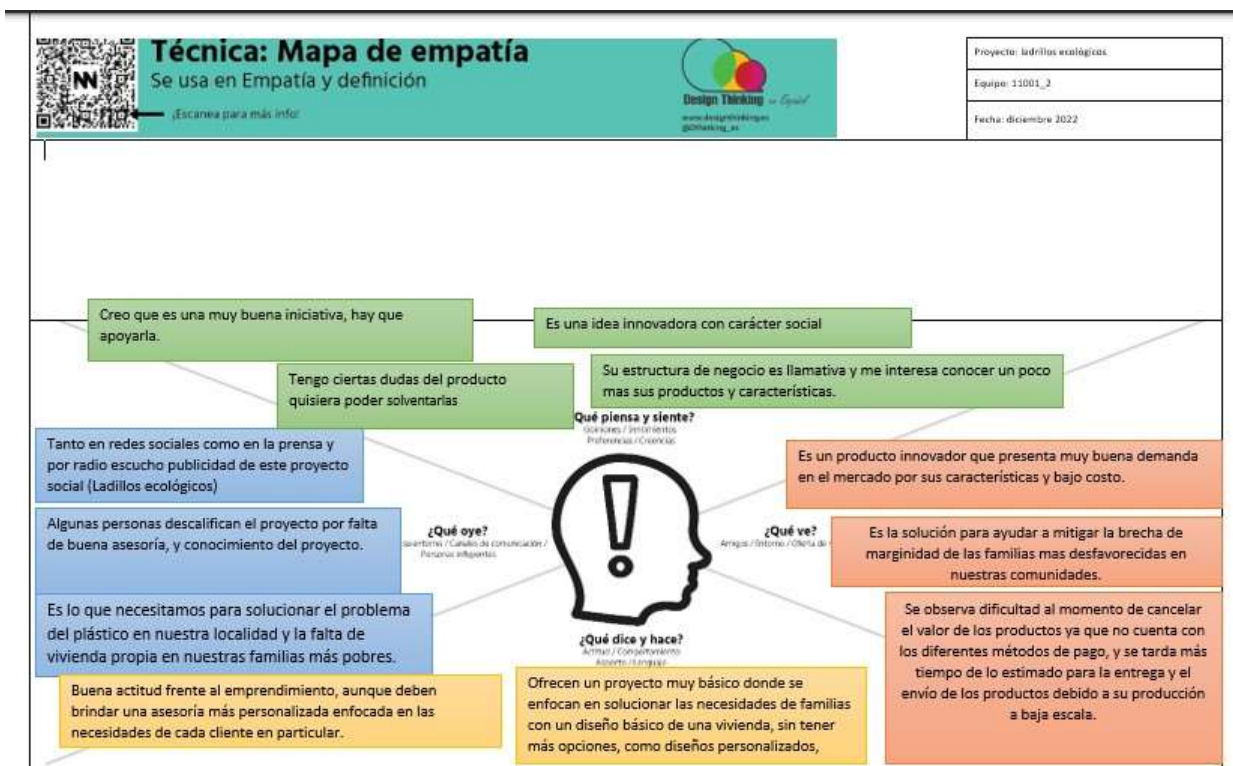
Nota: Español, D.T.en (2022) *El customer journey: Qué Es, Beneficios, ejemplos y plantilla, Design Thinking en Español*. Disponible en:
<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=50&fase=empatiza> (Accessed: 2022).

Definición

Realizando el análisis de la etapa de la ideación la herramienta que uso en este caso para evaluar la percepción de valor social y el modelo de negocio es la de preguntas ya que al revisar el modelo de negocio podemos plantear ideas que nos lleven a un análisis más profundo de la situación generándonos una perspectiva de la situación que se nos presenta y así por medio de una lluvia de ideas se logra generar preguntas que nos llevan a la mejora de la problemática presentada, dándonos una visión más amplia donde se genere respuestas en base de las incógnitas presentadas.

Figura 3

Técnica mapa de empatía



Limitaciones / Obstáculos:
 Al momento de querer hacer parte de este proyecto se tiene el miedo a adquirir un crédito con una entidad bancaria para adquirir uno de los productos que nos ofrece la compañía como lo es la vivienda ecosostenible con material plástico reciclado, pero que, con una buena asesoría y un buen direccionamiento del crédito, según cada caso en particular se puede ajustar según las capacidades de pago de cada familia o usuario interesado.

Oportunidades / Necesidades:
 Es producto ofrecido es una innovación y una solución a las necesidades de muchas familias desfavorecidas y que ahora quieren hacer parte de esta iniciativa ya que ven la oportunidad en este emprendimiento de poder tener su vivienda propia a bajos costo y con facilidades de pago.

Nota: Español, D.T.en (2022) *El Mapa de empatía para definir Al Usuario: Plantilla y*

ejemplos, Design Thinking en Español. Disponible en:

<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=35&fase=define> (Accessed: 2022).

Análisis del uso de la herramienta mapa de empatía a nuestro proyecto ladrillos ecológicos.

Luego de desarrollar la etapa de definición utilizando la herramienta mapa de empatía es evidente la importancia y su papel determinante al mostrar la experiencia del público objetivo y un análisis más profundo ante cada una de sus experiencias, en este caso se nota que la empresa de ladrillos ecológicos presenta deficiencias, fortalezas y oportunidades que debe tener en cuenta al momento de idear su plan de mejoramiento al proyecto.

Se evidencia deficiencias en el departamento de asesoría donde no se recibe una adecuada información de manera personalizada según los intereses de cada cliente, como también se observa deficiencias al momento de cumplir con los tiempos de entrega de los productos y métodos de pago ya que no se cuenta con los instrumentos tecnológicos actuales.

También hay que destacar puntos positivos que nos demuestran de buena manera la aceptación y buen rumbo del proyecto en marcha.

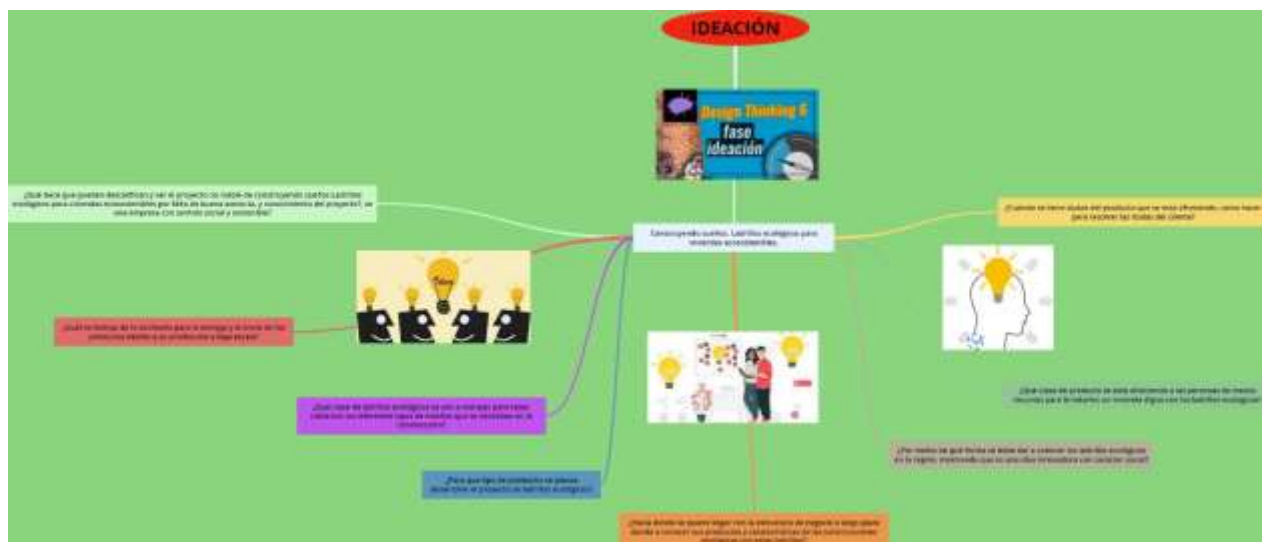
La metodología Design thinking es una manera de innovar y conocer afondo nuestro modelo de negocio buscando obtener resultados que nos demuestran como nuestro emprendimiento esta interactuando con nuestro público objetivo para así entrar a corregir y aprovechar oportunidades que nos lleven a fijar nuevos objetivos y mejorar nuestra relación con el mercado en general.

Ideación. Realizando el análisis de la etapa de la ideación la herramienta que uso en este caso para evaluar la percepción de valor social y el modelo de negocio es la de preguntas que al revisar el modelo de negocio podemos plantear ideas que nos lleven a un análisis más profundo de la situación generándonos una perspectiva de la situación que se nos presenta y así por medio de una lluvia de ideas se logra generar preguntas que nos llevan a la mejora de la problemática

presentada, dándonos una visión más amplia donde se genere respuestas en base de las incógnitas presentadas.

Figura 4

Mapa mental



Nota: Restrepo, D.A.P. (2022) *Ideación*, GoConqr. Available at:

<https://www.goconqr.com/es-ES/mindmap/38395837/ideacion> (Accessed: February 22, 2023).

Analizando esta herramienta en el proyecto de ladrillos ecológicos encontramos que se deben generar ideas para ver la forma de entrar al mercado en la región mostrando un producto de calidad y confiable, también se puede analizar el producto no solo para personas de bajos recursos si no también como un proyecto amable con el medio ambiente para las construcciones en fincas o ciudades bajando los costos y la contaminación, también se puede tener presente a la hora de montar el local de cómo se va a brindar un espacio adecuado para los clientes, formas de pago usando la tecnología para ser competitivos y como se va a manejar la bodega y lo más

importante tener presente la salida del producto y poder suplir este consumo para no ir a quedar mal a los clientes a la hora de realizar despachos.

Fase 4 Consolidar la Propuesta de Valor

La Problemática Por Solucionar

La propuesta tiene como base la fabricación y comercialización de ladrillos ecológicos para ser usados en el área de construcción con el valor agregado de bajo costo y que pueda cumplir con las expectativas y satisfacer la necesidad de 1 persona o personas que soliciten el servicio en cuanto a la construcción de viviendas. El objeto principal es la comercialización de este nuevo producto el cual genere y brinde un impacto medioambiental y que pueda generar un ingreso económico bastante moderado, ya que, debido al uso inadecuado de los residuos y desechos de los ladrillos convencionales, han generado bastante contaminación

Teniendo presente esto, se desea generar un impacto positivo y mejora moderada del medio ambiente por medio de la investigación, producción y comercialización de ladrillos ecológicos.

El objetivo social es contribuir a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones estratificadas en nivel 1 ,2, 3. Concientizar a las comunidades en general de la importancia de hacer parte de la economía circular que actualmente está entrando en tendencia en el mundo y disponernos a dar una buena disposición de manera consiente y responsable a cada residuo que produzcamos en nuestras casas con la finalidad de reutilizarlos de una manera adecuada y sana para nuestro planeta.

De esta manera los residuos plásticos resultado de nuestra campaña de reciclaje los reutilizaremos en nuestro proyecto de ladrillos ecológicos como materia prima en la construcción de ladrillos plásticos en forma de lego, para ser utilizados en la construcción de viviendas para familias de escasos recursos y personas particulares que quieran apoyar nuestro proyecto.

De esta manera ayudaremos a eliminar los índices de marginalidad en nuestra región por familias sin vivienda propia ofreciendo la oportunidad de adquirir sus viviendas a muy bajo costo con facilidad de pago.

De esta manera estaremos en pro de ayudar por los ODS 11 ciudades y comunidades sostenibles.

El modelo de negocio sostenible

Crear ladrillos ecológicos por medio de procesos prácticos que contribuyan la preservación del medio ambiente buscando promover una conciencia ecológica en el sector de la construcción

Para la implementación del modelo de negocio sostenible se desarrollará una encuesta con el objetivo de identificar el mercado en el cual deseamos operar. La población deseamos encuestar cuales se encuentran ubicadas en estratos sociales del 1 al 3, de igual manera a posibles socios dentro del mercado de la construcción, a las cuales se les preguntara respecto a las características que buscan en el producto y que necesidades desean satisfacer.

Los ladrillos ecológicos serían comercializados a ferreterías dentro y fuera de la región, constructoras, personas particulares ofreciendo un producto de una calidad amable con el ambiente y de muy buen precio lo que hace que bajen costos al realizar las obras siendo grandes competidores con respecto a otros productos que se usan para la construcción. Para poder lograr esta parte importante, es necesario hacer el uso de los medios de comunicación, realizando la publicidad correspondiente. Al estar en la era digital, es necesario poder realizar publicaciones en redes sociales para que las personas puedan tener un fácil acceso a la página que se cree.

Para determinar los precios que se van a manejar, se usara el método de costo total, donde se fijan los costos de producción, administración y venta, más la utilidad que se desea y además se va a tomar en cuenta como una referencia los precios de la competencia. Con esto iniciaríamos en un precio de lanzamiento de \$3.250 por unidad, donde la meta es vender 1.500 ladrillos para un ingreso neto de 4.875.000 semanalmente.

El ofrecimiento de productos eco tecnológicos les generará valor agregado a los proyectos de nuestros clientes, contribuyendo al cuidado de ecosistema, también, el uso de las tecnologías en este tipo de procesos, que son productivos contribuye de gran manera a la optimización de recursos naturales y fabricación de mayores unidades en un menor tiempo lo cual le permite ser mucho más competitivo en el mercado, disminuyendo también la emisión de gases en el medio ambiente.

Se implementará un plan de marketing digital en el cual buscamos llegar a más personas por medio del uso de las redes sociales y canales tecnológicos. Allí se tiene como objetivo afianzar los clientes y aumentar los clientes potenciales

Se buscará ser parte de diferentes ferias relacionadas a la construcción para así poder promocionar nuestros productos.

Propuesta de valor

Tabla No 2. Modelo canvas ladrillos ecológicos

<p>Socios clave: inversionistas, organismos públicos y estatales, proveedores, puntos de venta referentes al mercado de la construcción, constructoras de viviendas sociales, constructoras reconocidas en la región.</p>	<p>Actividades clave: procesos de producción, marketing y difusión, distribución en el punto de venta, realizar salidas a otras regiones, plaza de ventas.</p>	<p>Propuesta de valor: es un producto ecológico amable con el medio ambiente, reduce el tiempo de construcción, reduce el peso de materiales, es más económico haciendo que los costos rebajen, tiene buena aislación térmica y acústica</p>	<p>Relación con clientes: visitas a clientes en la región, capacitaciones, descuentos por comprar gran cantidad de producto, mostrar las ventajas del producto y el cuidado que tiene con el medio ambiente</p>	<p>Segmentos de clientes: constructoras de viviendas y edificaciones, trabajadores independientes, distribuidoras de material, ferreterías, personas particulares que vallan a construir viviendas.</p>
<p>Recursos clave: materia prima, maquinaria e inmobiliario, personal, infraestructura, local producción y almacenamiento</p>	<p>Canales de distribución y comunicaciones: venta personal, muestras en ferias y eventos en la región, folletos, en páginas web y redes sociales, revistas dedicadas a la construcción, publicidad en medio televisivos y radiales.</p>	<p>Estructuras de costes: préstamos y créditos, maquinaria e inmobiliario, infraestructura, personal, marketing y difusión</p>	<p>Fuentes de ingreso: posibilidades de crédito si la compra es grande, ventas por concesión, canje, realizar descuentos en ciertas fechas del mes, rifas o promociones por compra de los productos, recuperación de cartera por cobros de contacto.</p>	

Fase 5 Diseñar Las Estrategias de Marketing - Prácticas Simuladas
Describir Detalladamente Los Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer
al Mercado

Los ladrillos ecológicos son elementos de construcción fabricados con materiales reciclables que no degradan el medio ambiente. Su proceso de cocción no requiere de una gran cantidad de energía, por lo que reduce la emisión de contaminantes a la atmósfera. Es un tipo de ladrillos que posee menor peso, menor costo, conserva el calor y tolera diferentes agentes naturales y altas presiones. Por lo anterior, tienen una alta durabilidad y sirven como aislante térmico.

Algunas ventajas de los ladrillos ecológicos

Menor impacto ambiental.

Capacidad aislante del frío, calor, ruido y humedad.

Ahorro, tanto al adquirirlos o fabricarlos de forma artesana como amortizándolos mediante el ahorro energético que proporcionan.

También suelen ser más ligeros, por último, con lo que reducen los tiempos de construcción y el esfuerzo que deben realizar los obreros. Sin olvidar, cómo no, la preservación de los ecosistemas y biodiversidad que propicia la fabricación de muchos de ellos.

Otros beneficios que ofrece este tipo de mercadeo son los siguientes

Permite tener una mayor competitividad en el mercado al ser más sostenibles y aportar al mundo renovable y verde.

Poder ampliar el mercado y tener una cara diferente ante el consumismo que se está generando.

Sostenibilidad, rentabilidad y contribución al desarrollo de un mundo menos contaminante.

Figura 5

Marca, imagen y slogan del proyecto



Slogan. Construplast ecotecnología sostenible para el sector de la construcción.

Grupo Objetivo del Proyecto (Identificar y Caracterizar el Grupo de Consumidores que Aceptarían y Tienen la Capacidad de Compra)

Se pueden vender los ladrillos ecológicos a cuatro tipos de clientes.

Personas.

Personas que quieren construir su vivienda y están buscando bajar costos en cuanto a materiales. Aplica tanto para los que quieren vivienda en la ciudad, como para los que están pensando en construir en el campo.

Grandes Constructoras.

Buscar ser aliados de una constructora y convertirnos en su principal proveedor de ladrillos.

Pequeños Y Grandes Distribuidores.

Estos clientes es una estrategia de despliegue y distribución masiva, que puede generar una mayor venta y a su vez dar a conocer el producto en todo el país, ya que en ocasiones las personas no tienen la capacidad de traslado hacemos que el producto llegue hasta ellos.

El Gobierno. El gobierno es un cliente muy interesante pues los contratos que se logran con ellos suelen ser grandes. La idea es que les brindemos soluciones a sus políticas de vivienda de intereses social.

Este último cliente es potencial ya que al tener un producto que aporte al sostenimiento del ecosistema, un producto ecológico que se podría realizar 100% de material reciclaje, se podría apuntar a un beneficio tributario y aun mayor un beneficio de desarrollo, donde el mismo gobierno pueda ofrecer subsidios y por ende contratos que ayuden al impulso de este producto.

Segmentación (Tener en Cuenta los Criterios de Segmentación), en Este Punto Definir el Tipo de Segmentación que Se Podría Aplicar al Proyecto de Acuerdo con la Actividad Económica

Segmentación: El análisis identifica los segmentos y perfiles de mercado a los que se dirige La empresa crea puestos de marketing para el seguimiento, previa selección. Uno de los siguientes criterios básicos: estándar de subdivisión.

Tabla No 3. Criterios de segmentación para mercados de consumo

Criterios de segmentación para mercados de consumo

Geográficas	Demográficas	Psicográficas	Conductuales.
Región, ciudades, barrios	Edad	Estilo de vida	Beneficios deseados
Tamaño de la población	Sexo	Personalidad	Frecuencia de uso
Densidad población	Religión, raza o etnia	Valores	Ocasiones
Clima	Profesión		Estatus de usuario
Zona urbana o rural	Tamaño de la familia		Estatus de lealtad
	Ciclo de vida familiar		Etapas de preparación

Nivel de ingreso,
educación

Actitud hacia el
producto

Nacionalidad

Para este estudio, es necesario identificar claramente las características que deben tener el mercado en el que se pretende ofrecer el producto. Por eso pasamos a elaborar La siguiente variable se utilizarán para determinar el nicho de mercado a aplicar.

Segmentación demográfica En el segmento demográfico, el mercado se clasifica por ingresos, edad, género y nivel educativo. En cuanto a los ladrillos, los consumidores serán hombres y mujeres con algo intermedio. 30 y 60, porque este es el grupo de edad en el que la gente empieza a pensar en construir su Vivienda y dónde pueden obtener crédito de vivienda.

Además, sólo considerando Zonas rurales donde nuestro prototipo podría ser útil.

La segmentación geográfica divide el mercado según la ubicación de los clientes y la ubicación de los productos. Los resultados pueden variar dependiendo del área a estudiar ya que hay una super población.

En la capital de Bogotá tiene una extensión territorial de 1,636 Km.² El departamento está dividido 20 localidades 19 urbanas y una rural. Contando con una población de 7901653 mil.

Identificar la Competencia (Analizar los Posibles Competidores que Existan en la Región Donde Pretendemos Desarrollar el Proyecto, Entendiendo Competidores como Organizaciones que Satisfacen la Misma Necesidad que Nosotros Pretendemos Satisfacer)

Luego de analizar la región donde posicionamos nuestra empresa de ladrillos ecológicos “Construplast” se observa, que tenemos dos empresas con las cuales entramos a competir directamente, ya que satisfacemos las mismas necesidades con nuestros productos, pero, gracias a que existe una gran demanda alta del producto estas empresas no alcanzan a abarcar todo el mercado ya que su producción la realizan a pequeña escala y esto es un punto a nuestro favor.

Conceptos Plásticos

Conceptos plásticos creó un sistema constructivo que permite levantar viviendas de una y dos plantas, cuyos elementos principales, tanto paredes como vigas, se consiguen por medio de desechos plásticos. Una materia prima económica y accesible en cualquier lugar del mundo, ya que este sistema de construcción es un 30% más barato que los sistemas tradicionales en zonas rurales.

HomeCell

Ladrillos reciclados y ecológicos, tipo LEGO El sistema consiste en la creación de unos bloques que se encajan geométricamente con encajes positivos y negativos. Este sistema es estructural sismo resistente y sus piezas se encajan entre sí como un LEGO, para construir una pared. Al ser huecas, nosotros utilizamos la geometría del producto para el confinamiento de las vigas, los muros”, aseguró Carlos Andrés González.

Un competidor indirecto serían las ladrilleras tradicionales, quienes ofrecen un mismo producto (ladrillo), pero a partir de materiales tradicionales como la arcilla.

Ventajas. El ladrillo ecológico cuenta con menor conductividad térmica que los ladrillos tradicionales. Reduce el impacto ambiental, tanto en su producción como en su uso y posterior desecho. Ahorro en tiempo y esfuerzo al momento de realizar los trabajos de construcción, puesto que son más livianos.

Identificar Los Aliados Clave Del Modelo De Negocio Del Proyecto De Emprendimiento Social Y Proponer Acciones De Cooperación Como Alianzas Estratégicas

A fin de conseguir socios estratégicos, esta como tarea presentar la propuesta a constructoras reconocidas de la región como Cusezar, las Galias y constructora Bolívar, dando a conocer las ventajas que tiene construir con ladrillos ecológicos, su durabilidad, resistencia el bienestar tanto económico como ambiental que resulta luego de apoyar este proyecto.

Presentaremos nuestro proyecto ante entidades promotoras de campañas sociales e inversionistas interesados, donde enseñaremos nuestro diseño de vivienda unifamiliar, como modelo en la construcción de proyectos de interés social, buscando financiación para nuestro proyecto.

Con estas alianzas tenemos como propósito invertir en una planta de producción más grande y poder así producir a mayor escala y de mejor calidad, convirtiéndonos en la solución a problemas socio ambientales que actualmente afectan nuestro entorno.

Proponer Estrategias De Mercadeo Tanto Tradicionales Como Digitales Que Permitan Comunicar Y Cautivar Un Mercado Especifico, Se Debe Proponer Al Menos Una Acción Por

Tipo De Estrategia

Estrategia de comunicación: Se utilizará la estrategia de visibilidad buscando generar una mayor visibilidad de la marca para ello se implementarán políticas de marketing que permitan que los Eco-Ladrillos tengan mayor penetración en el mercado aumentando la participación en el sector, dando pie al desarrollo y mejoramiento de productos permitiendo una competencia sana y activa. Allí también se tiene como objetivo afianzar los clientes actuales y aumentar los clientes potenciales. La fabricación de Eco-Ladrillos es una industria en búsqueda de avances tecnológicos, y así facilitar el rápido crecimiento de esta. Para cumplir de forma

eficiente con esta estrategia se hará más presencia en redes sociales, foros y conferencias relacionadas con el sector de la construcción, así como también la asesoría técnica personalizada.

Estrategia de Posicionamiento: La estrategia más adecuada para el plan de negocio de Constru Plast es la de posicionamiento por ventajas y beneficios porque focaliza los beneficios y permite transmitírselos al cliente. Para ello se implementan las siguientes estrategias:

Identificación: Se desea tener los siguientes clientes: personas naturales, constructoras, pequeños y grandes distribuidores de material para la construcción, y entidades gubernamentales con actividad económica en el sector de la construcción.

Beneficios: Calidad, precios asequibles, y uno de los impactos más fuertes es la reducción de sus costos hasta en un 20% esto incluye materia prima y mano de obra.

Soporte: Se brindará capacitaciones y acompañamiento técnicos de forma permanente.

Estrategia de Diferenciación: La estrategia de diferenciación se basará en la calidad, estructura de precios, estrategia comercial y producto.

Calidad: El producto responde a las expectativas de los clientes por lo siguiente: primero se ofrece un producto de calidad que cumple con las especificaciones de las normas gubernamentales, y cumple satisfactoriamente las necesidades los clientes.

Estructura de precios: El producto reduce hasta en un 20% los costos por materia prima y mano de obra.

Estrategia comercial: Acompañamiento técnico y capacitación antes, durante y después de la utilización del producto.

Producto. Se ofrece una variedad de diseños que buscan cumplir con todas las necesidades que presente el cliente. Adicionalmente se ofrece un producto que disminuye sus costos y preserva el ecosistema.

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), Se Debe Describir el Propósito de Cada Acción Dentro del Proyecto de Emprendimiento Social

Figura 6.

Promoción de descuento



Ofrecemos un producto innovador con la ventaja de que es 30% más económico que los sistemas de construcción tradicionales garantizando durabilidad y resistencia, nuestros ladrillos son termo acústicos, sismorresistentes y auto- extingüibles gracias al trabajo de nuestro equipo de laboratorio que trabaja en nuestro proyecto.

Figura 7

Poster redes sociales



Nuestros ladrillos ecológicos tienen la gran ventaja con su novedoso diseño en forma de lego de encajar entre si sin necesidad de utilizar cemento ni pegante para la sujeción de las piezas, simplemente se requiere de un plano, herramientas sencillas y toda la actitud para armar nuestra casa, o estructura que tengamos en mente.

Hoy en día para generar visitas, se necesitan usar las redes sociales porque además de ser un medio para interactuar, sirven para consultar y muchas veces cada persona encuentra publicidad de alguna marca producto o servicio que ofrecen, esto generando la creación de perfiles que se crean en las redes sociales. Dentro del marco de la publicidad se generarán motivos por los cuales los productos de Construplast son eficaces y de buena calidad. Además, la creación de la página web y de las redes sociales ayudará a se pueda interactuar con los clientes de manera rápida y efectiva.

Construcción de la página web, redes sociales.

<https://diplomadomarketing2.wixsite.com/construplast>

<https://www.facebook.com/people/Constru-PLAST/100089756823682/>

Nota: *Inicio* (2022) *Construplast*. Disponible en:

<https://diplomadomarketing2.wixsite.com/construplast> (Accessed: February 2023).

<https://www.facebook.com/people/Constru-PLAST/100089756823682/>

Fase 6 Planificación Operativa Y Planificación Financiera

Desarrollo de la Actividad

Los recursos operativos que se necesitan: instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción.

Instalaciones Construplast

La fábrica de ladrillos ecológicos Construplast estará ubicada al sur de Bogotá en la Cl. 31a Sur #4 Este- San Cristóbal, al frente del parque Gaitán Cortés en un sitio asequible para su adecuado manejo ambiental, su lugar fue determinado de acuerdo al estudio de mercadeo donde nos indica que es una zona apropiada ya que no hay empresas que satisfacen esta necesidad y a su vez emprendan una labor tan importante como es reciclar y reutilizar los residuos plásticos del sector de san Cristóbal, contamos con un lote alquilado de 7000 m² donde estará adecuadas nuestras instalaciones tales como nuestra oficina de atención al público donde tenemos la sala de exposición de nuestros productos, y también nuestra planta de fabricación y bodegas de almacenamiento de materia prima y despacho de producto final.

Equipos

Contamos con diversos equipos que nos brindan las herramientas necesarias para producir nuestros productos con la mejor calidad y tiempo para suplir las necesidades del mercado, estamos ampliamente enfocados en la mejora constante de cada uno de nuestros procesos.

En nuestra planta de procesamiento contamos con:

1 molino triturador de plástico de 80 caballos de fuerza, el cual convierte el plástico reciclado en pequeñas partículas para luego pasar a la siguiente parte del proceso.

Máquina de mixturado: esta máquina se encarga de convertir el plástico triturado en partículas iguales y descontaminar para luego pasar a fundición.

Máquina extrusión: el proceso de fabricación se realiza mediante proceso de extrusión el cual se funde el material plástico triturado a altas temperaturas para luego ser halado por medio del proceso de polución el cual permite que se ale el material fundido a una velocidad constante para evitar los cortes desiguales.

Máquina de termoformado: A continuación, el material ya fundido pasa a los moldes en los cuales se somete a fuerza externa con ayuda de una prensa hidráulica y se obtiene la pieza deseada para luego pasar a enfriarse.

Tanques de enfriamiento: en esta parte del proceso se sumergen las piezas obtenidas en agua fría para que estas pasen a su estado sólido y temperatura ambiente luego de acá se trasladan cada una de las piezas a la bodega de empaque y despacho donde culmina nuestro proceso de fabricación.

Personal. En nuestra compañía Construplast contamos con 16 colaboradores que trabajando en equipo son partícipes de cada uno de los procesos de la empresa en sus diferentes módulos, repartidos de la siguiente manera:

Gerente general. (1) Es el encargado del cumplimiento de la estrategia general, dirige las distintas áreas que se compone la empresa para concretar la Visión.

Administrador. (1) Se encarga de administrar los recursos de la empresa, también de mantener el clima laboral en la empresa, representa a la empresa ante terceros, y nombrar y remover a los colaboradores que de acuerdo con el rendimiento y evaluación se requiera.

Secretaria general (1) Encargada de tramitar y controlar pagos a proveedores, procesar las facturas de proveedores y efectuar los roles de pagos, asistir en la preparación de estados

financieros, atención de consultas e inquietudes de proveedores. registrar todas las transacciones contables operativas y sus ajustes.

Administrador y finanzas. (1) Realizar el control de gestión, financiera; área de tesorería y cobranzas encargado de verificar los pagos.

Auxiliar contable. (1) Se encarga de apoyar en la realización de presupuestos operativos, elaborar propuestas financieras, también atiende las compras de las materias primas y maquinarias y equipos en coordinación con el área operativa.

Marketing. (1) Esta área es la encargada de planear y establecer el marketing y publicidad para lograr la fidelización y retención de clientes, proveedores y socios estratégicos posicionando la marca.

Ventas. (3) Es el encargado de ejecutar el plan de ventas, aumentando la rentabilidad de la empresa a través de las ventas al público.

Jefe de producción. (1) Encargado de controlar los procesos de producción de los ladrillos mezcla de materiales, prensado, fraguado, Ejecutar la inspección de calidad de la materia prima, controlar la calidad de los productos terminados y su correcto almacenamiento y coordinar con el área de ventas para la capacitación de utilización de ladrillos al cliente.

Operarios. (4) Personas que se encarga del manejo de las máquinas, lleva a cabo las instrucciones diarias del plan de trabajo, mantiene la maquinaria en condiciones óptimas para su funcionamiento, realizando las actividades pertinentes o reporta las fallas de la maquinaria o productos hechos.

Almacenista. (1) Es la persona encargada de realizar el ingreso a bodega de los respectivos materiales, inspeccionar el estado de los materiales que ingresan, ingresar en el

sistema los distintos productos terminados, realizar inventarios periódicos, ubicar y organizar las bodegas.

Servicios generales. (1) Es la persona encargada del aseo de las oficinas y espacios asignados en la empresa, estar pendiente del aseo y la limpieza de los muebles, enseres, ventanas, y todos los elementos de la oficina, entre otros.

Tabla No 4. Costos Y Gastos De Producción:

Costos operacionales													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año
Mantenimiento Maquinaria	\$ 380.000	\$ 250.000	\$ 300.000	\$ 100.000	\$ 120.000	\$ 280.000	\$ 215.000	\$ 380.000	\$ 220.000	\$ 180.000	\$ 200.000	\$ 85.000	\$ 2.710.000
Personal Operativo	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000	\$ 46.800.000
Ventas	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Jefe de producción	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
Materia prima	\$ 2.200.000	\$ 1.800.000	\$ 2.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.000.000	\$ 1.600.000	\$ 1.200.000	\$ 1.000.000	\$ 1.950.000	\$ 1.670.000	\$ 1.100.000	\$ 1.000.000	\$ 17.720.000
Distribución y publicidad	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Marketing	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Proveedores	\$ 650.000	\$ 600.000	\$ 550.000	\$ 800.000	\$ 750.000	\$ 380.000	\$ 800.000	\$ 560.000	\$ 600.000	\$ 540.000	\$ 500.000	\$ 450.000	\$ 7.180.000
Seguridad industrial	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 670.000	\$ 8.040.000
Capacitaciones	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000
Total	\$ 14.900.000	\$ 14.320.000	\$ 14.520.000	\$ 13.770.000	\$ 13.540.000	\$ 13.930.000	\$ 13.885.000	\$ 13.610.000	\$ 14.440.000	\$ 14.060.000	\$ 13.470.000	\$ 13.205.000	\$ 163.800.000

Gastos operacionales													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año
Energía	\$ 200.000	\$ 180.000	\$ 195.000	\$ 235.000	\$ 185.000	\$ 180.000	\$ 168.000	\$ 210.000	\$ 205.000	\$ 188.000	\$ 174.000	\$ 215.000	\$ 2.335.000
Agua	\$ 70.000	\$ 55.000	\$ 85.000	\$ 74.000	\$ 66.000	\$ 85.300	\$ 90.000	\$ 72.000	\$ 78.000	\$ 56.000	\$ 80.000	\$ 66.000	\$ 877.300
Telefonía fija e internet	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Telefonía móvil	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 780.000
Arrendo	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 2.250.000	\$ 27.000.000
Personal administrativo	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 158.400.000
Papelería y accesorio oficina	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000
Seguridad	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 950.000	\$ 11.400.000
Total	\$ 16.940.000	\$ 16.905.000	\$ 16.950.000	\$ 16.979.000	\$ 16.921.000	\$ 16.935.300	\$ 16.928.000	\$ 16.952.000	\$ 16.953.000	\$ 16.914.000	\$ 9.024.000	\$ 9.051.000	\$ 203.252.300

Tabla No 5. Tabla salarial

<i>Tabla salarial personal administrativo</i>		
Gerente general	\$	2.800.000
Administrador	\$	1.800.000
Secretaria general	\$	1.300.000
Administrador y finanzas.	\$	1.800.000
Auxiliar contable.	\$	1.300.000
Marketing	\$	1.400.000
Ventas.	\$	1.500.000
Ventas.	\$	1.500.000
Ventas.	\$	1.500.000
Jefe de producción	\$	1.800.000
Almacenista	\$	1.500.000
Servicios generales.	\$	1.300.000
Total	\$	19.500.000

Tabla No 6. Costo unitario

<i>Costo unitario del producto</i>	
Total, costos y gastos	\$ 367.052.300
Cantidad de ladrillos	96.850
Costo unitario	\$ 3.790
Utilidad	20% \$ 758
Precio venta publico	\$ 4.548

Luego de analizar el costo de producción, pasamos a realizar el valor de venta del ladrillo ecológico y pensamos que para iniciar estimamos un 20% de utilidad en el producto para ser competitivos y diferenciarnos de la competencia ya que se está ofertando un producto de buena calidad, dándonos un valor de venta al público de \$ 4.548 pesos.

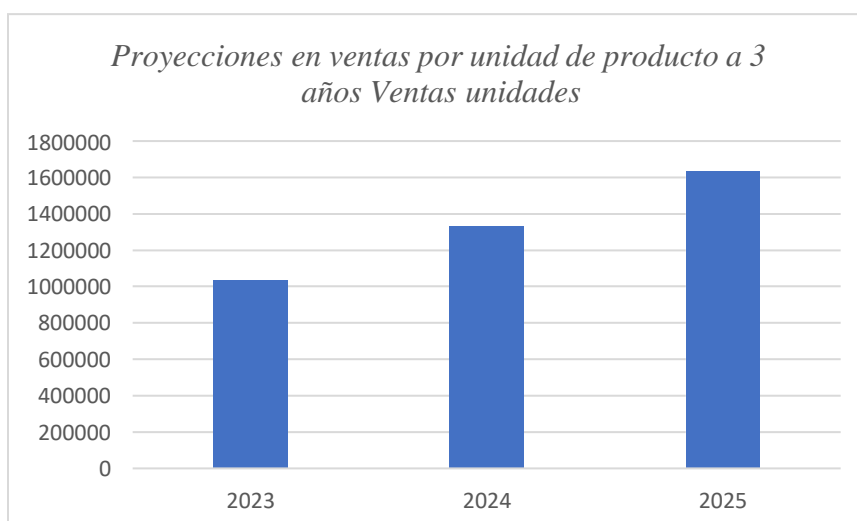
Tabla No 7. Proyecciones De Venta Para Tres Años

*Proyecciones en ventas por unidad
de producto*

Año	Ventas unidades
2020	100000
2021	500000
2022	700000
2023	1033333
2024	1333333
2025	1633333

Figura No 7.

Proyecciones de ventas



Se observan buenos resultados en las ventas de cada mes y en los acumulado de cada año, esto es un buen indicador ya que gracias a un estudio de mercado se pudo determinar que la venta de ladrillo ecológico tiene una gran acogida en el mercado.

Esto es debido a que el sector de la construcción se encuentra en recuperación gracias a la nueva detracción aplicada por el gobierno el cual es de un 5% a ladrillos tradicionales. por otro lado, podemos decir que también se ha beneficiado en la parte ambiental donde las personas han buscado otras alternativas más ecológicas y económicas.

Capital De Trabajo. Al momento de definir el capital de trabajo debemos tener información correspondiente a los activos corriente y activos pasivos para realizar la resta de activos pasivos de los activos corriente y de esta manera obtener el capital de trabajo neto, así: luego de obtener el total de los activos corrientes y pasivos nos damos cuenta de que obtenemos un valor positivo, esto nos quiere decir que nuestra empresa cuenta una buena liquidez y equilibrio financiero siendo una compañía flexible y óptima financieramente permitiendo operar de manera consciente con base en su presupuesto.

También se puede concluir que tenemos la opción de invertir en el negocio para su crecimiento ya que contamos con un monto con lo que podemos financiar la inversión.

Tabla No 8. Capital de trabajo

<i>Variable</i>	<i>Activo corriente</i>	<i>Pasivo corriente</i>
Efectivo en caja aporte de socios	\$ 5.000.000	
	\$	
Bancos	50.000.000	
	\$	
Inventarios	200.000.000	
Obligaciones financieras		\$
préstamo bancario		100.000.000
		\$
Obligaciones proveedores		20.000.000
		\$
Pago impuestos		7.000.000
	\$	\$
Total	255.000.000	127.000.000
	\$	
Capital neto de trabajo	128.000.000	

Tabla No 9. Inversiones Activos Fijos

<i>Inversión activos fijos</i>			
Código	Detalle	Débito	Crédito
152805	Equipo de computo	\$ 5.042.017	
240805	IVA descontable	\$ 957.983	
2365	Rete fuente		\$ 126.050
2380	Acreedor		\$ 5.873.950
	Sumas iguales	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Código	Detalle	Débito	Crédito
1524	Equipos de oficina	\$ 500.000	
2408	IVA	\$ 95.000	
2380	Acreedor		\$ 595.000
	Sumas iguales	\$ 595.000	\$ 595.000
Código	Detalle	Débito	Crédito
152405	Muebles y enseres	\$ 4.000.000	
240805	IVA	\$ 760.000	
238095	Acreedor		\$ 4.760.000
	Sumas iguales	\$ 4.760.000	\$ 4.760.000
Código	Detalle	Débito	Crédito
152405	Muebles y enseres	\$ 200.000	
240805	IVA	\$ 38.000	
238095	Acreedor		\$ 238.000

Sumas iguales		\$ 238.000	\$ 238.000
Código	Detalle	Débito	Crédito
152405	Muebles y enseres	\$ 400.000	
240805	IVA	\$ 76.000	
238095	Acreeedor		\$ 476.000
Sumas iguales		\$ 476.000	\$ 476.000
Código	Detalle	Débito	Crédito
171016	Programa pc (software)	\$ 1.680.672	
240816	IVA	\$ 319.328	
2365	Rete fuente		\$ 42.017
323510	Gasto legal		\$ 1.957.983
		\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Total, activos fijos			\$ 14.069.000

Conclusiones

Teniendo en cuenta todos los aspectos estudiados en esta fase, se ve la importancia de llevar una planeación, llevando ciertos lineamientos y pautas, iniciando por la planta de personal, junto a la materia prima, ingresos, costos y demás, son una base fundamental para poder tener conocimiento sobre lo que se hará en el emprendimiento, que probable venta de ladrillos se generará, qué porcentaje se tiene para generar ingresos, pérdidas, ganancias y demás.

Al poner en marcha una empresa se debe hacer énfasis en definir adecuadamente los recursos operativos y financieros que se requieren como bases para estructurar nuestra empresa de una manera idónea, y así tener claridad de que presupuesto requiero para iniciar en la consecución de los objetivos impuestos.

Con el desarrollo de esta actividad tenemos las bases para la ejecución de un proyecto de emprendimiento siguiendo el paso a paso de cada fase que vimos durante el diplomado haciéndonos las consultas respectivas si los pasos que damos para ir dándole vida a nuestro proyecto de emprendimiento está bien y de cómo podemos llegar a ser viables en el tiempo si se llega a un análisis racional sobre el desarrollo de dichos pasos y poder montar dicho proyecto, ser generadores de empleo y cuidando el medio ambiente al mismo tiempo.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.79-98). Grupo Editorial Patria.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Botero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas.<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa:<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>
- Escobar, E.V, Monsalve, V, Pedroza V. (2018). Estudio de viabilidad para crear una empresa productora de ladrillos en el corregimiento el cabuyal del municipio de candelaria en el depto. del valle del cauca.Trabajo de grado presentado para optar al título de Administrador de Empresas, fundación universitaria católica lumen Gentium.
<https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/1678>

Giraldo Oliveros, M. (Il.), Juliao Esparragoza, D. (Il.) & Acevedo Navas, C.(2017). Gerencia de marketing. Ecoe Ediciones. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439)

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021).

Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006)

Gjorevska, N. (2021). Workplace Spirituality and Social Enterprise – a Review and Research Agenda. Vezetéstudomány / Budapest Management Review, 52(5), 2–13.[https://doi-](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01)
[org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01)

Gómez Gutiérrez, J. & Cortés Barrera, J. E. (2018). Emprendedores sociales:cómo hacer la diferencia (p.p.29-52). Corporación Universitaria Minuto de Dios. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=29)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=29](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=29)

Hernández, F, A. & Pisso, M. (2019). Estudio de factibilidad para la fabricación del ladrillo ecológico. [especialización en gerencia, universidad la gran Colombia].

[https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/5771/tesis%20PISSO%20Y%20HE](https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/5771/tesis%20PISSO%20Y%20HERNANDEZ-1.pdf?sequence=1)
[RNANDEZ-1.pdf?sequence=1](https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/5771/tesis%20PISSO%20Y%20HERNANDEZ-1.pdf?sequence=1)

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.).(2021). Marketing para abogados. Wolters Kluwer España. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778)

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018).

Marketing en redes sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Editorial Universidad Adventista delPlata. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Sánchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en marketing.

COMM025PO. IC Editorial. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250)

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientaspara crear tu modelo y plan de negocios. Editorial Uniagustiniana: <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380)

Villafuerte Quispe, Marlene María. (2015). Plan de negocios para la fabricación y comercialización de ladrillos ecológicos en lima metropolitana [Tesis para optar la Licenciatura de Administración de Empresas, Universidad peruana de ciencias aplicadas]. Repositorio académico pc. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/581916>

Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A training model for developing social entrepreneurship = Unmodel formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. Educar, 57(1), 97– 116: <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>