

**Proyecto de Emprendimiento Social, Sostenible y Sustentable para la Elaboración
de Jabón Artesanal a Base de Aceite de Cocina Usado**

Presentado por

Henry Coba Natera

Jairo Antonio Romero

Wilber Alonso Beltrán Castro

Tutora

Francy Vanessa Oviedo Osorio

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD. ECACEN.

Diplomado para Tecnologías en Gestión de Marketing para

El Emprendimiento Social

2022

Tabla de Contenido

Introducción	6
Resumen.....	7
Abstract.....	8
Objetivos.....	9
Objetivo General	9
Identificación de la Problemática.....	10
Presentación del Valor Social y del Modelo de Negocio	11
Plantilla De Matriz FODA	12
Mapa Mental	13
Descripción Propuesta de Valor	15
Propuesta de Valor bajo la Metodología Design Thinking.....	16
Estrategias de Mercadeo	18
Marca, Imagen y Slogan del Proyecto	18
Grupo Objetivo del Proyecto	19
Segmentación	19
Identificación de la Competencia.....	20
Aliados Clave del Modelo de Negocio	20
Estrategia de Comunicación.....	21
Estrategia de Posicionamiento	21
Estrategia de Diferenciación	21

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales.	22
Recursos Operativos y Financieros.....	23
Distribución de planta	23
Costos de producción.....	25
Inversiones en Capital de Trabajo.....	27
Perfiles de Cargos	28
Gastos Administrativos.....	30
Recursos Financieros	31
Flujo de caja 3 años.....	32
Conclusiones.....	34
Referencias Bibliográficas	35

Lista de Tabla

Tabla 1. Matriz FODA.....	12
Tabla 2 Costos de Producción.....	25
Tabla 3 Inversión en Infraestructura.....	26
Tabla 4 Inversiones en Capital de Trabajo	27
Tabla 5 Perfiles de Cargos	28
Tabla 6 Gastos Administrativos.....	30
Tabla 7 Recursos Financieros	31
Tabla 8 Flujo de caja.....	32

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapa mental	13
Ilustración 2 Propuesta de Valor	14
Ilustración 3 Imagen del emprendimiento	18
Ilustración 4 Página web del emprendimiento jabones BIO – SOAP	22
Ilustración 5 Distribución de planta (espacios).....	23
Ilustración 6 Distribución del almacén	24

Introducción

En nuestro proyecto de negocio Jabón Biodegradable es de vital importancia determinar la estrategia que se va a disponer para tomar posesión y competir en el mercado.

Son muchas las formas en que se puede trabajar mediante los emprendimientos sociales, en nuestro grupo de trabajo optamos por elegir la ideas de hacerlo con la comunidad víctima de la violencia en este caso femenina y basado en ello formulamos la propuesta de emprendimiento en el cual se busca realizar jabones biodegradables que contribuyan con el rescate de la integridad femenina, su economía y que sea amigable con el medio ambiente.

Es por ello que para lograr estar bien ubicado en el mercado debemos diseñar distintos puntos que nos permitan crear valor, tales como estipular los detalles y atributos de nuestro producto, así mismo crear un logo, una marca, y una imagen, así mismo identificar a quien va dirigido el producto, analizar la segmentación, identificar aliados y competencias potencialmente directas e indirectas para nuestro negocio, proponer estrategias que puedan difundir nuestra marca y que medios se utilizaran para lo mismo.

Resumen

Nuestra sociedad se ve marcada por los graves efectos que contraen la violencia en nuestro país donde la mayor parte en desfavorecida en alto porcentaje es la población de bajos recursos, las poblaciones de los municipios sufren este flagelo que viene acompañado de la extrema pobreza, falta de oportunidades, desigualdad entre otras.

Nuestra propuesta se centra en la realización de un proyecto enfocado y dirigido a contribuir al mejoramiento y disminución de estos problemas sociales de las comunidades para ello nos proyectamos a realizar un proyecto el cual se desarrolla mediante la producción de jabones artesanales y amigables con el medio ambiente, cuya materia prima principal es el aceite reciclado de cocina y un aditivo natural que es extraído de un árbol conocido en la región como “jaboncito”.

Esta propuesta encaminada en la búsqueda del cambio de los estilos de vida de las mujeres golpeadas por el flagelo de la violencia contra la mujer y a su vez en la búsqueda del crecimiento de la economía para el municipio de la gloria y la región del sur del cesar.

El contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades nos conlleva a ser partícipes del cambio social como profesionales y proyectar e impulsar grandes proyectos que contribuyan a restaurar y presentar una mejor sociedad.

Palabras Claves: Jabones, mujeres, violencia, medio ambiente

Abstract

The central proposal is the realization of a project for the production of handmade and environmentally friendly soaps, whose main raw material is recycled cooking oil and a natural additive that is extracted from a tree known in the region as "Jaboncito". This proposal aimed at seeking to change the lifestyles of women hit by the scourge of violence against women and in turn seeking economic growth for the municipality of La Gloria and the southern region of Cesar. .

Keywords: Soaps, women, violence, environment.

Objetivos

Objetivo General

Presentar la propuesta de emprendimiento social con componente innovador, sostenible y sustentable a partir un modelo de generación de proyectos

Objetivos Específicos

Visualizar un modelo de emprendimiento social que permita encontrar diferentes situaciones y buscar objetivamente una solución el cual emanen de ella distintas oportunidades de y decisiones acertadas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los agentes beneficiarios.

Analizar las definiciones, las etapas y herramientas para cada del modelo design thinking seleccionando una etapa del método design thinking que permita evaluar la percepción del valor social y el modelo de negocio de la propuesta de emprendimiento de la etapa anterior mediante las herramientas presentadas en el método design thinking , identificar mediante las estrategias de la metodología en el modelo de negocio Canvas todos los principios que nos permitan el establecimiento de la segmentación de cliente que nos conlleve a comprender cuales son aquellas necesidades particulares de los clientes.

Sustentar la propuesta de emprendimiento social con componente innovador, sostenible y sustentable a partir un modelo de generación de proyectos.

Comprender y materializar y poner en marcha la idea de negocio teniendo en cuenta las diversas características, atributos elementos que permiten a nuestro producto Jabón Biodegradable distinguirse en el mercado y que le permiten se diferenciador creando una propuesta de valor que resuelva y complazca a nuestros segmentos de mercado y nuestros clientes en particular

Identificación de la Problemática

La violencia de género, en Colombia maneja indicadores que van en alza los últimos años, unas de las poblaciones con gran afectación en este tipo de vulneraciones es el departamento del Cesar y en especial en nuestro municipio de la Gloria, allí está creciendo significativamente con el pasar de los días y aun vemos muchas mujeres que son sometidas por sus agresores y pierden contacto social.

La violencia contra las mujeres impide que estas lleven a cabo sus tareas, se desenvuelvan como pieza importante ante la sociedad y ejerzan sus quehaceres laborales independientemente del cargo que desempeñen.

Estas mujeres analizando cada una de las situaciones vividas por ella nos refleja mujeres con empuje y ganas de salir adelante a pesar de las dificultades, en consecuencia, poseen grandes cualidades y aptitudes que impulsadas mediante nuestro proyecto se pueden convertir en piezas fundamental para el desarrollo del proyecto social y sostenimiento de este.

Presentación del Valor Social y del Modelo de Negocio

Como Valor social a las comunidades presentamos un modelo de negocio que está apoyado en los recursos que nuestra región produce y con una mano de obra reflejada en las mujeres de la región, ellas aportan en realizar jabones biodegradables que contribuyan con el rescate de la integridad femenina y su economía en el municipio de la gloria y en el departamento del cesar.

Estos jabones se realizan con el reciclaje de aceites vegetales, y con el extracto de una planta ancestral llamada árbol de jaboncito lo cual le aporta el plus para que se convierta en un producto biodegradable, amigable con el medio ambiente y que ayuda a la superación de las mujeres del municipio.

Nuestro producto al ser un producto biodegradable y realizado por mujeres de nuestra región, un producto conocido por las matriarcas las cuales saben de calidad de un jabón, se internara en los hogares sur cesarenses, debido a que será un apoyo para la población femenina golpeada por el flagelo de la violencia contra la mujer, así como también será un producto poco más económico que los jabones comerciales comunes ya que son productos reciclados de la cocina tradicional, con un potente poder de limpieza y pocos contaminantes ante el medio ambiente.

La realización de estos jabones permitirá ser el motor de arranque para que estas mujeres sean fortalecidas mediante capacitación no solo de producción sino también en el manejo y sostenimiento del modelo de negocio, el cual permitirá que más mujeres se sumen al proyecto de diferentes ideas que se pueden desarrollar contando con el apoyo mutuo de ellas.

Plantilla De Matriz FODA

Tabla 1. Matriz FODA

Foda-Factores Internos

Fortalezas (+)	Debilidades (-)
Contribuye con la economía de las mujeres del municipio de la gloria Igualdad de géneros Preservación del medio ambiente Innovación Reconocimiento del producto Gran red de distribución del producto	Poca credibilidad en la etapa de inicio de producción Poca capacitación a las mujeres involucradas Falta de tecnología de punta

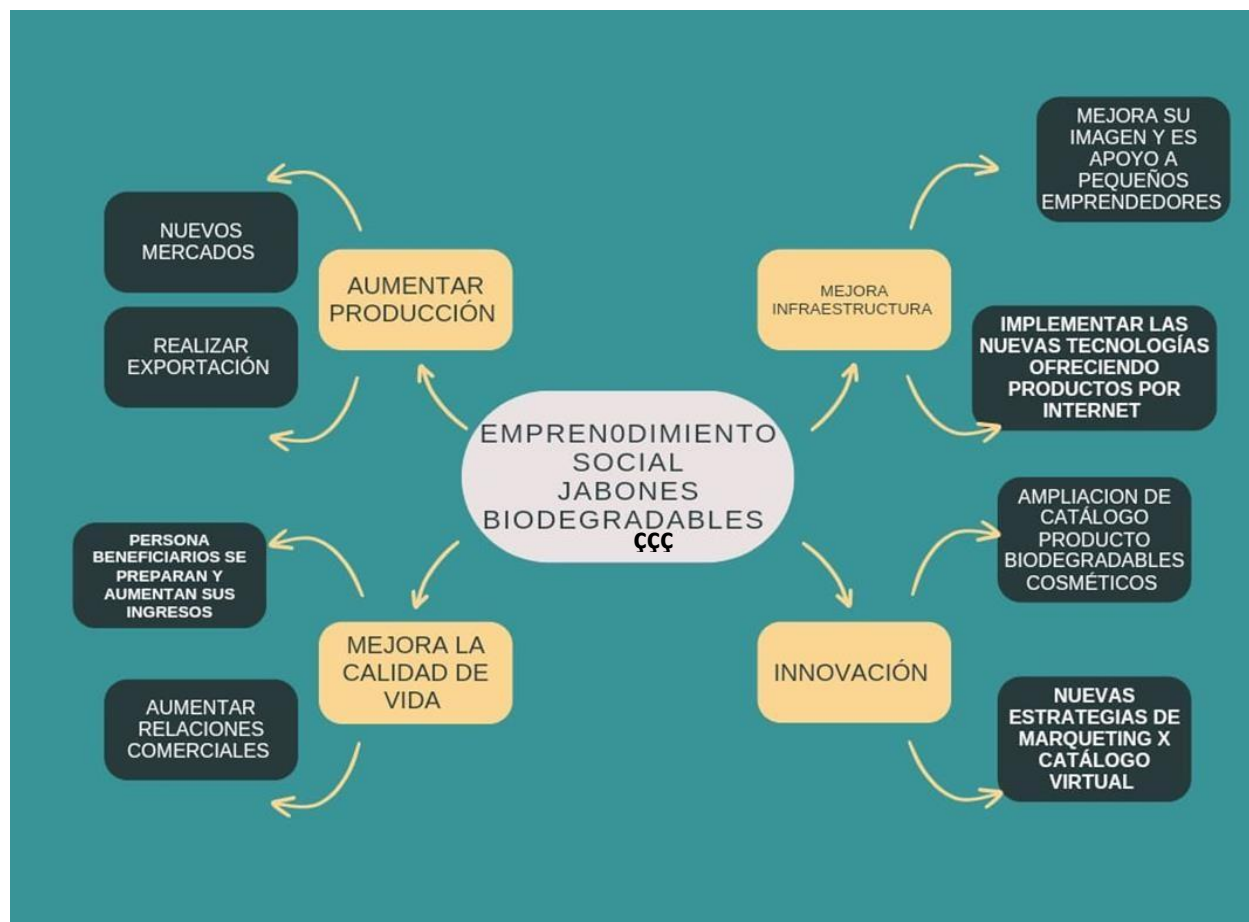
Foda-Factores Externos

Oportunidades (+)	Amenazas (-)
Crear empresa Demostrar el empoderamiento de la mujer Encontrar apoyo en los fondos, cooperativas y bancos Cambiar vidas Pocos competidores en la zona Expansión en el Mercado	Nuevos competidores Consumidores prueban varias opciones Conflictos del gremio

Nota: Descripción de la Matriz FODA escogida durante el curso.

Mapa Mental

Ilustración 1 Mapa mental



Nota: Mapa mental autoría propia, escogido para el emprendimiento

Ilustración 2 Propuesta de Valor



Nota: Propuesta de valor construida con ideales de todos los compañeros que aportamos en el trabajo colaborativo del curso

Descripción Propuesta de Valor

La propuesta de valor diseñada bajo el modelo Design Thinking está enfocada principalmente en descubrir las necesidades de los usuarios, luego recopilar datos y pasar de tener información a tener perspectivas, proponer potenciales soluciones para la problemática identificada, diseñar prototipos para demostrar a los posibles compradores de nuestro producto y visionar el funcionamiento del mismo ante los usuarios, de igual forma examinar cómo se siente el cliente o usuario con el producto para ver si realmente funciona nuestra propuesta de negocio

Como aporte a nuestro emprendimiento cada vez que apliquemos el ciclo de la metodología Design Thinking nos permitirá identificar problemas, generar prototipos y verificar si los prototipos funcionan de esta manera se generara un ciclo constante e infinito de aprendizaje y de mejora del producto lo cual hará que nuestro emprendimiento pueda generar impacto positivo en el sector con un producto de calidad y satisfacción para la población objetivo.

Propuesta de Valor bajo la Metodología Design Thinking

Jabones Bio-Soap toma un fortalecimiento en el mercado mediante la metodología aplicada Design Thinking allí se aplicaron alianzas con los propietarios de restaurantes para el suministro de la materia prima (aceite utilizado), los campesinos de la zona la cual cultivan el árbol de jaboncito, igualmente con el grupo de mujeres emprendedoras del Cesar que trabajan en la producción y distribución del producto, permitiendo minimizar impactos económicos ya que se realizan intercambios con los socios, el impulso teniendo en cuenta las características de mayor fortaleza que es Biodegradable 100%, remueve manchas difíciles por su potente poder de limpieza, mejor precio, generando un impacto social en contra de la contaminación con su uso, su diseño plano propone la mejor presentación, su poder de limpieza remueve manchas difíciles y es el de menor costo en el mercado, compitiendo con grandes marcas.

Adicionalmente con la compra de nuestro producto ayudamos a que se superen las madres cabezas de familia víctimas del conflicto. Nuestra categoría de producto de gran consumo nos permite brindarte un precio competitivo, calidad y contribuye a mejorar la calidad de vida.

Nuestra estrategia busca que nuestros clientes nos identifiquen y prefieran nuestro jabón Biodegradable y que conozcan que detrás de cada compra existe una familia que sale adelante y a su vez aportamos a mejorar nuestro planeta,

La propuesta de nuestra estrategia marketing va encaminada en un canal de comunicación como las vallas o pendones publicitarios resaltando la propuesta de valor y los beneficios de nuestro producto, la radio local, redes sociales y volanteo. Los eventos en tiendas de barrio y supermercados brindando muestras gratis nos posicionan en el mercado directamente.

Contamos con los canales de distribución masivos como entregas puerta a puerta, tiendas, supermercado y tiendas virtuales la cual entregan por medio de empresas de entrega son esenciales para toda la logística de ventas.

Estrategias de Mercadeo

Jabones biodegradables es un producto que se destaca por poseer unas características que lo identifican como un producto de primera necesidad y a su vez genera un impacto beneficioso en el mercado, algunos de estos atributos son:

Un Jabón con un poder de limpieza que remueve manchas difíciles, Biodegradable 100%, Cuidan el planeta por su menor impacto de contaminación con su uso, Su diseño es plano para mejor presentación y agarre, Menor costo en el mercado, Delicioso Aroma al campo, Lo encuentras en dos presentaciones individuales y X3 unidades, Fácil de encontrar en tiendas, supermercados y domicilios.

Marca, Imagen y Slogan del Proyecto

La marca que nos identificará en el mercado será “Jabón BIO-SOAP” y el eslogan que manejaremos en el proyecto es “Jabón Bio-Soap-Poderoso en limpieza y amigable el planeta”

Ilustración 2 Imagen del emprendimiento



Nota: Imagen de realización Propia

Nuestra imagen se enfocó en presentar una foto en el que se observa el árbol de jaboncito propio de nuestra región como materia prima principal, también se muestra una mujer afrodescendiente que nos inspira a generar sonrisas en medio del conflicto ellas son la razón de ser del proyecto y por ellas el proyecto les mejora su calidad de vida, las letras son verdes que representan lo biodegradable y amigable con el medio ambiente.

Grupo Objetivo del Proyecto

Los consumidores principales que aceptarían nuestro Jabón son las amas de casa debido a que la categoría de nuestro producto está en dentro de los de gran consumo y de primera necesidad en los grupos de hogares, permite que nuestro segmento de mercado sea vea proyectado en los hogares de la región inicialmente.

Madre y Padres cabeza de familia: Este grupo de consumidores es uno de los más extensos por que los conlleva a llevar la responsabilidad en los hogares de mantener sus ropas limpias y elegir un producto bueno y económico.

Negocios de Comida, Restaurantes, Casino: Este grupo se ve en la necesidad de elegir un producto que cubra la necesidad de limpieza que sus negocios les exige.

Segmentación

Nuestro Jabón Biodegradable fue creado para cubrir las necesidades de las amas de casa siendo aliados de la limpieza es por ello que la población que mayor está dentro de las posibilidades de comprar nuestro producto son mujeres entre los 18 años a 50 años, hombres cabeza de familias desde los 18 años, comerciantes y empresarios.

Nuestro Jabón tendrá una segmentación geográfica que tendrá inicio en el municipio de la Gloria Cesar y tendrá una expansión comercial en el resto del departamento y posicionamiento comercial en las principales capitales de la región caribe.

Nuestra segmentación se podría aplicar a organizaciones y fundaciones que deseen adquirir nuestro producto con fines de encontrar soluciones económicas.

Identificación de la Competencia

Dentro de los posibles competidores directos tenemos a pequeños emprendedores que ofrecen productos de limpieza entre ellos jabones, los otros competidores directos son las grandes marcas posicionadas ya en el mercado y que desarrollan su márketing principalmente en tiendas y supermercados estas organizaciones buscan un crecimiento económico y posicionamiento de sus marcas, pero nuestro proyecto busca satisfacer las necesidades de los cliente y a su vez germinar una relación en el que elijan nuestro producto por calidad, economía y compromiso social y ambientan con la comunidad que lo desarrolla.

Existen competidores en la región Caribe que producen jabones a un menor precio, pero no son biodegradables esto son pequeñas empresas dedicadas al comercio de productos de limpieza, pero enfocadas en la utilización de insumos químicos, adicionalmente competimos con grandes marcas reconocidas que se mantienen firmes en mercados como supermercados y tiendas.

Aliados Clave del Modelo de Negocio

Los aliados fundamentales para la correcta realización y distribución de los jabones la desarrollamos con alianzas con los propietarios de restaurantes para el suministro de la materia prima (aceite utilizado), que es el insumo principal, también con Campesinos de la zona la cual cultivan el árbol de jaboncito

La alianza con el Grupo de mujeres emprendedoras del cesar que trabajan en la producción y distribución del producto, con esta sociedad se busca minimizar impactos económicos ya que se podemos realizar intercambios con los socios, también se gestiona estrategias con la alcaldía del municipio para adquirir un préstamo para mantener la logística y compra de elementos necesarios para la producción.

Estrategia de Comunicación

Inicialmente nuestro canal de comunicación son las vallas o pendones publicitarios resaltando la propuesta de valor y los beneficios de nuestro producto, la radio local, redes sociales y volanteo, unos de los medios que más fuerza tiene nuestra estrategia de comunicación será las redes sociales (Facebook, wasap e Instagram) la cual nuestro grupo de segmentación tiene acceso a esta fuente de comunicación y se puede hacer fuerte nuestra comunicación, también se pautara mediante la radio en horarios de 08 am a 11 am ya que en esta hora las amas de casa escuchan la radio en medio de sus tareas diarias y se pautara en TV en los horarios de 3 pm a 5pm y 8:30 a 10 pm.

Estrategia de Posicionamiento

Realizaremos lanzamientos en los barrios entregando muestras gratis y realizando demostraciones de lavado con nuestro producto y realizaremos dramatizaciones que conlleven a conocer nuestro objetivo social, estas actividades se realizarán también en tiendas y supermercado de la región.

Estrategia de Diferenciación

Nuestra imagen impulsara los grandes beneficios que se llevan a cabo con la compra y uso de nuestro producto esto permitirá que los consumidores se concienticen y nos diferencien en el mercado como una marca sostenible social y ambientalmente.

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales.

Se le da presentación al producto del emprendimiento publicado en las diferentes redes sociales presentando la imagen, eslogan y precios del producto dándole el toque de marketing necesario para aumentar las ventas.

Ilustración 3 Página web del emprendimiento jabones Bio – Soap



Nota: Pagina web realizada en Wix y pantallazo de página de Facebook

Página web para el proyecto.

Enlace de la página WIX

<https://henrykaeth.wixsite.com/my-site>

Recursos Operativos y Financieros

Distribución de planta

Para la fábrica se utilizará la distribución en “U”, que facilita el flujo de mercancías en la línea de producción, pudiendo obtener las siguientes ventajas para hacer más eficiente su desarrollo:

Reducir el daño y la pérdida de productos

Mejora de los procesos de control y seguimiento

Optimizar el espacio del equipo de trabajo

Tiempo de producción reducido

Más movilización móvil de materias primas

Altos estándares de calidad

Alta eficiencia del proceso productivo

Ilustración 4 Distribución de planta (espacios)

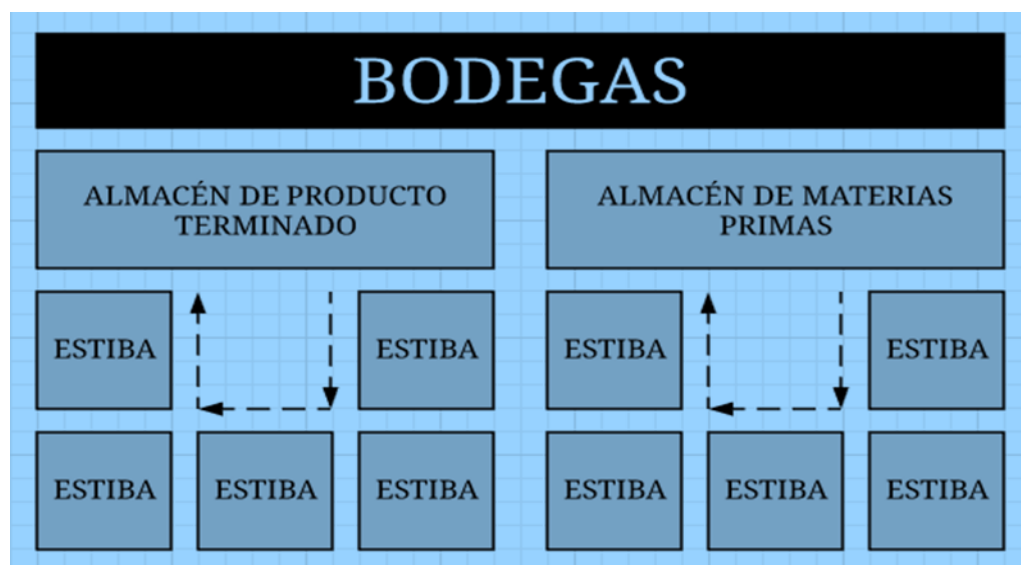


Nota: Diseño de nuestra autoría

La distribución de almacenes dentro de la planta de producción se ubica estratégicamente dentro de la distribución en “U”, el almacén de materia prima se ubica en el costado izquierdo del edificio de planta y por ende el punto de inicio de la fase de producción, y de igual forma al final de la producción En la línea, a la derecha, se ubicará el almacén de producto terminado, que permitirá el proceso de Distribución gestionado por logística de terceros (Inter rapidísimo, Servientrega y picap).

De esta forma, el almacén se administrará en base a las primeras entradas, primeras salidas (FIFO), y su organización se dará de izquierda a derecha, como se muestra en el diagrama a continuación, lo que permitirá un mejor control sobre el inventario, el uso y la distribución. Distribución de la eficiencia del producto.

Ilustración 5 Distribución del almacén



Nota: Diseño de nuestra autoría

La distribución de las oficinas será lineal para permitir una comunicación más efectiva entre las personas y eliminar la noción de jerarquía, lo que resultará en una cultura organizacional más armoniosa y de mayor confianza en Jabón Bio Soap.

Costos de producción

Los costos de producción fueron proyectados para los tres primeros años a partir de la apertura del negocio, estos manejan fundamentalmente conceptos prioritarios dentro de la cadena de producción y empaque del producto.

Tabla 2 Costos de Producción

Concepto	1 año	2 año	3 año
Arrendamientos	\$ 5.880.000,00	\$ 6.056.400,00	\$ 6.238.092,00
Servicios Públicos	\$ 2.688.000,00	\$ 2.768.640,00	\$ 2.851.699,00
Mantenimientos	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Materia Prima	\$ 102.384.000,00	\$ 109.041.008,00	\$ 112.639.361,00
Nomina	\$ 33.600.000,00	\$ 35.280.000,00	\$ 37.044.000,00
Total	\$ 144.752.000,00	\$ 153.346.048,00	\$ 158.973.152,00

Nota: Esta tabla muestra los costos de producción previstos para los 3 años. Fuente. realización propia

Para el costo de producción se encuentra que el 70% de los recursos serán utilizados, obviamente, en la producción de jabón, por lo que la renta, los servicios públicos y los salarios estarán representados bajo este 70%. Así mismo, el mantenimiento de equipos y materias primas, que supondrá el 56,4% de las ventas del año, compensará este coste de producción.

Inversión en infraestructura

La inversión en infraestructura se realizará en 2022, momento en el que se obtendrán los recursos necesarios para cubrir las necesidades anuales durante los primeros 3 años, llevando nuestra capacidad instalada a un máximo de 28.800 pastillas de jabón al año, por lo que mientras nuestras ventas por 3 años están en el rango de 12.000 Entre 15.000 piezas, podemos producir hasta 28.800 piezas bajo demanda. Asimismo, la maquinaria, mobiliario y equipo se depreciarán linealmente en 5 años.

Tabla 3 Inversión en Infraestructura

Inversión Inicial	Año 0
Estufas	\$ 1.200.000,00
Ollas de fundición	\$ 420.000,00
Moldes	\$ 500.000,00
Muebles y encerados	\$ 1.800.000,00
Software	\$ 1.000.000,00
Equipos de cómputo	\$ 4.500.000,00
Materia prima	\$ 20.580.000,00
Total	\$ 30.000.000,00

Nota: Esta tabla muestra los costos de Inversión en infraestructuras que se utilizaran al iniciar el proyecto. Fuente. realización propia

Inversiones en Capital de Trabajo

La inversión de capital de trabajo serán los recursos utilizados durante los primeros 3 años para garantizar las operaciones y cumplir con los requisitos del producto para que podamos justificar la inversión inicial y los gastos de administración y operación de los próximos años. Entre ellos, las materias primas, el arrendamiento y los servicios públicos crecerán de acuerdo con el crecimiento del IPC y los salarios, que se espera crezcan un 5% en estos años.

Tabla 4 Inversiones en Capital de Trabajo

<i>Inversión</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>
Estufas	\$ 1.200.000			
Ollas de fundición	\$ 420.000			
Moldes	\$ 500.000			
Muebles y encerados	\$ 1.800.000			
Software	\$ 1.000.000			
Equipos de cómputo	\$ 4.500.000			
Materia prima	\$ 20.580.000	\$ 81.804.000	\$ 109.041.008	\$ 112.639.361
Arrendamiento		\$ 8.400.000	\$ 8.652.000	\$ 8.911.560
Nómina		\$ 48.000.000	\$ 50.400.000	\$ 52.920.000
Mantenimiento		\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Aseo y papelería		\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios públicos		\$ 3.840.000	\$ 3.955.200	\$ 4.073.856
Total	\$ 30.000.000	\$ 142.744.000	\$ 172.748.208	\$ 179.244.777

Nota: Tabla de realización propia

Perfiles de Cargos

Tabla 5 Perfiles de Cargos

Cargo	Descripción
Director General	<p>Administrador de empresas o carreras afines.</p> <p>Facilidad para establecer relaciones interpersonales.</p> <p>Orientado al cliente: atender con prontitud y diligencia los requerimientos del cliente viendo las cosas desde su punto de vista con el fin de darles lo que ellos necesitan para poder realizar su trabajo.</p> <p>Ética profesional, Liderazgo, Motivación al logro, Pensamiento Estratégico.</p> <p>Los requerimientos o capacidades son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir.</p> <p>Capacidad de análisis en cualquier ámbito.</p>
Financiera	<p>Profesional en Contaduría o carreras afines.</p> <p>Ética profesional, Liderazgo, Motivación al logro, Pensamiento Estratégico.</p> <p>Manejo de un programa contable como mínimo 3 años de experiencia.</p> <p>Analítica para frente a cifras numéricas.</p> <p>Conocimientos en Nómina y Aportes a parafiscales.</p>
Talento Humano	<p>Profesional en Administración de empresas, Psicología o afines.</p> <p>Ser perceptivo, empático y social</p> <p>Manejar la inteligencia lingüística y emocional en las personas. Buena disposición para ayudar a sus demás colaboradores. Tener conocimientos en temas legales para la ejecución de contratos. Ética profesional, Liderazgo, Motivación al logro, PensamientoEstratégico.</p>

Cargo	Descripción
Producción	<p>Estudiante en carreras de Ingeniería Industrial</p> <p>Liderazgo en costos y enfoque de diferenciación.</p> <p>Conocimientos en manejo de material para elaboración de un producto.</p> <p>Decisiones sobre la capacidad de programación de producción.</p> <p>Conocimientos en medición y aplicaciones de químicos.</p> <p>Muestreo de campañas</p> <p>Conocimientos en calidad del producto (Peso, Rotura, Transporte)</p> <p>Ética profesional, Liderazgo, Motivación al logro.</p>
Ventas	<p>Técnico o Tecnólogo en carreras administrativas.</p> <p>Contar con habilidades comerciales</p> <p>Manejo de relaciones interpersonales, con orientación de servicio al cliente, analítica y planeación.</p> <p>Alto grado de responsabilidad, autodisciplina y liderazgo.</p> <p>Ética profesional, Liderazgo, Motivación al logro.</p> <p>Buena impresión y generar confianza a los diversos clientes.</p>

Nota: Tabla de realización propia

Gastos Administrativos

Los honorarios administrativos son del 30% anual y del 100% del valor del contrato de arrendamiento, salarios y servicios comunales. Como resultado, los gastos generales aumentan año tras año, teniendo en cuenta los supuestos del IPC. Estos recursos que allí nombramos no están relacionados con la producción y están asociados a la parte administrativa de la empresa.

Tabla 6 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamiento	\$ 2.520.000,00	\$ 2.595.600,00	\$ 2.673.468,00
Nómina	\$ 14.400.000,00	\$ 15.120.000,00	\$ 15.876.000,00
Aseo y papelería	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Servicios públicos	\$ 1.152.000,00	\$ 1.152.000,00	\$ 1.222.157,00
Total	\$ 18.572.000	\$ 19.367.600	\$ 20.271.625,00

Nota: Tabla de realización propia

Recursos Financieros

Jabones Bio Soap cuenta con una inversión inicial de \$ 30.000.000, que se repartirá a partes iguales entre 3 (Henry Alonso Coba, Jairo Antonio Romero y Wilber Alonso Beltrán) socios de capital al 33,3%. Para el presupuesto de ventas se tiene en cuenta el presupuesto de producción, el crecimiento económico (fabricación) de jabón vendido en un 1% anual conforme aumentan las ventas, y un presupuesto de costos del 56,4% de las ventas. Ventas anuales.

Por otro lado, contamos con un presupuesto administrativo relacionado con la operación durante todo el año, evidenciado por los gastos administrativos. El análisis considera las proyecciones de los estados financieros en términos de balances y flujos de efectivo estimados para los próximos 3 años.

Tabla 7 Recursos Financieros

		<i>Presupuesto</i>			
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Presupuesto de	\$		\$ 81.440.000,00	\$ 94.137.752,00	\$ 207.463.076,00
ventas	-				
Presupuesto de	\$		12960	13401	13843
producción	-				
Presupuesto de	\$		\$ 102.332.160,00	\$ 109.493.692,00	\$ 125.391.525,00
costos	-				
Presupuesto	\$		\$ 66.440.000,00	\$ 69.398.600,00	\$ 75.731.270,00
administrativo	-				
Presupuesto de	\$ 30.000.000,00	\$	\$	\$	\$
inversiones		-	-	-	-

Nota: Tabla de realización propia

Flujo de caja 3 años

Tabla 8 Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidades vendidas		12960	13401	13843
Ingresos	\$	181.440.000	\$ 194.137.752	\$ 207.463.076
Costo ventas	\$	81.804.000	\$ 109.549.160	\$ 117.068.450
Utilidad bruta	\$	99.636.000	\$ 84.588.592	\$ 90.394.626
Gastos operacionales	\$	66.440.000	\$ 69.398.600	\$ 72.493.169
Utilidad operacional	\$	33.196.000	\$ 15.189.992	\$ 17.901.457
Amortizaciones y depreciaciones	\$	1.884.000	\$ 1.884.000	\$ 1.884.000
Utilidad operacional antes de impuestos	\$	31.312.000	\$ 13.305.992	\$ 16.017.457
Impuestos teóricos	\$	9.080.480	\$ 3.858.738	\$ 4.645.062
Uodi/Nopat	\$	22.231.520	\$ 9.447.254	\$ 11.372.394
Amortizaciones y depreciaciones	\$	1.884.000	\$ 1.884.000	\$ 1.884.000
Valor salvamento	\$	-		
Inversión en capital de trabajo	\$	20.580.000		
Inversión en activo fijo	\$	9.420.000		
Inversión inicial	\$	30.000.000		
Total Flujo de Caja	\$	30.000.000	\$ 24.115.520	\$ 11.331.254
			\$ 13.256.394	

Nota: Tabla de realización propia

Por flujo de caja, obviamente, las ventas aumentaron en los siguientes años debido al crecimiento económico en Colombia. No hay costo de capital porque no se requiere financiamiento, por lo que no se considera esta métrica.

Por lo tanto, la inversión inicial en capital de trabajo será de \$20.580.000, monto que podrá cubrir los primeros dos meses de operaciones, ya que a partir del tercer mes se comenzarán a recibir los ingresos correspondientes a las ventas, ya que la recaudación de cartera no será mayor de 30 días, de modo que se pueda cubrir el costo de producción y de igual manera se obtenga una utilidad superior al 40% a partir del primer año de operación, donde cada período tendrá una reserva estatutaria del 10%.

Conclusiones

La importancia de haber realizado este proceso es conocer la parte positiva de tener espíritu emprendedor ante los buenos momentos y adversidades y sacarle provecho a las situaciones mediante oportunidades para generar proyectos que aporten a la sociedad y que contribuyan con la preservación del medio ambiente y el cuidado del planeta en general.

Este trabajo está basado en el estudio profundo de una problemática que se busca mitigar mediante un modelo de negocio sostenible que tiene un objetivo definido, el cual busca beneficiar la población objeto mediante el emprendimiento social.

Culminar con éxito el proceso nos ayuda a entender de una manera más simple como generar ideas innovadoras y como evaluar la percepción del valor social y el modelo de negocio, mediante guías estipuladas y que nos sirven para aplicarlos a la realidad de un negocio en proceso de materialización.

La realización de la actividad nos facilita comprender un modelo de negocio de forma más estructurada y objetiva, nos ayuda a crear valor a nuestro negocio y se encamina en la búsqueda del éxito del mismo, basado en metodologías para buscar informar y convencer a los clientes que se interesen por nuestro producto, mediante canales, y así generar un impacto positivo en ellos, dando como resultado crecimiento y reconocimiento en el mercado objetivo.

Haber terminado un emprendimiento con las herramientas que nos brindó el curso nos encamina a no tener miedos de materializar una idea de negocio ya que contamos con las bases suficientes para intentar realizar un negocio exitoso, rentable y bien estructurado.

Referencias Bibliográficas

- 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>.
- Gámez Gutiérrez, J. & Cortés Barrera, J. E. (2018). Emprendedores sociales: cómo hacer la diferencia (p.p.29-52). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=29>
- Gjorevska, N. (2021). Workplace Spirituality and Social Enterprise – a Review and Research Agenda. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 52(5), 2–13. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01>
- Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A training model for developing social entrepreneurship = Un model 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>