

**Recolección, manejo integral y correcta disposición de los aceites residuales**

Alba Ligia Betancur Toro

Eduardo Cuellar

Elvis Yordan Mulato

Asesor

Rhene Alberto Moreno Mojica

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

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

Noviembre de 2022

## Resumen

En este trabajo se plantean las estrategias para el manejo adecuado sobre la recolección, manejo integral y correcta disposición del aceite usado de cocina que se usa en las viviendas ubicadas en la ciudad de Medellín, con el fin de reciclarlo y utilizarlo para la producción de biodiesel y productos afines, para lograr así un aprovechamiento económico y un cambio ambiental positivo y perdurable. Se evidenció que en las viviendas no le dan una correcta disposición al aceite usado de cocina y este es vertido por el desagüe, esto a raíz de la falta de conocimiento y ausencia de campañas de los gobiernos locales, donde las grandes perjudicadas son las redes de alcantarillado y las fuentes hídricas. Con esta propuesta se pretende llevar a cabo estrategias que se emplearán sobre el manejo adecuado y recolección del aceite usado, donde se trabajará de la mano con la comunidad sensibilizándolos con buenas prácticas para que se concienticen de la importancia de ser parte de este proyecto con el cual se beneficiarán como una alternativa de negocio y aportarán al cuidado del medio ambiente. En relación a este aspecto la gestión del Marketing tiene como propósito promocionar nuestro negocio, por lo tanto, nuestro proyecto tendrá un enfoque en restaurantes, amas de casa, hoteles, empresas de producción con casinos, pequeños negocios de comidas rápidas entre otros. Este proyecto tendrá un impacto social significativo a través de una solución sustentable y sistemática de un problema social, con responsabilidad social y ambiental, organización comunitaria y cubrimiento de necesidades del presente sin comprometer las habilidades de las nuevas generaciones para cubrir sus propias necesidades, la cual será autosostenible a través de la actividad económica.

**Palabras clave:** Aceite usado, contaminación, recolección, biodiesel, medio ambiente, estrategia, reciclaje, biodegradable, sustentable, reutilizable, bidones.

### **Abstract**

In this paper, strategies are proposed for the proper management of the collection, comprehensive management and correct disposal of used cooking oil used in homes located in the city of Medellín, in order to recycle it and use it for the production of biodiesel. and related products, in order to achieve an economic use and a positive and lasting environmental change. It was evidenced that in the houses they do not give a correct disposal to the used cooking oil and this is poured down the drain, this as a result of the lack of knowledge and absence of campaigns of the local governments, where the big victims are the networks of sewage and water sources. With this proposal it is intended to carry out strategies that will be used on the proper management and collection of used oil, where we will work hand in hand with the community, raising awareness with good practices so that they become aware of the importance of being part of this project with the which will benefit as a business alternative and will contribute to the care of the environment. In relation to this aspect, Marketing management has the purpose of promoting our business, therefore, our project will focus on restaurants, housewives, hotels, production companies with casinos, small fast food businesses, among others. This project will have a significant social impact through a sustainable and systematic solution to a social problem, with social and environmental responsibility, community organization and coverage of present needs without compromising the abilities of the new generations to cover their own needs, which it will be self-sustaining through economic activity.

**Keywords:** Used oil, pollution, collection, biodiesel, environment, strategy, recycling, biodegradable, sustainable, reusable, drums

## Tabla de contenido

Introducción .....	9
Objetivos .....	10
General.....	10
Específicos.....	10
Identificación De La Problemática .....	11
Valor Social y Modelo De Negocio .....	12
Recolección, manejo integral y correcta disposición de los aceites residuales.....	12
El Objetivo Social.....	13
Empatía .....	13
Definición .....	14
Ideación.....	15
Prototipado.....	16
Testeo .....	18
El Modelo De Negocio Sostenible Que Se Propone .....	21
La Innovación Transformadora .....	22
Estrategias De Mercadeo En La Que Implica Presentar.....	23
Marca Imagen y Slogan Del Proyecto .....	24
Grupo Objetivo Del Proyecto .....	25
Segmentación.....	26

Identificación De La Competencia.....	27
Identificación De Aliados Clave Del Modelo De Negocio.....	28
Estrategias De Mercadeo .....	29
Estrategia de comunicación.....	29
Estrategia de Posicionamiento .....	29
Estrategia de Diferenciación .....	29
Prototipos De Los Contenidos A Manejar En Redes Sociales.....	30
Facebook.....	31
Youtube.....	31
Página web.....	31
Proyección Operativa y Financiera.....	32
Tamaño del proyecto .....	32
Disponibilidad insumos .....	33
Ficha técnica del producto:.....	33
Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto:.....	34
Descripción de los cargos y presentación del organigrama.....	35
Gerente General.....	35
Jefe Operativo .....	35
Jefe de Recursos Humanos .....	35
Jefe Comercial .....	35
Jefe Financiero y Contable .....	36

Ejecutivo comercial .....	36
Recepcionista .....	36
Operarios.....	36
Descripción de equipos de oficina .....	39
preoperativos.....	40
h. Localización .....	40
Proyecciones De Ventas.....	41
Precio de venta .....	43
Proyecciones ingresos por ventas.....	45
Capital de trabajo.....	47
Inversiones .....	50
Fuentes de capital de inversión .....	51
Conclusiones .....	52
Referencias Bibliográficas .....	53

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Estudio a Consumidores.....	14
Tabla 2 Propuesta de valor.....	19
<b>Tabla 3</b> Análisis de la competencia.....	27
<b>Tabla 4</b> Área en metros .....	32
<b>Tabla 5</b> Descripción de maquinaria y elementos operativos.....	34
<b>Tabla 6</b> Descripción de cargos .....	37
<b>Tabla 7</b> Gastos legales constitución de la empresa .....	39
<b>Tabla 8</b> Gastos legales constitución de la empresa .....	40
<b>Tabla 9</b> Cálculo de la demanda .....	41
<b>Tabla 10</b> Proyecciones de ventas (litros).....	42
<b>Tabla 11</b> Punto de equilibrio .....	44
<b>Tabla 12</b> Proyecciones de ingresos por ventas (mensual).....	46
<b>Tabla 13</b> Proyecciones de ingresos por ventas (anual) .....	47
<b>Tabla 14</b> Flujo de caja mensual.....	49
<b>Tabla 15</b> Saldos acumulados (en miles).....	50
<b>Tabla 16</b> Inversión total .....	51

## Índice de ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Mapa Mental.....	13
<b>Ilustración 2</b> Ideación .....	15
<b>Ilustración 3</b> Mapa Mental.....	16
<b>Ilustración 4</b> Infografía .....	17
<b>Ilustración 5</b> interacción constructiva.....	18
<b>Ilustración 6</b> Apuntes De Testeo .....	18
<b>Ilustración 7</b> Logo y Slogan.....	24
<b>Ilustración 8</b> Estrategias Digitales .....	30
<b>Ilustración 9</b> Pagina Web.....	31
<b>Ilustración 10</b> Organigrama.....	38



## **Introducción**

El agua es un recurso hídrico muy abundante en nuestro país, pero lastimosamente hoy sufre una crisis de contaminación por el manejo inadecuado y vertimiento del aceite usado de cocina que van a parar en él, teniendo en cuenta que gran parte de esta contaminación es generada desde los hogares que no tienen una cultura ciudadana para darle una buena disposición a estos residuos con lo que contribuyen a la contaminación y deterioro de los ríos.

Con la realización de este trabajo se presentará el proyecto sobre el manejo adecuado y aprovechamiento del aceite usado de cocina, mediante su recolección y reutilización del mismo, donde se proyectarán los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social, partiendo de la identificación de recursos operativos y hacer una proyección financiera de los costos, gastos y posibles ingresos.

Mediante este proyecto se pretende llevar a cabo una estrategia que ayude en la recolección y reutilización del aceite usado de cocina, con buenas prácticas desde los hogares generando conciencia y sensibilización en la comunidad y logrando un aprovechamiento económico para la misma.

## **Objetivos**

### **General**

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

### **Específicos**

Revisar y leer comprensivamente las temáticas de las unidades 9 y 10 para desarrollar efectivamente los ejercicios propuestos en la guía.

Relacionar los recursos operativos que se requieren para el proyecto de emprendimiento social tales como: instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción.

Relacionar los recursos financieros como precio de venta y proyecciones de ventas para 3 años, capital de trabajo e inversiones.

## Identificación De La Problemática

La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado, donde los altos niveles de contaminación del agua se han ido incrementando por la inadecuada disposición del aceite, situación que no solo genera obstrucciones en el sistema del alcantarillado, sino un alto grado de contaminación en quebradas y ríos.

Esta práctica se puede evitar mediante una correcta gestión, donde el aceite debe ser reciclado para tener una adecuada disposición el cual puede ser utilizado en la producción de lubricantes, ceras, velas, pinturas, abonos orgánicos (compostaje) y otros usos de la industria energética (biodiesel), industria cosmética (jabones, cremas), para así reducir el impacto ambiental e impulsar la actividad económica.

La tasa de reciclaje y nueva utilización de residuos sólidos es un tema que requiere amplios esfuerzos de los gobiernos locales y todos los ciudadanos.

Recolectar el aceite de cocina usado de los pequeños generadores, en este caso el de los hogares y posterior encapsulamiento en botellas plásticas, las cuales se entregarán y venderán a las empresas especializadas encargadas del aprovechamiento de este, lo que generará un incentivo económico que recibirán los hogares por reciclar el aceite usado.

Mediante este proyecto se pretende llevar una estrategia que tendrá un impacto social significativo a través de la recolección y reutilización del aceite usado de cocina a través de las buenas prácticas desde los hogares generando conciencia y sensibilización en la comunidad lo que dará una solución sustentable y sistemática de un problema social a través de la

responsabilidad social y ambiental, organización comunitaria y cubrimiento de necesidades del presente sin comprometer las habilidades de las nuevas generaciones para cubrir sus propias necesidades, lo cual hará el proyecto autosostenible a través de la actividad económica y logrando un aprovechamiento económico para la misma.

### **Valor Social y Modelo De Negocio**

*Recolección, manejo integral y correcta disposición de los aceites residuales.*

ODS 12: Producción y Consumo Responsables

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Dentro de las posibles soluciones, estaría promover e implementar en mi comunidad a la recolección, manejo integral y correcta disposición de los aceites residuales y disminuir así el impacto en el medio ambiente. A partir del reciclaje y tratamiento de los aceites residuales (como los usados en la cocina) con los cuales se realizan la fabricación de biocombustibles, es decir, reutilizarlos y retornarlos como materia prima, contribuyendo así a disminuir la contaminación de las fuentes hídricas.

## El Objetivo Social

Determinar las estrategias para el manejo adecuado sobre la recolección, manejo integral y correcta disposición del aceite vegetal de cocina usado, para su aprovechamiento y valorización, lograr así un cambio ambiental positivo y perdurable.

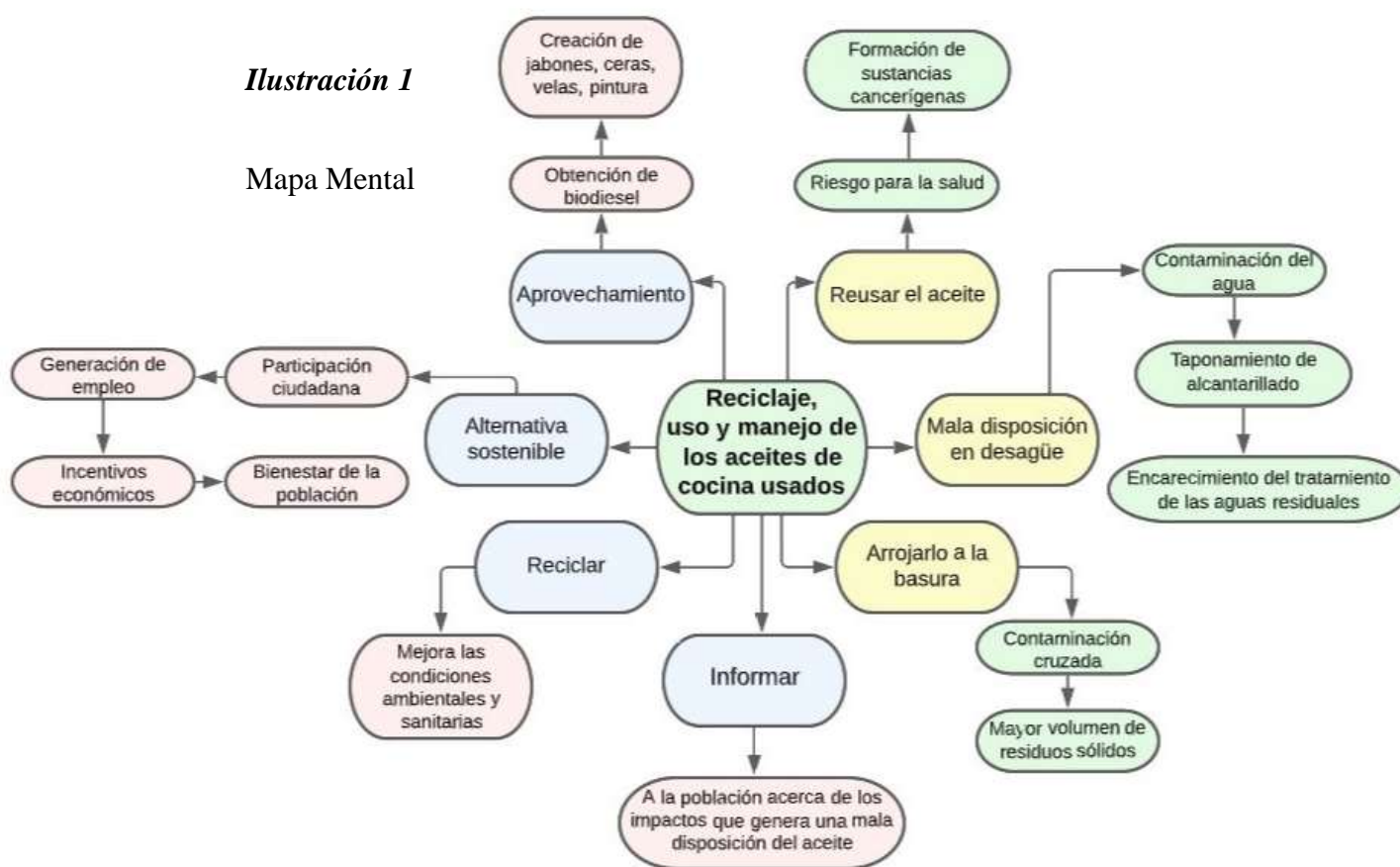
Se consolidará el capítulo de valor social y modelo de negocio presentando el desarrollo de cada una de las etapas con su respectiva herramienta para el proyecto de emprendimiento.

### a. Empatía

Para el desarrollo de esta etapa se presenta el mapa mental el cual es la herramienta trabajada dentro del proceso Design Thinking y donde se puede identificar necesidades para intentar resolver el problema y así encontrar una solución.

*Ilustración 1*

Mapa Mental



Fuente: Autor propio

## b. Definición

Teniendo en cuenta la herramienta Design Thinking, en esta etapa se realiza un estudio a profundidad de nuestros clientes, con el fin de identificar las diferentes necesidades de estos y así, desarrollar ideas o soluciones que permitan satisfacer dichas necesidades. Por lo cual para nuestro proyecto de reciclaje uso y manejo de los aceites de cocina usados se presenta el siguiente cuadro en donde se identifican algunas de las necesidades más relevantes y a su vez dar soluciones a estas.

**Tabla 1**

*Estudio a Consumidores*

Análisis de estudio a consumidores	Ideas o soluciones
Desconocimiento sobre el manejo de los aceites de cocina ya utilizados.	Crear espacios visibles de vertimientos de los aceites de cocina en desuso.
Forma inadecuada de reciclar el aceite de cocina	Socializar y brindar herramientas en donde se logre concientizar a las personas, sobre la importancia de reciclar adecuadamente estos residuos.
Deficiente reutilización del aceite de cocina	Incentivar, motivar mediante fuentes didácticas las diferentes formas de reutilización de aceites de cocina
Falta de información sobre los riesgos y consecuencias que causa para salud de las personas y el medioambiente la mala disposición del aceite	Informar, capacitar constantemente sobre los riesgos que se producen si se hace una mala disposición de este residuo.

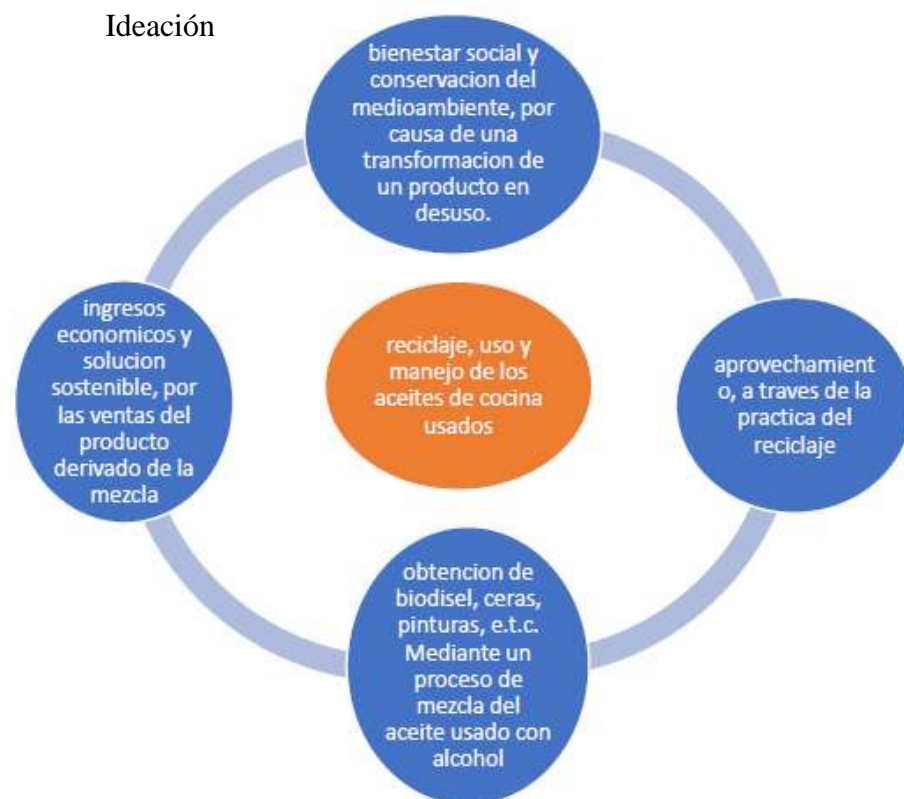
*Nota:* Esta tabla muestra las necesidades de los consumidores proponiendo ideas y soluciones.

*Fuente:* Autor propio

## Ideación

Con base en la herramienta Design Thinking y tomando como referencia el emprendido ya mencionado anteriormente (reciclaje, uso y manejo de los aceites de cocina usados). Se promueven mediante el siguiente gráfico una lluvia de ideas creativas e innovadoras, las cuales, se adapten o brinden adecuadamente soluciones a las diferentes necesidades de las personas.

### *Ilustración 2*



*Fuente:* Autor propio

## Prototipado

El Prototipado es la cuarta fase del proceso de Design Thinking, se trata de un primer modelo de estudio para analizar cómo interactúan las personas en sus experiencias en la recolección del aceite quemado y con los productos derivados a través del reciclado del aceite. Es una simulación del producto final que permite aprender rápido para probar y testear lo que permite incluir las modificaciones en la fase de desarrollo. Se aplica las siguientes etapas:

### Inmersión Cognitiva

En esta etapa se evalúa la experiencia real del usuario en la recolección del aceite, se le debe hacer énfasis en la motivación económica pues sabemos que implica un trabajo, pues lo más fácil sería tirarlo por las alcantarillas, se socializara con la comunidad las ventajas que hay en la práctica del reciclaje y en los productos que resultan.

### Ilustración 3

#### Mapa mental



Fuente: Autor propio



## Ilustración 4

### Infografía



Fuente: Autor propio

## Testeo

En el testeo se trata de probar las ideas de solución para cambiarlas o mejorarlas, antes de su implementación. La idea es materializada en el prototipo que, desde interacciones realizadas con usuarios, va aumentando su resolución hasta llegar a un pilotaje en condiciones reales. Se realiza las siguientes etapas

### *Ilustración 5*



*Fuente:* Autor propio

### *Ilustración 6*

Apuntes de testeo o matriz Feedback



Tabla 2

Propuesta de valor

<b>Modelo de negocio CANVAS</b>				
<b>Recolección, manejo integral y correcta disposición de los aceites residuales</b>				
<b>Socios Claves</b>	<b>Actividades claves</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con clientes</b>	<b>Segmento de cliente</b>
<p><b>Comunidad</b></p> <p><b>Empresas compradoras de aceite usado</b></p>	<p>La posibilidad de reciclar este aceite o grasas para darle un tratamiento adecuado. No tirar el aceite usado de cocina, acopiarlo en un estacionamiento temporal, entregarlo a entes autorizados por las secretarías municipales para que hagan un uso correcto del residuo, es el proceso de reciclar.</p>	<p><b>Comunidad</b></p> <p>Generar una cultura de reciclaje en las personas, informándoles sobre lo que se logra hacer mediante la reutilización de productos y contribuir así al medio ambiente. Crear una oportunidad generando ingresos económicos y beneficios para la comunidad.</p> <p><b>Empresas</b></p> <p>Ofrecer una materia prima a un precio competitivo acorde al mercado, como una fuente para la generación de biodiesel y otros productos afines.</p>	<p>Trato directo con la comunidad concientizándolos sobre la difusión correcta del reciclaje, manteniendo un trato personal y hacer así un cambio en la educación y cultura de reciclaje. Capacitaciones permanentes con la comunidad, socializando la importancia del reciclaje del aceite usado y las ventajas que conlleva esta buena práctica, motivación continua e incentivos a las clientes que se sumen con esta causa, ayuda económica a la comunidad.</p> <p>Trato directo con las empresas compradoras del aceite usado, lo que nos permitirá generar una estrategia de precios y poder así fidelizar al cliente.</p>	<p>El segmento de los clientes encontramos usuarios o amas de casa, ubicadas en el municipio de Medellín, con un estrato 1, 2 o 3, sin ingresos que habiten unidades residenciales y comunidad. El otro segmento lo conforman los restaurantes y hoteles quienes requerirán de sus respectivos certificados de disposición final y las empresas de producción con sus respectivos casinos a los cuales se les debe emitir su respectivo certificado.</p>

---

**Recursos claves**

Comunidad, Empresas  
 Recurso humano  
 Personal que capacitará sobre el reciclado del aceite usado.  
 Logística  
 Será el medio de transporte para el traslado del aceite usado.

**Canales**

Se hará mediante la recolección directa del aceite usado de los clientes en sus hogares y posterior distribución directa a las empresas.  
 Se promocionará mediante redes sociales como Facebook e Instagram,

**Estructura de costos****Estructura de coste**

Teniendo en cuenta que nuestro emprendimiento es prestar un servicio se identifican algunos costos:

**Costes directos:** se generarán por el uso de la mano de obra utilizado en la recolección.

**Costes fijos:** se presenta en la publicidad

**Costes operativos:** se identifica en los puntos de atención o recolección que se tendrá.

**Costes variables:** se origina por el volumen generado de la recolección de los aceites usados.

---

**Fuentes de ingresos**

La recolección del aceite usado no tendrá ningún costo (gratuita).

Principalmente se obtendrán ingresos económicos por la venta del aceite usado a las empresas y posteriormente beneficios de sostenibilidad ambiental por la actividad del reciclaje, reutilización y reducción de los aceites usados.

*Nota:* Esta tabla muestra el análisis con el modelo canva.

*Fuente:* Autor propio

### **El Modelo De Negocio Sostenible Que Se Propone**

Recolectar el aceite de cocina usado de los pequeños generadores, en este caso el de los hogares y posterior encapsulamiento en botellas plásticas, las cuales se entregarán y venderán a las empresas especializadas encargadas del aprovechamiento de este, lo que generará un incentivo económico que recibirán los hogares por reciclar el aceite usado.

Este modelo de negocio tiene un impacto social significativo a través de una solución sustentable y sistemática de un problema social, con responsabilidad social y ambiental, organización comunitaria y cubrimiento de necesidades del presente sin comprometer las habilidades de las nuevas generaciones para cubrir sus propias necesidades, la cual será autosostenible a través de la actividad económica.

### **La Innovación Transformadora**

Este es un emprendimiento social innovador, que generará un impacto social (solución al problema social) de largo plazo como impacto económico generando (ingresos, beneficios, capitalización del mercado, retorno de la inversión).

Con la identificación de este problema de transformación que requiere ser resuelto y la generación de un cambio transformador que conlleve una reinención socioeconómica.

Esforzándose tanto en la maximización de los beneficios económicos como sociales, por lo tanto, resuelve el problema social que atiende al mismo tiempo que logra autosuficiencia a largo plazo.

Nuevas soluciones concebidas e implementadas para satisfacer demandas sociales.

Verdadero efecto cuando construye capital y valor social, lo que se traduce en efectos positivos para las personas, las comunidades y la sociedad de manera transformadora.

Esta idea mejorará las condiciones de vida de los emprendedores impactando directamente a esta población.

### **Estrategias De Mercadeo En La Que Implica Presentar**

Nuestro servicio a ofrecer es la recolección, transporte y comercialización del aceite usado de cocina, el cual facilitará que tanto las personas del común, como los diferentes negocios, tengan o identifiquen puntos adecuados para desechar los aceites usados, contribuyendo de esta manera en la conservación del medioambiente, oportunidades de negocio en la comunidad con una correcta disposición de los residuos sólidos, ofreciendo una alternativa de recolección de fácil uso, lo cual, permita la generación de incentivos económicos

Igualmente, con nuestros precios competitivos, nos permitirá generar una estrategia de precios con el fin de poder fidelizar a nuestros clientes y lograr que estos sigan comprando nuestro producto y no el de la competencia.

## Marca Imagen y Slogan Del Proyecto

Marca:

**Reciclaje Transparente**

Slogan:

**No lo deseches mejor ;recicla!**

*Ilustración 7*

*Logo y Slogan*



*Fuente: Autor propio*



### **Grupo Objetivo Del Proyecto**

Principalmente, nuestros clientes serían empresas ubicadas en el municipio de Medellín, dedicadas a la transformación de los aceites usados, a las cuales, se le ofrecerá una materia prima a un precio competitivo acorde al mercado, como una fuente para la elaboración de biodiesel y productos como ceras, jabones, velas entre otros con el fin de contribuir en la conservación del medioambiente y generar utilidad para nuestro proyecto.

### **Segmentación**

En relación con este aspecto se define que nuestro tipo de segmentación son amas de casa, restaurantes, hoteles, empresas de producción con casinos, pequeños negocios de comidas rápidas, etc., los cuales tienen características homogéneas ya que son fuente principal de generación de desechos de aceites usados y en los cuales se tiene la necesidad de darles una adecuada disposición final, es por esto que nuestro proyecto genera un impacto positivo en la generación de estrategias para un desarrollo y beneficio a nivel particular, ambiental y social.

### Identificación De La Competencia

Hay empresas que brindan el mismo negocio en la ciudad de Medellín, se relacionan algunas:

**Tabla 3**

Análisis de la competencia

Nombre	Qué ofrece	Página Web
Atica	Empresa dedicada la valorización, gestión y disposición integral de residuos industriales, hospitalarios, minero energético y aceites	<a href="https://www.atica.co/">https://www.atica.co/</a>
Ecogras Colombia	Empresas dedicadas a la recolección y reciclaje del aceite de cocina usado	<a href="https://ecograscolombia.com/">https://ecograscolombia.com/</a>
Recimed Cooperativa Multiactiva de Recicladores	Cooperativa multiactiva que presta servicios y asesorías socio ambientales relacionados con el manejo integral de residuos sólidos, aportando a la conservación del medio ambiente	<a href="https://reciclaje.com.co/">https://reciclaje.com.co/</a>

*Nota:* Esta tabla muestra el análisis a consumidores proponiendo ideas y soluciones.

*Fuente:* Autor propio

**Identificación De Aliados Clave Del Modelo De Negocio.**

Nuestros aliados claves serán entidades públicas como EPM y Alcaldía de Medellín – Secretaría del Medio Ambiente, con las cuales generaremos alianzas estratégicas con el fin de contribuir entre las partes con nuestra propuesta de valor que ofrece nuestro modelo de negocio la cual es generar una cultura de reciclaje en las personas, y contribuir a la preservación del medio ambiente.

## **Estrategias De Mercadeo**

### **Estrategia de comunicación**

Nuestra empresa ofrecerá sus servicios a empresas de la ciudad que usan como materia prima el aceite usado de cocina y nuestra estrategia comunicacional se desarrollará a través del envío de correos masivos en los cuales se mostrará el proceso y el impacto positivo que tiene en la comunidad (amas de casa) y el medio ambiente.

Mediante la página web en la cual se detallará el servicio que ofrecemos

Visitas a los clientes ampliando la información de nuestra empresa y los servicios que ofrecemos, con las cuales se fortalecerá nuestro vínculo comercial

### **Estrategia de Posicionamiento**

Nuestra estrategia de posicionamiento se basará en cubrir la necesidad de nuestros clientes ofreciendo una materia prima a un precio competitivo acorde al mercado, también a través de nuestro compromiso del cuidado con el medio ambiente, igualmente, demostrando que somos una empresa socialmente responsable al realizar una eficiente y correcta recolección del aceite usado.

### **Estrategia de Diferenciación**

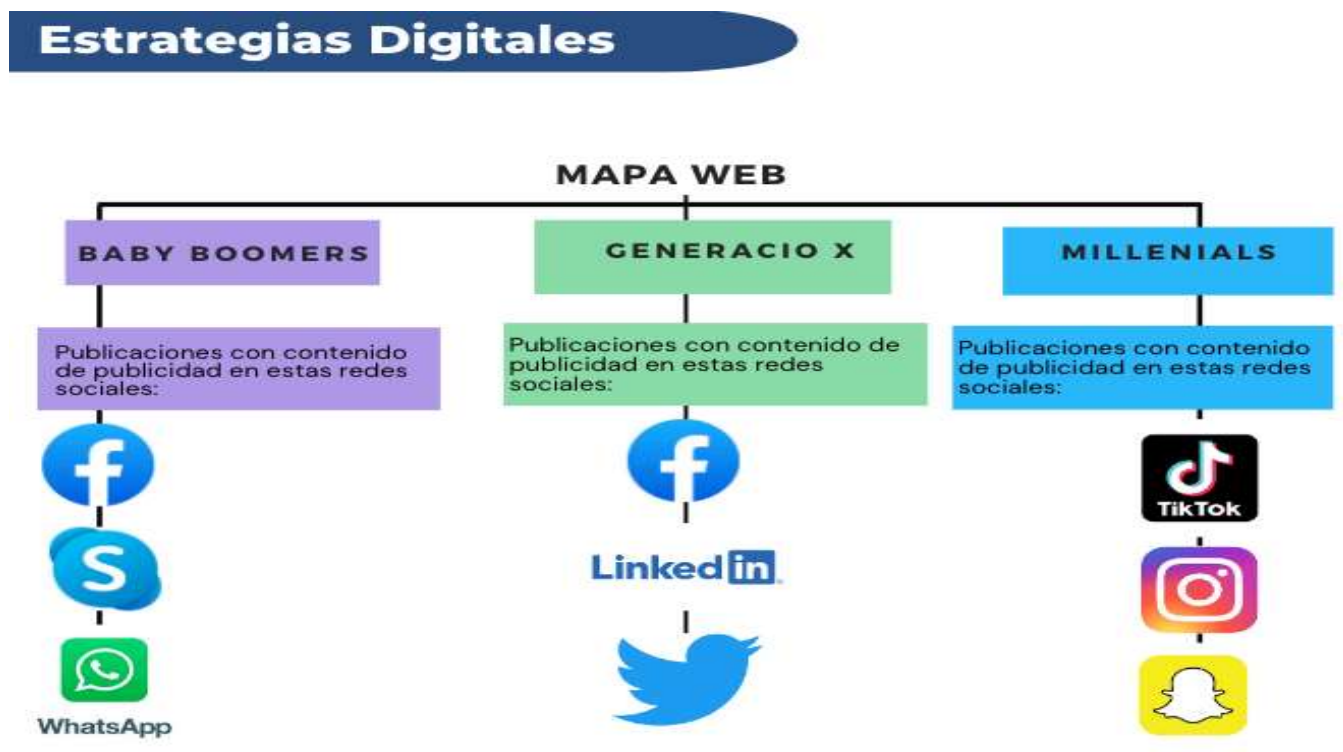
La Directa se hace midiendo la valoración de la página web, Se debe tener un indicador del feedback de los usuarios respecto a la empresa.

La diferenciación indirecta se hace midiendo la persuasión de los clientes con los comentarios en las redes sociales.

### Prototipos De Los Contenidos A Manejar En Redes Sociales.

Nuestro servicio va dirigido a tres generaciones, los Baby Boomers nacidos entre 1.946 – 1.964, la generación X entre 1.965 y 1.976 y los Millennials entre 1.977 y 1.999 se propone tres publicaciones diarias de publicidad y contenido de protección al medio ambiente en las siguientes redes según su generación:

*Ilustración 8*



*Fuente:* Autor propio

## Facebook

Medio social a través del cual la empresa puede acceder a nuevos clientes y mejorar su calidad informativa acerca de los diferentes servicios que esta ofrece.

## Youtube

Mediante este canal la empresa puede visualizar la aceptación de los contenidos publicados, los comentarios y suscripciones de nuevos posibles clientes y finalmente generar un mayor impacto en nuestro proyecto de emprendimiento.

## Página web

En esta se publicará constantemente información de interés para nuestros clientes donde podrán visualizar la identidad de la empresa, sus actividades y los medios necesarios que les permitan establecer una comunicación directa con la empresa para acceder de forma directa a los servicios que se ofrecen.

### *Ilustración 9*

Página web para el proyecto: <https://mayni11.wixsite.com/reciclaje-transparente>



Fuente: Autor propio

## Proyección Operativa y Financiera

### Tamaño del proyecto

Para nuestra empresa Reciclaje Transparente se tendrá un espacio de 200 M2 en el cual se instalará el personal administrativo, operativo y logístico.

Las instalaciones serán bajo la modalidad de arriendo pagando un valor mensual de \$2.000.000, es de anotar que las instalaciones cuentan con los servicios básicos de agua, energía, gas y telecomunicaciones.

**Tabla 4**

Área en metros

Conceptos	Unidad de medida
Área	200 M2
% de espacio utilizado	90%

*Nota:* Esta tabla muestra el análisis en metros cuadrados y porcentaje del espacio.

*Fuente:* Autor propio



**Disponibilidad insumos**

El principal insumo son las botellas plásticas para el empaque del aceite usado, las cuales serán de 500ml, también las estibas plásticas que se instalaran en restaurantes y empresas donde el volumen es mayor. También lo es el aceite vegetal o las grasas de origen animal, usados los cuales son indispensables en las cocinas de la mayoría de las viviendas familiares y todo tipo de restaurantes para freír alimentos, por lo que su consumo es continuo.

Se debe contar con un stock de producto terminado, que sea proporcional a la producción mensual del 10%, este stock puede aumentar o disminuir proporcionalmente a la actividad de ventas, ya que es indispensable tener disponibilidad del producto para suplir la demanda al instante, la rotación de este no debe superar las 4 semanas.

**Ficha técnica del producto:**

El aceite usado de cocina se obtiene del residuo de la preparación de alimentos, este será recogido y vendido a empresas legalmente autorizadas para la comercialización, las cuales lo destinarán para la producción de biodiesel y productos afines como lubricantes, jabones, velas, entre otros, para impulsar la actividad económica entre la comunidad lo que permitirá garantizar la sostenibilidad en el suministro del aceite usado

**Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto:**

*Tabla 5*

Descripción de maquinaria y elementos operativos

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Báscula industrial	1	260.000	260.000
Mesa de trabajo en acero inoxidable	2	1.200.000	2.400.000
Bidones plásticos 20L	100	50.000	5.000.000
Tanque de almacenamiento 150L	3	150.000	450.000
Otros equipos menores	1	2.000.000	2.000.000
<b>Total</b>			<b>10.110.000</b>

*Nota:* Esta tabla muestra el valor del costo de la maquinaria y elementos .

*Fuente:* Autor propio

## **Descripción de los cargos y presentación del organigrama**

### ***Gerente General***

Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa, establecer los objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la empresa, organiza los recursos, definir a dónde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo. Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado.

### ***Jefe Operativo***

Implementar los procesos y prácticas correctas en la empresa, formulando objetivos estratégicos y operativos mejorando el rendimiento, garantiza que todas las operaciones se lleven a cabo de una manera eficiente y rentable, contrata, forma y supervisa el personal de su área.

### ***Jefe de Recursos Humanos***

Desarrollar e implementar estrategias e iniciativas de recursos humanos alineadas con la estrategia de la empresa, gestiona los procesos de reclutamiento y selección, fomenta un ambiente de trabajo positivo en la empresa, supervisa y gestiona un sistema de evaluación del rendimiento que promueva un alto rendimiento de los empleados.

### ***Jefe Comercial***

Define y dirige la estrategia comercial, genera estrategia y plan de marketing para los productos y servicios, define la estrategia comunicacional contribuyendo al desarrollo de la empresa.

***Jefe Financiero y Contable***

Supervisa el flujo del dinero que la empresa posee, así como los activos que entran y salen de la misma, lidera la gestión presupuestaria, lidera proyectos de expansión garantizando la liquidez de la misma

***Ejecutivo comercial***

Contribuir al logro de los objetivos que la empresa se ha propuesto, a través de la realización de las acciones tendientes a garantizar la permanencia y el compromiso del equipo de colaboradores de la misma, ayudarles a vender sus productos o servicios y ganan comisiones en función del valor de las ventas que realizan, donde su principal objetivo es aumentar las ventas.

***Recepcionista***

Garantizar las operaciones realizadas en la caja, efectuando actividades de recepción, a fin de lograr la recaudación de ingresos de la ferretería y la cancelación de los pagos a través de la caja, por los productos y servicios que venden.

***Operarios***

Realizar actividades manuales y ejecuta las labores establecidas en los procesos productivos y/o administrativos, realiza seguimiento a los trabajos entregados al jefe inmediato como apoyo a la gestión de los procesos.

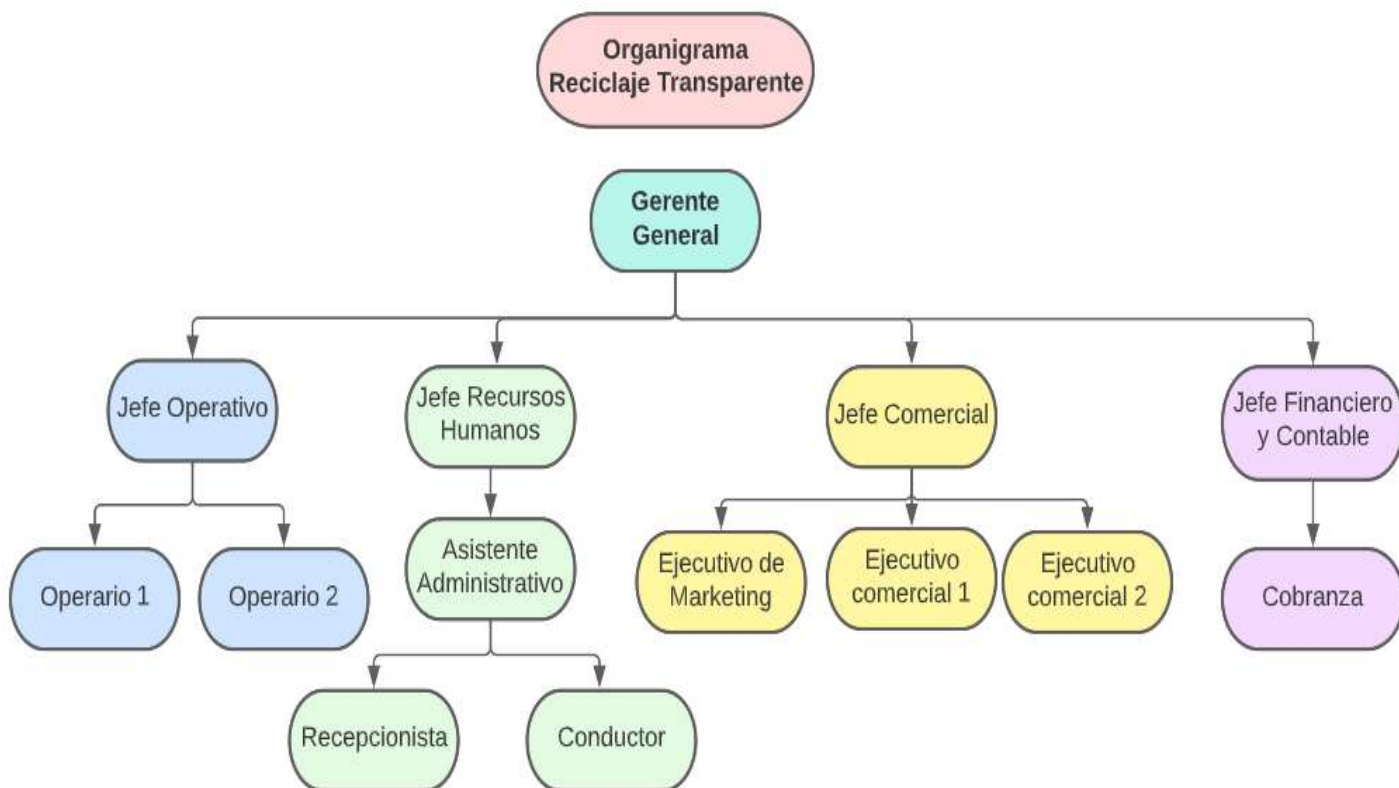
**Tabla 6**

Descripción de cargos

<b>Descripción de los cargos</b>	<b>Proyección de sueldo</b>
Gerente General	3.000.000
Jefe Operativo	2.000.000
Jefe Recursos Humanos	2.000.000
Jefe Comercial	2.000.000
Jefe Financiero y Contable	2.000.000
Operativos	1.400.000
Asistente Administrativo	1.400.000
Ejecutivo de Marketing	1.500.000
Ejecutivo Comercial	1.500.000
Cobranza	1.500.000
Recepcionista	1.400.000
Conductor	1.400.000

*Nota:* Esta tabla muestra el personal a contratar para la operación del proyecto.

*Fuente:* Autor propio

**Ilustración 10****Organigrama**

Fuente: Autor propio

## f. Descripción de equipos de oficina

*Tabla 7*

Gastos de equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	8	250.000	2.000.000
Sillas de escritorio	15	200.000	3.000.000
Equipos de cómputo	5	1.500.000	7.500.000
Impresora multifuncional	2	600.000	1.200.000
Teléfono fijo	2	100.000	200.000
Archivador	2	200.000	400.000
<b>Total</b>			<b>14.300.000</b>

*Nota:* Esta tabla muestra los equipos de oficina necesarios para el proyecto.

*Fuente:* Autor propio

## g. Procesos preoperativos

*Tabla 8*

Gastos legales constitución de la empresa

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Constitución legal de la empresa	1	200.000	200.000
Registro Cámara de Comercio	1	100.000	100.000
Registro DIAN	1	0	0
Total			300.000

*Nota:* Esta tabla muestra los gastos legales en la constitución de la empresa.

*Fuente:* Autor propio

### Localización

La empresa estará ubicada en la comuna 16 de la ciudad de Medellín, zona que es muy central esto nos favorece por la cercanía que tenemos con nuestros potenciales clientes y las buenas vías de acceso lo que nos dará facilidad de transporte en su recolección y distribución con los clientes y empresas que comprarán nuestro producto. Con nuestra ubicación se maximizará y aprovechará nuestro proyecto. Igualmente, las instalaciones son amplias de 200 M2 y cuentan con los servicios básicos de agua, energía, gas y telecomunicaciones.



### Proyecciones De Ventas

Nuestra proyección de ventas es alta, pero debemos tener en cuenta que la demanda del aceite usado es muy alta en la ciudad ya que es un producto que buscan varias empresas para la elaboración de biodiesel y productos afines, igualmente, hay varios competidores a nivel regional que igualmente satisfacen la necesidad que nosotros vamos a satisfacer

*Tabla 9*

Cálculo de la demanda

Población objetivo	Amas de casa, restaurantes, hoteles y empresas de producción
Consumo promedio (mensual o anual)	Mensual
Total consumo	5.000 litros
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	35%
Total demanda potencial	3.000 litros

*Nota:* Esta tabla muestra el cálculo de la demanda en litros

*Fuente:* Autor propio

*Tabla 10*

Proyecciones de ventas (litros)

		Año 1
		+ 35%
Total	3.000 litros	4.050 litros
Enero	250 litros	337.5 litros
Febrero	250 litros	337.5 litros
Marzo	250 litros	337.5 litros
Abril	250 litros	337.5 litros
Mayo	250 litros	337.5 litros
Junio	250 litros	337.5 litros
Julio	250 litros	337.5 litros
Agosto	250 litros	337.5 litros
Septiembre	250 litros	337.5 litros
Noviembre	250 litros	337.5 litros
Diciembre	250 litros	337.5 litros

*Nota:* Esta tabla muestra el análisis de las proyecciones en ventas por litro.

*Fuente:* Autor propio

Teniendo en cuenta que el precio de venta es un método que nos permite predecir o visualizar los ingresos alcanzables que tendrá nuestro proyecto. Es de gran importancia desarrollar diferentes estrategias que permitan establecer un nivel eficaz de ventas y a su vez garantizar un nivel de crecimiento sostenible.

A continuación, se relaciona la proyección de ventas del aceite usado en la siguiente tabla tomando como referencia inicial la demanda potencial equivalente a 3000 litros.

Con base en la información suministrada en la anterior tabla lo que se hizo inicialmente fue identificar los litros de aceite de cocina que se venderán cada mes, es decir,

$3000 / 12 = 250$  litros, para la proyección de venta en el año 1 el cual es de un 35% que es donde deseamos llegar realizamos el siguiente calculo.  $3000 * 1.35 = 4.050$  litros proyectados a vender en el año 1, por lo tanto, para identificar lo que se venderá mensualmente en el año 1 dividimos  $4050 / 12 = 337.5$  litros.

3000 litros = total de la demanda potencial

12 = cantidad de meses

1.35 porcentaje al que se desea llegar en el año 1

### **Precio de venta**

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

- El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado
- El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado
- Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

Teniendo en cuenta lo anterior y tomando como referencia algunas investigaciones hechas sobre el costo promedio de algunos productos similares como el aceite quemado de vehículos se evidencio que estos tienen un precio de \$12000 pesos el litro.

En cuanto a nuestro proyecto sobre la recolección transporte y comercialización del aceite de cocina usado se estima que nuestros clientes estarían dispuestos a pagar un promedio de \$11.800 por litro haciendo énfasis en el pronóstico de venta, proyección de sostenibilidad en relación al comportamiento demanda y el porcentaje de captura el cual es de 35% que es donde se desea que llegue nuestro producto, por lo tanto, tenemos la siguiente tabla.

**Tabla 11**

*Punto de equilibrio*

	<b>Año 1</b>
Total costos fijos	\$ 21.100.000
Total costos variables	\$ 14.300.000
Número de unidades	3.000 Ltrs
Costo total promedio unitario	\$ 11.800
Costo promedio unitario	\$ 7.033
Costo variable unitario	\$ 4.766
Precio de venta sin IVA	\$ 4.005
Precio de venta con IVA	\$ 905.5
Margen de utilidad promedio	\$ 147.552
Punto de equilibrio en unidades	\$ 9.307

*Nota:* Esta tabla muestra el análisis del punto de equilibrio.

*Fuente:* Autor propio

Número de unidades = 3000 litros del total de la demanda

Costos total promedio unitario =  $21.100.000 + 14.300.000 = 35.400.000 / 3000 = \mathbf{11.800}$

Costo promedio unitario =  $21.100.000 / 3000 = \mathbf{7.033}$

Costo variable unitario =  $14.300.000 / 3000 = \mathbf{4.766}$

Precio de venta sin IVA =  $4766 / 1.19 = \mathbf{4.005}$

Precio de venta con IVA =  $4766 * 0.19 = \mathbf{905.5}$

Margen de utilidad promedio =  $21.100.000 / 14.300.000 * 100 = \mathbf{147.552}$

punto de equilibrio =  $21.100.000 / (7.033 - 4.766)$

punto de equilibrio =  $21.100.000 / 2.267 = \mathbf{9.307}$

### **Proyecciones ingresos por ventas**

En relación a este aspecto, cabe mencionar que debido a que nuestro proyecto es nuevo y no presenta datos históricos con relación a la utilidad, nuestro punto de partida será el resultado obtenido por el punto de equilibrio que es igual a las ventas mínimas que debe tener nuestro proyecto mensualmente por lo tanto el valor es de **\$9.307** y referente a este valor podemos elegir valores hacia arriba o hacia abajo, teniendo en cuenta que en toda empresa o negocio se presenta variabilidad en ventas. Las cuales se van ajustando a través del tiempo.

**Tabla 12**

## Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)

	Ventas esperadas miles											
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total	\$7500	\$8200	\$9000	\$9500	\$9500	\$9200	\$8250	\$9845	\$7000	\$8288	\$9100	\$9580
ventas												
Descuento	\$500	\$300	\$150	\$250	\$450	\$350	\$300	\$150	\$100	\$450	\$500	\$500
por ventas												
Ventas	\$7000	\$7900	\$8850	\$9250	\$9050	\$8850	\$7950	\$9695	\$6900	\$7838	\$8600	\$9080
netas												
% de	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ventas a												
contado												
% de	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
ventas a												
crédito												

*Nota:* Esta tabla muestra las proyecciones de ingresos por ventas por mes

*Fuente:* Autor propio

Teniendo en cuenta la información de la tabla anterior podemos evidenciar el comportamiento de ventas mensualmente que tendrá nuestro proyecto. Cabe recordar que estas proyecciones realizadas en miles de pesos se efectuaron tomando como punto de referencia el precio de equilibrio. Y el porcentaje de captura de nuestro mercado objetivo.

**Tabla 13**

Proyecciones de ingresos por ventas (anual)

	<b>Año 1</b>
<b>Total ventas</b>	<b>104.963</b>
<b>Descuentos por ventas</b>	4.000
<b>Ventas netas</b>	100.963
<b>% de ventas a contado</b>	80.771
<b>% de ventas a crédito</b>	20.192

*Nota:* Esta tabla muestra la proyección de ingreso por ventas por año.

*Fuente:* Autor propio

### **Capital de trabajo**

Según Pérez (2001) la administración del Capital de Trabajo (CT) se refiere al manejo de las cuentas corrientes de la empresa y constituye el capital fundamental en la generalidad de las empresas, constituyendo una de las áreas más importante dentro de la administración financiera; reconociendo al conjunto de operaciones y a la secuencia en que son realizadas como lo que se denomina proceso administrativo (p.240). Si la empresa no puede mantener un nivel satisfactorio de capital de trabajo, es probable que llegue a un estado de insolvencia y que se vea obligada a declararse en quiebra. Los activos circulantes de la empresa deben ser suficientes para cubrir sus pasivos circulantes y poder asegurar un margen de seguridad razonable.

Para que una empresa sea exitosa y pueda hacer frente a sus operaciones y emergencias sin peligro de una insolvencia técnica Rodríguez Pérez (2020) señala que debe poseer el capital de trabajo necesario, ya que esté:

- Asegura en alto grado el mantenimiento del crédito de la empresa y provee lo necesario para hacer frente a emergencias. Permite tener los inventarios a un nivel que capacitará al negocio para producir en correspondencia a las necesidades de los clientes.
- Capacita a la empresa a otorgar condiciones de créditos favorables a sus clientes.
- Capacita a la empresa a operar su negocio más eficientemente mediante el cumplimiento exitoso de su ciclo operativo y su ciclo de caja. (p.120)

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula:  $NWC = CA - CL$ . Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

Remuneraciones del personal, materias primas e insumos, agua, electricidad, alquiler de local, teléfono, internet, seguros, comisiones, publicidad.



**Tabla 14**

## Flujo de caja mensual

<b>Ingresos Inversion</b>	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000	\$5.875.000
<b>Ventas</b>	\$7.000.000	\$7.900.000	\$8.850.000	\$9.250.000	\$9.050.000	\$8.850.000	\$7.950.000	\$9.695.000	\$6.900.000	\$7.838.000	\$8.600.000	\$9.080.000	\$9.080.000
<b>Total ingresos</b>	\$12.875.000	\$13.775.000	\$14.725.000	\$15.125.000	\$14.925.000	\$14.725.000	\$13.825.000	\$15.570.000	\$12.775.000	\$13.713.000	\$14.475.000	\$14.955.000	\$14.955.000
<b>Egresos</b>													
<b>Compra material prima e insumos</b>	\$10.110.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Remuneración personal operativo</b>	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000
<b>Gastos generales de operación</b>	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000
<b>Remuneración administrativos</b>	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000	\$15.400.000
<b>Gastos de administración Equipos de Oficina</b>	\$14.300.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Gastos financieros</b>	\$300.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000
<b>Gastos de marketing</b>	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
<b>Otros gastos</b>	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total egresos</b>	\$48.810.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000	\$24.200.000
<b>Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)</b>	\$35.935.000	\$10.425.000	\$9.475.000	\$9.075.000	\$9.275.000	\$9.475.000	\$10.375.000	\$8.630.000	\$11.425.000	\$10.487.000	\$9.725.000	\$9.245.000	\$9.245.000

*Nota:* Esta tabla muestra la proyección de ingreso por ventas por año.

*Fuente:* Autor propio

**Tabla 15**

Saldos acumulados (en miles)

	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Flujo mensual</b>	<b>35.9</b>	<b>10.4</b>	<b>9.4</b>	<b>9.07</b>	<b>9.3</b>	<b>9.4</b>	<b>10.4</b>	<b>8.6</b>	<b>11.4</b>	<b>10.4</b>	<b>9.7</b>	<b>9.2</b>
<b>Flujo mensual acumulado</b>	35.9	46.3	55.7	64.77	74.07	83.47	93.87	102.47	113.87	128.27	173.97	147.17

*Nota:* Esta tabla muestra los saldos acumulados por mes en miles.

*Fuente:* Autor propio

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere. Se evidencia una alta nómina.

### **Inversiones**

Inversión inicial, según Quaranta (2020) es la etapa de puesta en marcha del proyecto. Se vincularía en el flujo de fondo al momento cero, en donde se realizan todas las inversiones previas a la puesta en marcha. Se hacen todos los arreglos correspondientes para comenzar el proyecto.(p.140)

Tabla 16

## Inversión total

RUBRO	CONCEPTO	VALOR
<b>Activos Fijos</b>	Maquinaria y equipo	\$10.110.000
	Equipo de oficina	\$8.700.000
	Terrenos	\$0
	Muebles y enseres	\$5.600.000
	Equipo de transporte tipo camioneta	\$20.000.000
<b>Instalaciones y puesta en marcha</b>	Estudios de investigación	\$1.500.000
	Adecuación del local o espacio de producción	\$1.000.000
	Gastos legales de constitución	\$300.000
	Arriendo	\$2.000.000
	Sueldos	\$21.100.000
<b>Capital de trabajo</b>		\$70.310.000
<b>TOTAL</b>		\$70.310.000

*Nota:* Esta tabla muestra la inversión total que requiere el .

*Fuente:* Autor propio

### Fuentes de capital de inversión

Contaremos con recursos de los inversores, tres socios con una inversión inicial de \$23.500.000 cada uno, para un total de \$70.310.000, el monto a invertir es por partes iguales de igual forma es la tasa de retorno. Con inversión de monto propio, se exploraran opciones como prestamos con entidades financieras.

## Conclusiones

Con el desarrollo de la actividad – Fase 6 - Proyectar los recursos operativos y financieros del curso Diplomado para tecnologías gestión del marketing para el emprendimiento social, se logra evidenciar la importancia de Proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social.

Logrando expresar cada una de las ideas que hemos realizado a lo largo de la construcción del proyecto. Se logra identificar una problemática y se plantea una solución para que una población sea beneficiara, y que tengan la oportunidad de tener una mejor calidad de vida a través de una propuesta innovadora que a su vez contribuye con el medio ambiente siendo este un proyecto social sostenible.

Con este tipo de proyectos se logra establecer conciencia en la comunidad sobre la importancia en el aprovechamiento de recursos propios de la región. Es indispensable contar con presencia del estado, para que en conjunto con las personas y el proyecto de emprendimiento se tome la iniciativa para crear empresas sostenibles, que no solo generen ganancias y empleo, sino lograr ayudar a la preservación del medio ambiente, así como brindar productos que favorecen al crecimiento económico local.

### **Referencias Bibliográficas**

Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas.

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.

Héctor Rodríguez Pérez<sup>1</sup>, P. L. (2020). Esquema lógico – metodológico para el análisis del capital de trabajo con enfoque de sostenibilidad. Obtenido de Universidad de Camagüey "Ignacio Agramonte Loynaz".

Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Obtenido de Editorial Universidad Adventista del Plata.