

**Elaboración y comercialización de productos de limpieza sostenible con mujeres con discapacidad intelectual en el municipio de Pailitas Cesar**

Mayerlis Díaz

Julio Cesar Carvajal

Rosa Angélica Paredes

Erika Yaneth Beleño

Asesor

Sindy Lorena Nieto

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Diplomado de profundización para tecnologías del marketing para el emprendimiento social

2023

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
Objetivos .....	12
Objetivo General .....	12
Objetivos Específicos.....	12
Identificación del Problema .....	13
Valor Social .....	14
Modelo de Negocio Sostenible .....	15
Reutilización del empaque .....	15
Elaboración de productos biodegradables y no sea perjudicial para la salud .....	16
Modelo de Negocio Design Thinking.....	17
Empatizar .....	17
Procedimiento escogido .....	17
Definición .....	19
Ideación.....	23
Técnica Seleccionada (Scamper) .....	23
Sustituir .....	23
Combinar.....	23
Adaptar.....	23

Modificar (También Ampliar y Minimizar).....	23
Proponer otros usos.....	24
Eliminar.....	24
Reduce.....	24
Prototipo.....	24
Herramienta seleccionada (Personas) .....	24
Testeo.....	27
Herramienta seleccionada (Mapa de oferta) .....	27
Propuesta de Valor .....	28
Modelo Canvas .....	28
Aliados Clave.....	28
Actividades y Procesos .....	29
Relacionamiento .....	29
Segmentos de clientes .....	29
Recursos.....	30
Canales.....	30
Costos.....	30
Ingresos .....	31
Propuesta de Valor .....	31
Estrategias de Marketing.....	32

Propiedades y beneficios de los productos a ofrecer .....	32
Marca, Imagen y Slogan .....	33
Grupo Objetivo .....	33
Segmentación .....	34
Competencia .....	34
Aliados Claves .....	35
Estrategias de Mercado Tradicionales y Digitales .....	36
Estrategias de Comunicación .....	36
Redes Sociales .....	36
Emisoras .....	37
Folletos y Vallas Publicitarias .....	37
Catálogos de Productos .....	37
Estrategia de Posicionamiento .....	37
Estrategias de Diferenciación .....	38
Prototipo de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales .....	39
YouTube .....	39
Instagram .....	39
Facebook .....	40
Twitter .....	41
Proyección Operativa y Financiera .....	43

Recursos Operativos .....	43
Productos.....	43
Ítems.....	44
Costos de Producción.....	45
Total .....	45
Mercado Efectivo.....	46
Mercado Objetivo .....	46
Crecimiento Anual de Ventas .....	46
Resumen de las proyecciones económicas en Colombia 2023-2025.....	46
Capacidad de Producción.....	47
Proyección de las Ventas .....	47
Capital de Trabajo.....	48
Inversiones .....	48
Conclusiones.....	49
Referencias bibliográficas.....	51
Apéndices.....	52

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> Periodo de compra de los productos de limpieza.....	17
<b>Tabla 2</b> Elementos influyentes en la adquisición de un producto de limpieza .....	18
<b>Tabla 3</b> Productos de limpieza con mayor frecuencia de adquisición .....	18
<b>Tabla 4</b> Medios de comunicación preferidos para recibir información de los productos .....	19
<b>Tabla 5</b> Negociación con clientes .....	20
<b>Tabla 6</b> Rivalidad Competitiva .....	20
<b>Tabla 7</b> Amenazas de productos sustitutos .....	21
<b>Tabla 8</b> Poder de los proveedores .....	21
<b>Tabla 9</b> Amenaza de nueva competencia.....	22
<b>Tabla 10</b> Prototipo persona 1 .....	24
<b>Tabla 11</b> Prototipo persona 2 .....	25
<b>Tabla 12</b> Prototipo persona 3 .....	26
<b>Tabla 13</b> Prototipo persona 4 .....	26
<b>Tabla 14</b> Segmentación según las características.....	34
<b>Tabla 15</b> Descripción de los recursos operativos.....	43
<b>Tabla 16</b> Costos de producción.....	44
<b>Tabla 17</b> Gastos de administración en pesos .....	44
<b>Tabla 18</b> Costos de la empresa.....	45
<b>Tabla 19</b> Proyección de Ventas.....	46
<b>Tabla 20</b> Porcentaje de crecimiento en ventas anual .....	47
<b>Tabla 21</b> Capital de Trabajo.....	48

<b>Tabla 22</b> Inversión requerida .....	48
---	----

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Mapa de oferta.....	27
<b>Figura 2</b> Modelo Canvas.....	28
<b>Figura 3</b> Características del producto a ofrecer .....	32
<b>Figura 4</b> Imagen corporativa.....	33
<b>Figura 5</b> Canal de YouTube.....	39
<b>Figura 6</b> Perfil de Instagram .....	40
<b>Figura 7</b> Perfil de Facebook.....	41
<b>Figura 8</b> Perfil de Twitter.....	42
<b>Figura 9</b> Sitio web de la empresa.....	42

## Lista de Apéndices

<b>Apéndice A</b> Evidencias de la aplicación de la encuesta.....	52
<b>Apéndice B</b> Link de la presentación .....	52

## **Introducción**

A continuación, se presentará una propuesta llamada “Elaboración y comercialización de productos de limpieza sostenible con mujeres con discapacidad intelectual en el municipio de Pailitas Cesar”. Para desarrollar dicha propuesta se hizo necesario ejecutar diferentes capítulos el cual se mostrará detalladamente a continuación.

Este proyecto tiene gran importancia ya que es perfilado en beneficio a mujeres con discapacidad intelectual en el municipio de Pailitas Cesar, un grupo de personas el cual actualmente no cuentan con beneficios que puedan adquirir de otras entidades que existen en la región, es por eso que se quiere realizar este proyecto el cual no solo serán beneficiadas, sino que también serán mujeres empoderadas en su propia empresa y dirigida por ellas.

Con la realización de este proyecto nos ayudara a generar ideas innovadoras y eficientes con el objetivo de entender y generar solución a la necesidad que se ha plasmado como lo es de ser una empresa rentable para un grupo de mujeres con discapacidad el cual generara principalmente empleo, y asimismo la expectativa de expandir la operación en los municipios más cercanos inicialmente.

Los procesos a realizar en la fabricación serán estas mujeres que entraran a realizarlos pues el objetivo es que ellas mismas elaboren y vendan para que así tengan mejor remuneración y puedan solventar los gasto que esto requiere y lo más importante es contribuir para que obtengan una vida laboral, se sientan útiles, no discriminadas y por consiguiente estabilidad en todos sus entornos.

Los productos de limpieza son muy indispensables y atraídos por los colombianos ya que contiene una serie de beneficios para sus espacios donde habitan o laboran. Esta propuesta de emprendimiento social sostenible se realiza a través de una continua investigación y selección de

proyecciones a diferentes tiempos para ser seleccionado por las personas encargadas de evaluar y luego aplicado en el municipio de Pailitas Cesar.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un proyecto de emprendimiento social llamado Elaboración y comercialización de productos de limpieza sostenible con mujeres con discapacidad intelectual en el municipio de Pailitas Cesar, mostrando sus capacidades y habilidades garantizando sostenibilidad económica y reconocimiento social.

### **Objetivos Específicos**

Definir el problema social que se observa en el municipio. Crear el valor social y modelo de negocio.

Realizar la propuesta de valor mediante el modelo CANVAS

Crear estrategias de Marketing que accedan a posesionar los productos de limpieza ante la competencia.

Establecer los recursos operativos y financieros que se requiere en el buen funcionamiento a corto, mediano y largo plazo en la empresa.

### **Identificación del Problema**

En nuestra sociedad percibimos como la población con discapacidad mayormente las mujeres se ven afectadas por diversos entornos debido a la mala imagen de que son personas que no pueden realizar actividades que muestren sus capacidades y habilidades para su vida diaria y laboral viéndose en un ambiente de discriminación alta en el cual se ve reflejado el desempleo, oportunidad educativa, mínima libertad entre otros.

En el municipio de Pailitas Cesar, existen estas mujeres el cual no están siendo incluidas en ningún programa que las beneficie en cuanto a sus habilidades que puedan desarrollar y que de algún modo se puedan exponer para que sean reconocidas, tengan la satisfacción de sentirse útiles y por otro lado puedan recibir alguna bonificación o sueldo para su sustento y el de su familia.

Es por eso que se tiene la mirada a un emprendimiento el cual las beneficiarias a ellas y sus familias. El proyecto se llama “Elaboración y comercialización de productos de limpieza sostenible con mujeres con discapacidad intelectual en el municipio de Pailitas cesar”.

Por lo tanto, se debe focalizar el talento humano para colocar en marcha esta iniciativa e identificar los posibles mercados dentro del área de operación territorial.

Nuestro compromiso son estas mujeres con empoderamiento que por tener una discapacidad no las hace menos que las demás, transmitiéndoles emociones, sensaciones y vivencias que se producen a lo largo de un intenso trabajo y que reporta grandes satisfacciones.

### **Valor Social**

Optimizar la calidad de vida, progreso, autorrealización e impactar efectivamente en oportunidades laborales, el reconocimiento de sus derechos sumará, integrará e impondrá retos en productividad, así mismo el compromiso y la persistencia que figuran. Como resultado, esto causará la aprobación de diferentes destrezas a nivel social.

Por último, tendrá como objetivo aportar soluciones para los hogares con productos de limpieza sostenibles que, además de limpiar el espacio de trabajo u hogar, también se busque la salud de las personas y un modelo de negocio sostenible, ya que el embalaje de los productos es respetuoso con el medio ambiente.

### **Modelo de Negocio Sostenible**

Se proyecta estructurar y proponer un modelo de negocio sostenible en el que se basó en cifras del mercado en los 3 meses anteriores donde se identificó que en la canasta familiar donde se incluyen productos de aseo creció en el gasto real.

Se quiere plantear con este modelo de negocio que las personas obtengan un hábito de consumo efectiva y real logrando así que el emprendimiento sea reconocido en el mercado con una elección diferente en cada producto como el valor en precios ante la competencia, el conocimiento de cuidar el medio ambiente y renovar el envase que trae el producto. Los productos de aseo son observados como una necesidad diaria y de alta importancia en el mercado; este se muestra en incremento y como uso constante en los compradores.

Se aspira diferenciar este modelo planteado de los productos de aseo que se muestran en el mercado, a través de la aplicación de conceptos, factores de sostenibilidad y economía circular, promovido con e-commerce para la comercialización.

Se iniciaría con la elaboración y comercialización de 4 líneas que se muestra fuertemente y de mucho uso por los hogares y lugares de trabajo.

- Detergente liquido
- Jabón lava lozas
- Suavizante para la ropa
- Jabón líquido multiusos

Este modelo busca direccionarse en 2 objetivos claros e importantes:

#### **Reutilización del empaque**

Con este concepto se buscará el ahorro y darles segunda oportunidad a los envases. Esto permitirá que los consumidores entren en el cuidado del medio ambiente, además ayudara a que

utilicen adecuadamente cada plástico que adquieran y a un precio razonable al alcance del bolsillo del cliente.

### **Elaboración de productos biodegradables y no sea perjudicial para la salud**

Con este concepto se buscará concientizar a las personas de comprar productos que sean amigables con el medio ambiente siendo un consumidor comprometido en el cuidado de sus familias.

Para el sostenimiento del proyecto se implementará el E-commerce en el tema de marketing. Asimismo, se manejará una tienda física en el municipio, se llegará a los hogares de la localidad puerta puerta y se tocará los negocios para que nos conozcan y puedan acceder a nuestros productos.

## Modelo de Negocio Design Thinking

### Empatizar

Esta fase nos indica en colocarnos en los zapatos del otro, es decir es entender y comprender lo que el cliente quiere obtener.

### Procedimiento escogido

Entrevistas cualitativas de persona a persona. En esta parte se realizaron encuestas con respuestas abiertas y cerradas. Las cuales se presentan a continuación:

Pregunta 1. ¿En qué periodo usted compra los productos para la limpieza?

**Tabla 1**

*Periodo de compra de los productos de limpieza*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Semanal	10	14%
Quincena	20	27%
Mensual	43	59%
Otros	0	0
Total	73	100%

*Fuente. Autores*

Se realizaron 73 encuestas a diferentes personas del municipio con un resultado del 59% compran mensualmente, estas personas adquieren los productos en galón y/o canecas.

Seguidamente el 27% adquieren los productos quincenalmente, pues no es de uso diario. Y el 14% lo realizan semanalmente por lo que los usan diariamente.

Pregunta 2. ¿De los siguientes elementos cual le gusta para adquirir los productos de la limpieza en su hogar?

**Tabla 2**

*Elementos influyentes en la adquisición de un producto de limpieza*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Facilidad de uso	5	7%
Precio	20	27%
Marca	5	7%
Fragancia	43	59%
Total	73	100%

*Fuente. Autores*

La investigación de mercado es de gran importancia realizarla ya que nos indica o muestra informaciones relevantes que los compradores tienen a la hora de adquirir los productos. La fragancia con un 59% muestra que es la más oída a la hora de comprar. El 27% arroja el precio y por último la marca y la facilidad de uso que no es de importancia para ellos a la hora de comprar.

Pregunta 4. ¿Qué tipos de productos de limpieza adquiere con mayor frecuencia?

**Tabla 3**

*Productos de limpieza con mayor frecuencia de adquisición*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Jabón líquido	21	29%
Detergente líquido	18	25%
Suavizante	15	20%
Jabón lavalozas	19	26%
Total	73	100%

*Fuente. Autores*

En esta respuesta se muestra variedad, ya que los nombrados son necesarios en los diferentes lugares de trabajo y hogares.

Pregunta 5. ¿A través de que medio te gustaría recibir información en de los productos?

**Tabla 4**

*Medios de comunicación preferidos para recibir información de los productos*

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Redes sociales	20	27%
Radio	23	32%
Tv	10	14%
Valla publicitaria	5	7%
Folletos dípticos	15	20%
Total	73	100%

*Fuente. Autores*

Las personas encuestadas respondieron en su mayoría que tienen conocimiento por la radio, asimismo las redes sociales muestran un 27%, dejando en evidencia que la empresa debe disponer de diferentes formas de publicidad para dar a conocer los productos.

### **Definición**

Esta fase se recopila toda la información importante para definir las soluciones que se van implementar en el proceso.

Técnica seleccionada: Diagrama de Porter, la estrategia de modelo desarrollada por Porter sirve para evaluar el impacto que causa, en los clientes, proveedores, competidores nuevos, productos sustitutos, competencia, de esta forma se podrá equilibrar tanto los factores internos como los externos, igual las características del macro y micro entorno para que el modelo de negocio tenga viabilidad.

**Tabla 5***Negociación con clientes*

Componentes	Análisis
Cantidad de clientes importantes	A diario los productos de aseo y limpieza, son primordial e importantes en el cuidado y limpieza del hogar o lugar del trabajo y se puede adquirir por cualquier persona del común, por lo tanto, se cree que es un mercado interesante para el negocio.
Comercialización de los productos	Las personas pueden adquirir los productos en diferentes sitios de ventas como los supermercados, tiendas de barrio entre otros. Teniendo en cuenta que se pueden encontrar variedad.
Conocimiento de los productos y sus beneficios	En el mercado se encuentran productos que cumplen con los estándares que se necesitan para comercializarlos como sus beneficios y uso como por ejemplo jabón líquido para la lavar ropa, jabón líquido para lavar losa, suavizante para la ropa.
Reemplazo de los productos	En el mercado existe una variedad de productos sustitutos como, por ejemplo: cloro, jabón puro, jabón en polvo de otras marcas, bicarbonato de sodio.
Cambio de precios	Los compradores pueden fácilmente cambiar los productos pues los precios varían diariamente.

*Fuente.* Autores

**Tabla 6***Rivalidad Competitiva*

Componentes	Análisis
Número de competidores	En el mercado existen variedad de competidores como por ejemplo Ajax, fabuloso, Blancox, Mr Musculo.
La homogeneidad de los competidores	La mayoría de la competencia ofrecen productos bien organizados el cual se compite por el precio, calidad. Algunas empresas muestran su publicidad en la televisión en horarios de mayor rating con el objetivo de vender.
Diferencia entre productos	Se observa en el mercado variedad de productos, el cual el cliente puede escoger. La diferencia esta en el valor, fragancia, el envase, la marca, aplicación entre otros.

Menos producción de lo permitido	Se observa la importancia de crear ideas que ayuden a atraer clientes fácilmente y compren constantemente. Siendo esto un dato para empezar a producir mas y permitido en la empresa.
Gastos Operacional	Los gastos en producción, inversión, gastos administrativos son elevados.

*Fuente. Autores*

### **Tabla 7**

#### *Amenazas de productos sustitutos*

Componentes	Análisis
Valor de productos	En el mercado ya existen productos sustitutos, los cuales ya cuentan con una trayectoria de varios años y han logrado llegar a los hogares colombianos como por ejemplo Familia, Fabuloso, Blancox, entre otros. El cliente puede adquirir los productos ya que los precios son asequibles y por ofrecer un beneficio importante en los hogares poseen gran demanda.
Condición cambio de producto	Los compradores pueden realizar cambios de productos por diferentes aspectos como la calidad, empaque, marca entre otros.
Los pro y contra de los productos sustitutos son altos	En el mercado existen diferentes productos con los mismos beneficios y uso.

*Fuente. Autores*

### **Tabla 8**

#### *Poder de los proveedores*

Componentes	Análisis
Cantidad de proveedores importantes	Quimi hogar Químicos Rodes SAS Poliquímicos
Estándares disminuye el poder de los proveedores	Los productos son estándares el cual permite obtener una formula química y obtener diferentes proveedores en el cual se mirará algunos factores como la calidad de las materias primas, el valor, tiempo de pago y la atención al cliente.

Sucesores disponibles	Podemos encontrar proveedores en otros países como Canadá, China, Japón entre otros.
Condición de precios de cambio de los proveedores	La logística en la materia prima y el costo se muestra alto, por lo que se busca son proveedores nacionales.
Advertencia de unificación de los proveedores	Se dice que puede haber la posibilidad de que los proveedores tengan una unificación creando en nosotros una buena noticia.

*Fuente. Autores*

## **Tabla 9**

### *Amenaza de nueva competencia*

Componentes	Análisis
Economías de escala	La elaboración de estos productos se realiza gran nivel, a través de diferentes técnicas y estándares.
La necesidad de capital	Se necesita de un capital disponible para poder realizar los diferentes procesos que se requiere para la elaboración y comercialización de estos productos implementando lo último en tecnología para la publicación y demás que se necesite.
Valores de negocio	Constantemente los compradores van cambiando de productos por diferentes factores como la marca, atención al cliente, publicidad, precio y eficacia.
Disponibilidad de Acceso a los canales de comercialización	Decimos que para vender se debe mostrar, es por eso que la publicidad es muy importante puesto que permite posesionarnos en diferentes lugares como depósitos, almacenes, tiendas entre otros.
Disponibilidad de Tecnologías y Recurso Humano	El recurso humano y financiero son factores importantes para llevar a cabo todos los procesos de forma organizada. Dando como resultado una demostración de un producto confiable.
Resultado de aprendizaje o práctica	Inicialmente se muestra la ejecución del modelo de negocio con el objetivo de trabajar con la reutilización de los envases.
Beneficios del Gobierno	El gobierno brinda beneficios y oportunidad a las empresas cuando este tiene un plan de negocio con un modelo de economía verde o circular.

*Fuente. Autores*

**Ideación**

Implementar una técnica que nos ayude y facilite la realización, ejecución y comercialización del producto de limpieza sostenible con mujeres con discapacidad intelectual, Aumentar el número y variedad de las ideas que desafíen las suposiciones y deriven en soluciones innovadoras.

***Técnica Seleccionada (Scamper)***

Esta técnica Scamper ayuda a generar ideas para nuestros productos de limpieza sostenible. El propósito es de mejorar cada día permitiendo mostrar productos de excelente calidad, precio justo y amigable al medio ambiente.

***Sustituir***

Podemos sustituir los ambientadores por plantas aromáticas, popurrís, incensarios, o esencias naturales.

***Combinar***

Combinamos el vinagre y bicarbonato se puede utilizar para quitar manchas de las alfombras.

***Adaptar***

Para ahorra tiempo y dinero se busca utilizar productos que sean de uso constantemente y sean necesarios en el hogar o lugar de trabajo.

***Modificar (También Ampliar y Minimizar)***

Se puede modificar o poner más o menos los materiales como los son los envases unos pueden ser pequeños como otros pueden ser grandes.

***Proponer otros usos***

Hacer nuevas formas de utilizar el producto de limpieza como el suavizante puede usarse para el piso, El jabón líquido se podría usar para lavar baños, entre otro.

***Eliminar***

Comenzando eliminando todo producto que sea perjudicial para la salud, minimizando los productos que sean tóxicos, nocivos irritantes.

***Reduce***

¿Y si reducimos la cantidad de productos tóxicos? sino que debemos utilizar productos que sean amigables con el medioambiente y no sean perjudicial para la salud.

**Prototipo**

Idealizar y conocer los posibles usuarios que estarían interesados en adquirir nuestro producto, esto nos permitirá tener una mejor solución a problemáticas que se puedan presentar.

***Herramienta seleccionada (Personas)***

Reconocer las personas que hacen uso del producto que estamos ofreciendo, sus características y sus objetivos esperados por el producto.

**Tabla 10*****Prototipo persona 1***

		Ficha de persona
Sexo	Hombre	
Nombres y Apellidos	José Fernández	
Ocupación	Gerente de un supermercado	
Edad	37 años	

Objetivos y necesidades que esperan satisfacer con nuestro producto de limpieza	Obtener productos de limpieza para el hogar, de muy buena calidad a un gran precio, que puedan ser distribuidos a mis clientes.
Factores que le impiden acceder a nuestro producto	Ninguno.
Que es lo que espera del producto de limpieza	Sea de excelente calidad y buen precio que pueda ser adquirido por mis clientes.
Entorno físico, social y tecnológico	Entorno físico: compañeros de trabajo, familia, amigos Entorno tecnológico: celular, computador Entorno social: clientes

*Fuente.* Autores

### **Tabla 11**

#### *Prototipo persona 2*



#### Ficha de persona

Sexo	Mujer
Nombres y Apellidos	María Quintero
Ocupación	Ama de casa
Edad	35 años
Objetivos y necesidades que esperan satisfacer con nuestro producto de limpieza	Con este producto, busco mantener mi casa limpia, que huelga bien, que me ayude a eliminar bacterias, tener mi hogar con buena higiene y brindar una buena calidad de vida a mi familia.
Factores que le impiden acceder a nuestro producto	Falta de dinero, no tenía conocimiento del producto.
Que es lo que espera del producto de limpieza	Sea un excelente producto y con un precio justo, con agradable olor, que aporte a la economía de mi hogar.
Entorno físico, social y tecnológico	Celular, mi familia, mis amigos

*Fuente.* Autores

**Tabla 12***Prototipo persona 3*

	Ficha de persona
Sexo	Mujer
Nombres y Apellidos	Camila Jiménez
Ocupación	Gerente del banco agrario
Edad	42 años
Objetivos y necesidades que esperan satisfacer con nuestro producto de limpieza	Mantener la empresa limpia, con muy buena presentación.
Factores que le impiden acceder a nuestro producto	Ninguno
Que es lo que espera del producto de limpieza	Que sea un producto de buena calidad, que cumpla con mis expectativas, que sean de buena calidad, ayude a eliminar gérmenes, malos olores y así tener un ambiente de trabajo limpio.
Entorno físico, social y tecnológico	Entorno físico: compañeros de trabajo, familia, amigos Entorno tecnológico: celular, computador Entorno social: clientes

*Fuente. Autores***Tabla 13***Prototipo persona 4*

	Ficha de persona
Sexo	Mujer
Nombres y Apellidos	Milena castillo
Ocupación	Dueña de un restaurante
Edad	35 años

Objetivos y necesidades que esperan satisfacer con nuestro producto de limpieza	Con este producto, busco mantener mi restaurante limpio, para que me ayude a eliminar los restos de grasa de mis utensilios, que mis clientes puedan venir a comer a un lugar limpio y agradable.
Factores que le impiden acceder a nuestro producto	Ninguno
Que es lo que espera del producto de limpieza	Que sea un producto de buena calidad, que me ayude con la desinfección y limpieza de mis utensilios.
Entorno físico, social y tecnológico	Celular, mi familia, mis amigos, clientes, proveedores, trabajadores

*Fuente.* Autores

## Testeo

Esta fase nos indica la evaluación que se debe realizar para identificar los errores y corregirlos rápidamente para darle solución. Aquí se escucha las críticas constructivas, dudas, nuevas ideas.

## *Herramienta seleccionada (Mapa de oferta)*

### Figura 1

*Mapa de oferta*



**Nota.** Para observar la imagen con mayor resolución, se puede ingresar al siguiente enlace: [https://www.canva.com/design/DAFUZ2lxQk0/SgZmteCGFBfBMx22USHsKQ/view?utm\\_content=DAFUZ2lxQk0&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFUZ2lxQk0/SgZmteCGFBfBMx22USHsKQ/view?utm_content=DAFUZ2lxQk0&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Propuesta de Valor

### Modelo Canvas

#### Figura 2

#### Modelo Canvas



El modelo Canvas es presentar de forma ordenada y estructurado el modelo de negocio.

Principalmente la empresa se direcciona hacia la sostenibilidad y se resume mediante el modelo Canvas. Este contiene nueve módulos en el cual se trabajará sobre él y son los siguientes:

#### *Aliados Clave*

Dentro de los aliados tenemos los socios, el cual nos permitirá avanzar teniendo buenas relaciones en los diferentes procesos que se lleven a cabo y aspirar a obtener reconocimiento ante

el mercado. Proveedores de materias primas con el objetivo de lograr precios justos al adquirir de forma permanente y de grandes cantidades. Las tiendas de barrios para la comercialización en la comunidad. Líderes de los barrios para llevarles información sobre los productos el cual serán de mucho beneficio ya que entrarán a vender obteniendo así algunos favores para ellos.

### ***Actividades y Procesos***

Es importante enfatizar que necesitamos este módulo para llegar al producto final que construimos como punto de partida. Este cuadrante está sujeto a cambios ya que cada línea lanzada sirve como validador de un producto real. Entonces el proyecto es una idea viva y en constante evolución de acuerdo a las necesidades del cliente, será el punto de partida para entender cómo haremos lo que el mercado nos pide.

### ***Relacionamiento***

Lograr la fidelización de los clientes a través de productos limpios es el objetivo final, desarrollar una estrategia que refuerce las opciones de compra es la mejor manera de garantizar la permanencia en el mercado, una buena atención al cliente y productos que demuestren oferta de valor y calidad no negociable serán clave para el éxito. Es aquí donde nuestros servicios comerciales cobran especial importancia. Diseñar bien esta relación nos permitirá tener una buena imagen, ser competitivos y ganar un mercado amplio.

### ***Segmentos de clientes***

Este módulo nos muestra que los clientes son la base principal de cualquier modelo de negocio, por lo tanto, tenemos que definir el segmento al que nos queremos dirigir. Es decir, tenemos que entender sus gustos, preferencias y necesidades. O descubre qué nichos de mercado y oportunidades tienen en común para nuestro negocio. Las empresas deben dar respuesta a las necesidades de limpieza de los distintos perfiles de compradores. Esto permitiría que los

artículos de limpieza terminaran incluidos y no mantuvieran el segmento de artículos de limpieza reservados para las amas de casa.

### ***Recursos***

¿Qué recursos tendremos? El uso de estos debe definirse en términos de objetivos a corto o largo plazo. Contar con los recursos suficientes para iniciar un proyecto siempre será una tarea fundamental, pero creer que los recursos más valiosos son los recursos humanos, un equipo de trabajo dedicado a la empresa y sus objetivos logrará todos los objetivos, además se prioriza trabajar de acuerdo a diseño de producto El acceso comprobado a los recursos físicos, haciendo inversiones sabias conservar a la empresa financieramente estable y generar sustentabilidad en el tiempo.

### ***Canales***

Una pregunta a considerar es cómo entregar la propuesta de valor a nuestros clientes y a través de qué canales interactuar con ellos. El establecimiento de un canal de venta directo asegura una relación más cercana con los clientes, por lo que será más fácil fortalecer los lazos comerciales con los compradores. Cabe señalar que muchas personas dejan de usar productos y servicios por una mala atención al cliente. Además, creemos que, a través de esta manera, podemos entregar no solo productos, sino también conceptos de sustentabilidad derivados de un compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

### ***Costos***

Un correcto desarrollo de los procesos productivos serán la clave para crear productos con costos de producción coherentes que permitan tener precios de venta asequibles y competitivos sin sacrificar la calidad de estos, contar un esquema de gastos bien estructurado nos permitirá como compañía llevar balances financieros positivos en el tiempo, de este modo

invertir en lo realmente necesario y no destinar recursos a cosas o procesos que no generen valor en la organización.

### ***Ingresos***

Establecer precios competitivos en el mercado es fundamental ya que es evidente que la cultura actual de sostenibilidad en nuestra sociedad no está bien desarrollada y los clientes pueden rechazar productos con precios extremadamente altos, aunque sean buenos para la salud y el medio ambiente. Hay muchos nichos de mercado que tenemos que lograr un equilibrio.

Beneficios Sociales: Dentro del alcance de los objetivos de la empresa, se quiere crear valor para la comunidad, beneficiándose desde diferentes perspectivas del nacimiento de nuevos proyectos, logrando así un impacto, creando oportunidades de empleo, no solo entre las mujeres del proyecto, sino también para la situación desfavorecida, potenciando otras empresas que se suman al proyecto para crear productos y sensibilizar a los implicados en el proyecto a cualquier nivel.

### ***Propuesta de Valor***

Una propuesta de valor es una estrategia de marketing diseñada para darle al cliente una idea clara de cuán necesario puede ser lo que se esté ofreciendo para él. Por eso hemos desarrollado una propuesta donde explicamos en detalle qué queremos hacer para que las mujeres con discapacidad mejoren su estilo de vida y sean capaces de realizar actividades que las beneficien.

## Estrategias de Marketing

### Propiedades y beneficios de los productos a ofrecer

#### Figura 3

#### Características del producto a ofrecer

**MAGICO PODER**  
PRODUCTOS PARA LA LIMPIEZA

EN NUESTRA LÍNEA DE LIMPIEZA, ENCONTRARAS PRODUCTOS PARA DAR UN TOQUE DE AMBIENTE AGRADABLE EN TUS ESPACIOS. ESTOS PRODUCTOS SON TOTALMENTE ECOLÓGICOS EL CUAL PUEDES REUTILIZAR CUANDO QUIERAS PARA OBTENER UN NUEVO PRODUCTO. SON APTOS PARA RECICLAR, CUENTA CON UN ALTO GRADO EN RENDIMIENTO, CONCENTRACIÓN Y PODEROSA ACCIÓN LIMPIADORA PARA APLICAR SOBRE TODA CLASE DE SUPERFICIES, ÁREAS Y LAVADO DE ROPA.

- ### 1. Detergente liquido

*Todos los días*

  - Cuida de los colores
  - Biodegradable
  - Remueve manchas
  - Buen aroma
  - Alta concentración
- ### Jabón lavalozas

### 2.

*Todos los días*

  - Arranca grasa
  - Biodegradable
  - Limpia más
  - cuida tus manos
- ### 3. Suavizante para la ropa

*Todos las semanas*

  - Secado rápido
  - Planchado fácil
  - Alta concentración
  - Biodegradable
  - Hiposensible
- ### Jabón líquido multiusos

### 4.

*Todos los días*

  - Ideal para el lavado de pisos baños y ropa
  - Rendidor
  - Alta concentración
  - cuida tus manos
  - Biodegradable

**Nota.** Para observar la imagen con mayor resolución, se puede ingresar al siguiente enlace:

[https://www.canva.com/design/DAFX4iaOx2g/3w1e2PNc7YTL6ljHrKqwVA/edit?utm\\_content=DAFX4iaOx2g&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFX4iaOx2g/3w1e2PNc7YTL6ljHrKqwVA/edit?utm_content=DAFX4iaOx2g&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Marca, Imagen y Slogan

### Figura 4

*Imagen corporativa*



*Fuente. Autores*

### Grupo Objetivo

El grupo objetivo serán las diferentes empresas que buscan mantener sus lugares de trabajo limpios y con agradable aroma, amas de casa quienes son las principales en cuidar sus hogares con la limpieza y tiendas de barrios del municipio y la región quienes son puntos clave para nosotros ya que serán los que ayudarán a vender y mostrar a la comunidad los productos. En estos sectores se iniciaría socializándoles el catálogo en el cual están los productos a ofrecer.

Nuestro objetivo es garantizar precios justos, calidad y crear estrategias con un mensaje social y sostenible a cada comprador. Esperando posicionarnos en el mercado y poco a poco ampliar y/o ofrecer más productos diferentes a los existentes.

## Segmentación

**Tabla 14**

*Segmentación según las características*

Segmentación Demográfica	
Edad	Personas entre las edades 25 a 45 años
Genero	Hombres y mujeres
Ingresos	Las personas destinan frecuentemente dinero para la compra de estos productos por la necesidad de utilizarlos.
Ocupación	Amas de casa, Empresarios, empleados públicos, personas del común.
Segmentación Conductual	
Beneficios	Ahorro, Alta concentración, variedad en aromas, desinfección, protección de manos, quita manchas, cuidado al medio ambiente.
Uso	Frecuente
Categoría de usuario	Usuarios habituales y potenciales
Inclinación de compra	Son productos que les interesa frecuentemente para la limpieza en el hogar y lugares de trabajo.
Segmentación Geográfica	
Ubicación	Jurisdicción de Pailitas, corregimientos, veredas y municipios vecinos.
Área	Urbano y rural
Clima	Cálido
Religión	Para todas las religiones existentes.

*Fuente. Autores*

## Competencia

En el departamento en la parte más cercana a la jurisdicción encontramos una empresa ubicada en el municipio de Aguachica Cesar llamada Ambiflores el cual también se dedica a la misma actividad económica.

En Valledupar Cesar se encuentra Cade Colombia Valledupar el cual también se dedica a la misma actividad económica, hasta al momento llevan ofreciendo buenos productos.

En el municipio y sus alrededores podemos observar que existen personas dedicadas a esta actividad pero que no es tan constituidas legalmente, por lo tanto, no tenemos datos reales al respecto. Ellos también entrarían hacer parte de nuestra competencia porque son

emprendimientos el cual ofrecen productos que satisfacen las necesidades del consumidor y conllevan a obtener un dinero para el sustento de sus familias.

### **Aliados Claves**

Principalmente se buscará proveedores, el cual se evaluará el que tenga mejor opción de compra. Por lo tanto, se buscará precio, tiempo de pago, calidad y la atención que es muy importante a la hora de adquirir lo que se necesite. Este punto es de mucha precaución ya que antes de tomar decisiones se debe mirar las ofertas que ofrece el mercado.

Obtener vínculos con empresas que elaboren envases plásticos, con el objetivo de que se implemente un modelo de reciclaje de plástico, sean reutilizables y poder fabricar envases 100% reciclados. Aliarnos con asociaciones para realizar programas de reciclaje.

Las tiendas de barrio, son puntos clave para este proyecto ya que serán los que distribuirán los productos mediante el modelo de rellenado, optimizando los costos para las ventas. También se buscará acercarnos con los líderes de los barrios para que sean intermediarios a la hora de mostrar los productos a la comunidad. Esto puede traer una visión en estos líderes ya que con su compromiso podrán también ir direccionándose hacia un emprendimiento que ellos puedan realizar en pro de ellos y la comunidad.

## **Estrategias de Mercado Tradicionales y Digitales**

### **Estrategias de Comunicación**

Para impactar en el mercado nuestro emprendimiento definirá cuál será su imagen, logo y marca siendo positivo para nosotros y para el comprador el cual podrá ver con seguridad el portafolio de los productos. La participación en los diferentes eventos que se puedan asistir también cobra importancia para darnos a conocer y así poder vender. Claro está que se debe mirar que esto no acarree gastos altos, por lo que estamos es iniciando el negocio. Adicional a lo anterior nuestro rumbo va hacia la mujer, ya que son ellas las que más utilizan productos para el aseo de sus hogares. Y es así que un grupo de mujeres con discapacidad quienes están al mando de este proyecto, Por tanto, nuestro objetivo es encaminado al ahorro en dinero, rendimiento del producto, limpieza, desinfección y agradable aroma a la hora de utilizarlo.

Así mismo, se tiene previsto realizar videos, cuñas radiales y realizar volantes en el cual se muestre y/o se digan opiniones diferentes de personas que hayan comprado los productos. Otra forma de mostrar es realizando videos con las mujeres con discapacidad que están en el proyecto donde muestren la forma de utilizar cada producto y sus beneficios que traen. A continuación, se mostrará los medios de comunicación que se utilizaran:

### ***Redes Sociales***

En este sector se abrirán paginas como el Facebook, You Tube, Instagram y correo electrónico, con el fin de dar a conocer nuestro emprendimiento el cual tiene como principal objetivo es la innovación, el cuidado del medio ambiente en todos los productos que se ofrece y por último ir escalando cada día en el mercado.

### ***Emisoras***

Se emitirán cuñas radiales en las emisoras locales, con las que se piensa es llegarles a los oyentes de la región. Esto nos ayudara a dar a conocer el proyecto. Otra opción es realizar una propaganda para que sea divulgada en la radio durante algunos días.

### ***Folletos y Vallas Publicitarias***

En este caso se trabajará en la realización de folletos con fotos de algunas mujeres con discapacidad mostrando los productos, sus beneficios y ser distribuidos en el municipio y sus alrededores, también se utilizará las vallas También con imágenes de mujeres con discapacidad en sitios estratégicos para la publicidad de los productos.

### ***Catálogos de Productos***

Se mostrará la presentación de la empresa, marca, la variedad de productos, con el objetivo de ser más atractivos e interesantes para el comprador.

### ***Estrategia de Posicionamiento***

Para el posicionamiento entre sus posibles clientes se buscará a través de la prensa y radio mostrar los productos durante algunos meses. Asimismo, en los barrios del municipio se repartirán volantes y se harán visitas a las empresas principalmente a quienes ya han decidido comprar para mostrarles los beneficios y explicarles la importancia que serán para nosotros ya que no solo se verán favorecidos, sino también un grupo de mujeres que con esfuerzo y dedicación fabrican y comercializan estos productos para su sustento diario y su superación personal. Estas mujeres están activas y dispuestas promocionar los productos de diferentes maneras como lo es haciendo llamadas, yendo a citas acordadas, recibiendo pedidos, mostrando las diferentes páginas web.

### **Estrategias de Diferenciación**

La empresa contara con páginas web en línea el cual el cliente solicite un asesor personalizado para los productos que este requiera, igualmente el asesor pondrá citas para mostrarle el catálogo disponible en el momento, Así mismo la persona estará acompañada del vendedor y tendrá la oportunidad de obtener un servicio de distribución logística adecuado. En cuanto al inventario el servicio de distribución será sólido, rápido y garantizara una asistencia acorde al ofrecido, el stock estará disponible todo el tiempo facilitando los productos que se estén comercializando sin estar agotándose rápidamente.

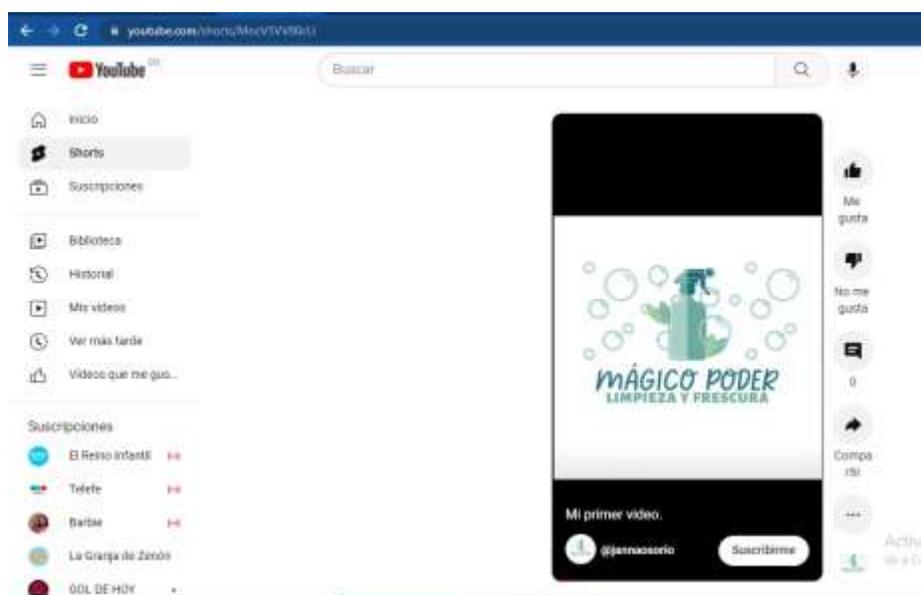
## Prototipo de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales

### YouTube

Esta plataforma será usada para mostrar videos el cual impulsará nuestros productos con el propósito de que cada día tengamos nuevos seguidores y posibles compradores. Cada semana se publicará un video donde se muestre lo que estos productos pueden hacer en su oficina y/ o hogar y cuál es el beneficio social que estará haciendo el comprador a la hora de adquirir dichos productos.

### Figura 5

#### Canal de YouTube



Fuente. Autores

### Instagram

El objetivo de Instagram, es aumentar cada día la visibilidad de la empresa ante las personas y/o empresas que estén interesadas en el portafolio de productos expuestos en la página, interactuar con ellos y poder captarlos siendo excelentes receptores hasta lograr concretar ventas.

En esta página cada 15 días se subirán las promociones y precios básicos de cada producto así mismo se mostrarán imágenes de las mismas en diferentes presentaciones en cuanto a cantidad.

## Figura 6

### *Perfil de Instagram*



*Fuente. Autores*

## Facebook

Esta es una página social que ha generado millones de seguidores, ya que en esta se puede encontrar infinidad de personas, lugares, empresas entre otros. Aquí se puede llegar a todo público que esté conectado. Por lo tanto, en esta página también se hará muestra de quienes somos, los procesos para la elaboración de los productos, fotos de los productos terminados, a donde hemos llegado entre otros aspectos.

## Figura 7

### Perfil de Facebook



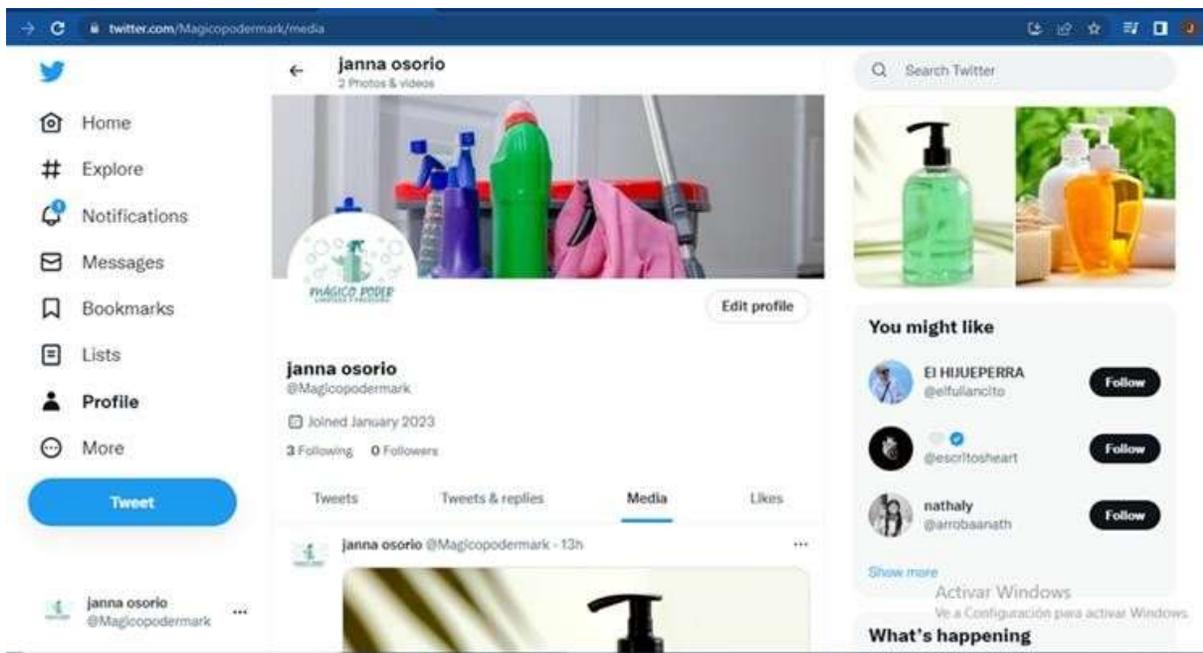
Fuente. Autores

## Twitter

Esta red se dice que es la más importante, ya que permite estar al tanto de lo que te interesa de una forma rápida y segura. Para la empresa en esta red se subirán fotos de los productos, información de la misma y se estará buscando conectarse con empresas y personas del común para hacerles la invitación de comprar.

## Figura 8

Perfil de Twitter



Fuente. Autores

## Figura 9

Sitio web de la empresa



**Nota.** Para visualizar el sitio web completo, ingresar al siguiente enlace:

<https://juliocesarcarvajal4.wixsite.com/my-site-1>

## Proyección Operativa y Financiera

### Recursos Operativos

**Tabla 15**

*Descripción de los recursos operativos*

Productos	
Detergente líquido	
Jabón lava lozas	
Suavizante para la ropa	
Jabón líquido multiusos	
Insumos	Medida
Recipientes plásticos	Galón
Envases o botellas	Galón
Aceites esenciales	Galón
Agua	Galón
Vinagre de sidra de manzana	Galón
Emulsificante	Galón
Perfumes	Galón
Conservador y colorantes	Galón
Bicarbonato de sodio	Galón
Disolventes	Galón
Ácidos	Galón
Hipoclorito	Galón
Glicerinas	Galón
Agente antiespumante	Galón
Valdés	Galón
Instalaciones	Cantidad
Local	1
Equipos	Cantidad
Vitrinas	5
Escritorios	2
Equipo de oficina	1
Máquinas de fabricación	2
Personal	Cantidad
Secretaria	1
Gerente	1
Servicios generales	1
Asesores de ventas	5

*Fuente. Autores*

**Tabla 16***Costos de producción*

Meses	Proveedor	Máquinas de fabricación	Insumos	Mano de obra directa	Total
Mes 1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	\$ 9.000.000
Mes 2	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	\$ 9.000.000
Mes 3	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.200.000	\$ 5.000.000	\$ 9.200.000
Mes 4	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.300.000	\$ 5.500.000	\$ 9.800.000
Mes 5	\$ 1.550.000	\$ 1.500.000	\$ 1.300.000	\$ 5.500.000	\$ 9.850.000
Mes 6	\$ 1.550.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 5.500.000	\$ 10.050.000
Mes 7	\$ 1.550.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 5.500.000	\$ 10.250.000
Mes 8	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 5.800.000	\$ 10.600.000
Mes 9	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 5.800.000	\$ 10.600.000
Mes 10	\$ 1.600.000	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 5.800.000	\$ 10.800.000
Mes 11	\$ 1.650.000	\$ 1.700.000	\$ 1.800.000	\$ 6.000.000	\$ 11.150.000
Mes 12	\$ 1.650.000	\$ 1.700.000	\$ 1.900.000	\$ 6.000.000	\$ 11.250.000

*Fuente. Autores***Tabla 17***Gastos de administración en pesos*

Ítems	Valor
Consultorías administrativas contables y de sistemas	\$ 1.000.000
Arrendamiento área administración	\$ 1.000.000
Agua	\$ 100.000
Luz	\$ 250.000
Teléfono	\$ 120.000
Internet	\$ 100.000
Aseo	\$ 50.000
Mantenimiento equipo oficina y maquinas	\$ 500.000
Reparaciones locativas	\$ 500.000
Gastos de distribución	\$ 300.000
Arriendos puntos de venta	\$ 500.000
Gastos de promoción y publicidad	\$ 200.000
Capacitación de vendedores	\$ 1.500.000
Secretaria	\$ 1.000.000
Gerente	\$ 1.500.000
Servicios generales	\$ 900.000
Asesores de ventas	\$ 5.000.000
Total gastos	\$ 14.520.000

*Fuente. Autores*

## Costos de Producción

La empresa MAGICO PODER, produce 1.200 productos de limpieza mensual los cuales son:

300 Detergente Liquido

300 Jabón Lava Lozas

300 Suavizante Para La Ropa

300 Jabón Líquido Multiusos.

Entre estos están:

**Tabla 18**

*Costos de la empresa*

Ítems	Valores
Materia prima	\$ 2.000.000
Pago de sueldos	\$ 7.000.000
Mantenimiento de maquinas	\$ 500.000
Arrendamiento de punto de venta	\$ 500.000
Área de producción	\$ 1.000.000
Gastos de distribución y publicidad	\$ 500.000
Gastos de servicios publicos	\$ 590.000
Total	\$ 12.090.000

*Fuente. Autores*

$\$12.090.000 / 1.200 \text{ Unidades} = \$10.075$

Se estima una ganancia 40% esperada por la empresa precio de ventas \$ 14.105

Proyección de ventas para 3 años

La unidad de medida: 1.200 Unidades

El pronóstico de tiempo

**Tabla 19***Proyección de Ventas*

Descripción	Horizonte de pronóstico		
	Corto	mediano	Largo
Plazo			
Duración	1 año	2 años	3 años

*Fuente. Autores*

**Mercado Efectivo**

- Geográfico: Municipio de Pailitas – Cesar
- Edades: 20-60 años = 13.098 personas
- Nivel socio económico: clase media 60% de la población (7.858 personas)
- Estilo de vida: el 70% le da importancia a la limpieza para prevención de enfermedades (5.500 personas)

El mercado efectivo sería todos los habitantes del Municipio de Pailitas entre las edades 20 a 60 años de clase media que le da importancia a la limpieza para la prevención de enfermedades.

**Mercado Objetivo**

Si la demanda actual de personas que comprarían nuestros productos de limpieza es de 5.500 personas, la empresa MAGICO PODER, desea captar un 25% de esa población. (1.375 aproximadamente).

**Crecimiento Anual de Ventas*****Resumen de las proyecciones económicas en Colombia 2023-2025***

Con un crecimiento económico proyectado entre 0,5% y 1,3% por el Banco de la República y el Gobierno, proporcionalmente, el país se dispone a iniciar un año 2023 el cual retara no solo al ejecutivo sino todos los agentes económicos.

Se anuncia que el incremento del PIB se disminuya lentamente, pasando del 8,1% en 2022 al 1,2% en 2023 y que se apresure al 1,7% en 2024.

Esta cifra involucra que a diciembre del presente año el PIB sería en un nivel parecido al 98% de lo visto ante de la pandemia. Igualmente, para 2025 pronosticamos un incremento promedio de 3,4%.

### **Capacidad de Producción**

La empresa MAGICO PODER, tiene la capacidad de producir el 87.2% del mercado objetivo.

Producción real                      1.200 unidades x 100= 87.2%

Producción máxima                1.375 unidades

Se dice que las ventas crecerán en un porcentaje anual:

### **Tabla 20**

*Porcentaje de crecimiento en ventas anual*

Año 1	Año 2	Año 3
7.6%	5.8%	3%

*Fuente. Autores*

### **Proyección de las Ventas**

Año 1: La venta será  $1.200 \times 7.6\% + 1.200 = 1.291$  unidades

Año 2: La venta será  $1.291 \times 5.8\% + 1.291 = 1.365$  unidades

Año 3: La venta será  $1.365 \times 3\% + 1.406 =$  unidades

## Capital de Trabajo

**Tabla 21**

### *Capital de Trabajo*

Variable	Activo corriente	Pasivo corriente
Efectivo en caja	\$15.000.000	
Bancos	\$25.000.000	
Inventarios	\$10.000.000	
Obligaciones financieras		\$5.000.000
Obligaciones proveedores		\$1.650.000
Gastos de admón.		\$14.520.000
Pago de impuestos		\$1.000.000
Total	\$50.000.000	\$22.170.000
Capital neto de trabajo		\$27.830.000

*Fuente. Autores*

## Inversiones

**Tabla 22**

### *Inversión requerida*

Ítems	Concepto	Precio
Activos	Maquinaria	\$1.700.000
	Equipo de oficina	\$1.000.000
Instalaciones y puesta en marcha	Gastos legales de constitución	\$500.000
	Marketing	\$1.200.000
	Arriendo	\$500.000
	Sueldos	\$10.400.000
Capital de trabajo	Varios	\$27.830.000
Total		\$43.130.000

*Fuente. Autores*

## Conclusiones

La apuesta para implementar esta propuesta se basa en la búsqueda de la población mencionada anteriormente para desarrollarlo. Con esto se busca que haya cultura ciudadana y búsqueda de empleo teniendo un ambiente laboral sano, inclusivo y equitativos.

Por lo tanto, se pretende elaborar y comercializar una variedad de productos de limpieza que además de estar en precios justos y de excelente calidad también busca un consumo responsable con el propósito de cuidar la salud de las personas y ayudar al planeta con la introducción del concepto “impuesto a la pobreza” ya que estaríamos siendo amigables con el medio ambiente.

Design Thinking, es una metodología práctica en conseguir un mejor resultado. Donde nos permite activar una serie de elementos de nuestro cerebro y complementar las capacidades del equipo en el cual estamos participando dando como resultados el desarrollo de la creatividad y finalmente diseñar soluciones aplicando la innovación en nuestro proyecto. Por lo tanto, en esta actividad tuvimos la oportunidad de elaborar las diferentes etapas que este contiene, para así tener ideas y posibles soluciones a los diferentes procesos en el cual vamos a estar desarrollando. Es bastante interesante esta metodología.

El lienzo del modelo CANVAS permitió fácilmente realizar la propuesta de valor para el proyecto antes mencionado. Esta herramienta busco inclinarlos de forma clara cada proceso que se debe llevo a cabo de manera rápida para el modelo de negocio que se implementó y por consiguiente crear ideas aprovechando lo que tenemos para cada día ser más competitiva.

Un dato muy importante para la realización del proyecto es saber con qué estamos contando en cuanto al dinero, es por eso que se desarrolló una proyección a corto y largo plazo el cual nos mostró datos positivos para iniciarlo.

El proyecto muestra a partir de la innovación, una importancia relevante ya que hubo la oportunidad de elaborar diferentes capítulos que este contiene, y así generar ideas y posibles soluciones a los diferentes procesos en el cual desarrollamos. Fue bastante interesante esta metodología.

### Referencias bibliográficas

- Villa Sánchez, A; Arias Guzmán, M. J; Peña-Lang, M. B. Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educación*, 2021, Vol. 57, n.º 1, pp. 97-116, <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1153>.
- 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* (pp.65-134). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>
- Mejía Martínez, A. (2018). *OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking*. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>
- Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>
- Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing*. Editorial. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

## Apéndices

### Apéndice A Evidencias de la aplicación de la encuesta



### Apéndice B Link de la presentación

<https://youtu.be/NZ-e3pUohcO>