

## **Elaboración y comercialización de productos de aseo**

Anyi Gabriela Contreras Quintero

Alba Hoyos Contreras

Sandy Correa Plata

Julieth Aroca Díaz

José Luis Delgado

Tutor

Luz Dary Camacho

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Diplomado de profundización para tecnologías del marketing para el emprendimiento social

2023

## Resumen

El objetivo de este proyecto se basa en la desigualdad de género en el cual es presentaremos el proyecto de elaboración y comercialización de productos de aseo en el municipio de Curumani-Cesar, enfocándonos en las mujeres madres cabezas de hogar que no tienen una fuente de empleo o ingreso mensual para ellas sostenerse, de esta manera se buscará establecer un emprendimiento donde las mujeres puedan postularse a las vacantes por medio de entrevistas, las cuales se tendrá en cuenta la disponibilidad de tiempo, sus habilidades y fortalezas. Con esto se pretende darles una oportunidad de empleo a las mujeres que han sido rechazadas en la sociedad por el hecho de ser mujer, así mismo brindarles una mejor calidad de vida y servir de ejemplo con nuestro proyecto a las empresas en el municipio de Curumaní - Cesar. Esto con el fin de que estas mujeres más adelante puedan desarrollar todas sus destrezas y habilidades en el ámbito laboral y social, así mismo que se sientan capaces de realizar muchas cosas y no se estanquen por el hecho ser mujer o porque varias empresas le han cerrado las puertas muchas veces.

***Palabras claves:*** Productos, aseo, mujeres, emprendimiento, madres, elaboración.

## **Abstract**

The objective of this project is based on gender inequality in which we will present the project for the elaboration and commercialization of cleaning products in the municipality of Curumani-Cesar, focusing on women mothers who are heads of households who do not have a source of employment. or monthly income for them to sustain themselves, in this way they will seek to establish a business where women can apply for vacancies through interviews, which will take into account the availability of time, their abilities and strengths. This is intended to give a job opportunity to women who have been rejected in society for being a woman, as well as provide them with a better quality of life and serve as an example with our project to companies in the municipality of Curumani- Cease. This is so that these women can later develop all their skills and abilities in the labor and social sphere, as well as feeling capable of doing many things and not stagnating because they are a woman or because several companies have closed them. the doors many times.

***Keywords:*** Products, cleaning, women, entrepreneurship, mothers, production.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
Objetivos .....	12
Objetivo General .....	12
Objetivos Específicos .....	12
Descripción del problema u oportunidad .....	13
La problemática a solucionar .....	13
Productos para comercializar .....	14
Objetivo social.....	15
Mercado objetivo .....	15
Innovación transformadora .....	16
Modelo de negocio sostenible.....	16
Innovación social .....	17
Valor social y modelo sostenible .....	19
Empatía .....	19
Definición.....	22
Técnica utilizada .....	23
Ideación .....	28
Sustituir .....	29
Combinación .....	29
Adaptación .....	29
Modificar (También Expandir y Minimizar) .....	30

Eliminación .....	30
Reducción.....	31
Mejoras Para El Proyecto.....	31
Prototipado .....	32
Herramienta seleccionada .....	32
Encuesta .....	34
Análisis de las respuestas .....	36
Testeo .....	37
Propuesta valor.....	40
Aliados claves .....	41
Actividades.....	42
Propuesta de valor .....	42
Relación con el cliente .....	42
Segmentos .....	43
Recursos .....	43
Costos.....	43
Ingresos .....	44
Beneficios sociales .....	44
Estrategias de mercadeo.....	45
Identificar la competencia .....	48
<i>Competencia directa</i> .....	48
<i>Competencia indirecta</i> .....	50
Estrategia de comunicación.....	52

Estrategia de Posicionamiento.....	53
Estrategias de diferenciación.....	54
<i>Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....</i>	<i>54</i>
Proyección operativa y financiera.....	59
Tamaño del proyecto.....	59
Disponibilidad insumos.....	59
Procesos pre-operativos .....	64
Proyecciones de ventas.....	66
Precio de venta .....	67
Capital de trabajo .....	70
Inversiones .....	72
Conclusión .....	74
Referencias.....	76

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Aprobación del emprendimiento</i> .....	21
<b>Tabla 2</b> <i>Dificultad a la hora de comprar</i> .....	21
<b>Tabla 3</b> <i>Preferencias de artículos de aseo</i> .....	21
<b>Tabla 4</b> <i>Periodo de compra de los artículos de aseo</i> .....	22
<b>Tabla 5</b> <i>Artículos de aseo con más frecuencia de compra</i> .....	22
<b>Tabla 6</b> <i>Capacidad de negocio con los clientes</i> .....	23
<b>Tabla 7</b> <i>Rivalidad entre competidores</i> .....	25
<b>Tabla 8</b> <i>Amenazas de productos alternos</i> .....	26
<b>Tabla 9</b> <i>Poder de negociación con los proveedores</i> .....	26
<b>Tabla 10</b> <i>Amenaza de nuevos jugadores</i> .....	27
<b>Tabla 11</b> <i>Comparación de resultados</i> .....	37
<b>Tabla 12</b> <i>Modelo Canvas</i> .....	40
<b>Tabla 13</b> <i>Segmentación de mercado</i> .....	48
<b>Tabla 14</b> <i>Capacidad instalada</i> .....	59
<b>Tabla 15</b> <i>Ficha técnica del producto</i> .....	60
<b>Tabla 16</b> <i>Descripción de maquinaria y elementos operativos</i> .....	61
<b>Tabla 17</b> <i>Proyecciones de sueldo</i> .....	63
<b>Tabla 18</b> <i>Descripción equipos de oficina</i> .....	64
<b>Tabla 19</b> <i>Cálculo de la demanda</i> .....	66
<b>Tabla 20</b> <i>Proyecciones de ventas (unidades)</i> .....	66
<b>Tabla 21</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	68
<b>Tabla 22</b> <i>Costos Fijos</i> .....	68

<b>Tabla 23</b> <i>Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)</i> .....	69
<b>Tabla 24</b> <i>Proyecciones de ingresos por ventas</i> .....	70
<b>Tabla 25</b> <i>Flujo de caja mensual</i> .....	71
<b>Tabla 26</b> <i>Inversión total</i> .....	72

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Cuestionario a la comunidad</i> .....	20
<b>Figura 2</b> <i>Infografía sobre Limpieza Profunda y Duradera</i> .....	33
<b>Figura 3</b> <i>Distintivo de la empresa</i> .....	47
<b>Figura 4</b> <i>Canal de YouTube</i> .....	55
<b>Figura 5</b> <i>Perfil de Instagram</i> .....	56
<b>Figura 6</b> <i>Perfil de twitter</i> .....	57
<b>Figura 7</b> <i>Perfil de Facebook</i> .....	58
<b>Figura 8</b> <i>Sitio web de la empresa</i> .....	58
<b>Figura 9</b> <i>Proyecciones de distribución en planta</i> .....	61
<b>Figura 10</b> <i>Cargos de la empresa</i> .....	62
<b>Figura 11</b> <i>Localización</i> .....	65
<b>Figura 12</b> <i>Ventas por unidades</i> .....	67
<b>Figura 13</b> <i>Proyección de ingresos</i> .....	69

## Introducción

En el presente documento encontraremos la problemática u oportunidad del municipio de Curumani-Cesar, dando así un giro a esa problemática para emprender, teniendo en cuenta la desigualdad de género que existe en dicho municipio. Así mismo se les daría prioridad a las mujeres cabezas de hogar que no tienen una fuente de ingreso.

Por lo tanto, encontraremos el modelo de negocio y el valor social donde se mostrarán ilustraciones y tablas las cuales son explicadas mediante una breve descripción.

El propósito de esta fase es entender que ante cualquier dificultad que pase una comunidad ya sea económica, social o ecológica se debe buscar soluciones y generar cambios que nos beneficien, para ello es necesario emprender e innovar esto es una pieza clave para los proyectos sociales ya que mejoran la calidad de vida de las personas teniendo como resultado un gran impacto de cambio social en toda la comunidad.

En base a todos los datos recolectados teniendo en cuenta nuestras ventajas para el mercado y nuestros valores procedemos aplicar un modelo Canvas donde ofreceremos una perspectiva más simplificada de nuestra idea de negocio, partiendo de nuestros clientes, aliados y los recursos con los que contamos.

De esta manera se comentará de forma breve y argumentada las estrategias de marketing que hemos seleccionados para el emprendimiento el cual se basa en la elaboración y comercialización de productos de aseo con aceites reutilizados, por lo que se generaría un impacto positivo al medio ambiente con este aprovechamiento del aceite.

Por lo cual en la presente actividad encontrarán los atributos y beneficios de nuestra marca, además verán canales que hemos creado para los futuros clientes, teniendo en cuenta también los medios tradicionales como lo son los catálogos y las emisoras.

Además, encontraremos e identificaremos los recursos operativos y financieros para el emprendimiento de Jabones Máximo poder del municipio de Curumani-Cesar, dando así un giro a esa problemática para emprender, teniendo en cuenta la desigualdad de género que existe en dicho municipio. Así mismo se les daría prioridad a las mujeres cabezas de hogar que no tienen una fuente de ingreso.

Por lo tanto, encontraremos el modelo de negocio y las distintas proyecciones de venta, equipos, y materias que requiera el negocio para su implementación y fabricación.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Apoyar a las mujeres cabezas de hogar con una fuente de empleo que genere un impacto positivo a la sociedad.

### **Objetivos Específicos**

Analizar la problemática u oportunidad del municipio de Curumani-Cesar.

Establecer métodos a través del modelo design thinking para el emprendimiento de elaboración y comercialización de artículos de aseo.

Indicar de acuerdo a lo estudiado en el mercado, el impacto positivo que ofrece nuestra propuesta.

Explicar estrategias de marketing que accedan a posesionar los artículos de limpieza ante la competencia.

Realizar las proyecciones de ventas, de ingresos y de inversiones.

## **Descripción del problema u oportunidad**

Teniendo en cuenta el objetivo 5 del desarrollo social sostenible el cual trata de la desigual de género, se evidencia que en el municipio Curumani-Cesar, existen muchas mujeres la cual representa el 49.8% de la población de dicho municipio, de esta manera se puede manifestar que gran parte de las mujeres según la información recolectada en encuestas a los barrios más necesitados del municipio, a través de un enlace de encuestas y a las páginas oficiales de los programas sociales, nos damos cuenta que estas mujeres no están siendo incluidas en ningún plan que les favorezca, en cuanto a los programas sociales del gobierno, o alguna fuente de empleo, además no tienen en cuenta sus destrezas que puedan tener estas personas y que de alguna manera se puedan manifestar para que sean reconocidas y tengan la felicidad de sentirse beneficiadas, por otro lado, puedan estar recibiendo algún abono o sueldo para su sustento y el de su hogar.

Por lo cual se debe tener una ojeada a una realización el cual beneficiara a estas mujeres y sus descendencias. La idea de negocio se llamaría “elaboración de productos de aseo” el beneficio que se puede presentar, es la oportunidad de laborar en un ambiente sin discriminación, que las mujeres se sientan seguras y capaces de alcanzar lo que cada una de ellas se proponga con sus habilidades y destrezas, siendo así este un proyecto ejemplar para muchas personas.

### **La problemática a solucionar**

El desempleo; con este proyecto para empezar se convocará a 20 mujeres para que se postulen en las diferentes áreas laborales, la selección a las vacantes se harían por medio de entrevistas teniendo en cuenta las habilidades de cada persona, el rango de edad, la disponibilidad

de tiempo y sobre todo que sean mujeres cabezas de hogar, con la visión de seguir aumentando la producción de la elaboración de productos de aseo, así mismo crecer más como empresa para generar más oportunidades de empleo, ya que en la desigualdad de género hoy en día en partes administrativas es muy difícil que una mujer pueda conseguir algún ascenso en cualquier empresa, por el hecho de ser mujer y que muchas de estas mujeres no tienen un título profesional, de tal manera el emprendimiento de elaboración y comercialización de productos de aseo, se tuvo en cuenta porque el proyecto es rentable, ya que en este municipio no hay ventas de estos productos, solo hay supermercados que comercializan estos productos pero con un costo más elevado, además se ayudaría a estas mujeres a seguir adelante y sintiéndose empoderadas con este proyecto que no se mira solo por el género si no por las capacidades y habilidades que cada mujer pueda tener.

Se empezará con el enfoque de fabricación y venta de cuatro tipos de artículos de limpieza que se consideran de primera necesidad y fueron escogidas por su alto consumo y uso en los hogares.

### **Productos para comercializar**

Detergente líquido.

Jabón lava lozas.

Suavizante para la ropa.

Jabón líquido multiusos.

## **Objetivo social**

El objetivo social con este proyecto es mejorar la calidad de vida de las mujeres del municipio de Curuma ni, Cesar, desarrollarse, realizarse e impactando positivamente en ofrecer oportunidad laboral reconociendo sus derechos el cual sería una experiencia relevante y significativa ya que con la presencia de ellas se acoplaría, integraría e impondrían retos colectivos de rendimiento debido al gran compromiso y perseverancia que las mujeres hoy en día presentan; lo cual generaría un gran impacto positivo en la sociedad donde se trabajará poco a poco la tolerancia, y las habilidades a nivel social.

Las condiciones laborales que pueden tener las mujeres cabezas de hogar en este proyecto es el trabajo remoto, ya que desde casa se podrían encargarse de la publicidad a través de las redes sociales, así mismo están en la comodidad de sus hogares, además de esto se les capacitará para que puedan aprender cada proceso de la elaboración de los productos y como realizar correctamente la publicidad desde casa.

## **Mercado objetivo**

Nuestro mercado objetivo en Curumani- Cesar sería principalmente nuestra comunidad, ya que cada hogar necesita diariamente de estos productos básicos que son hoy en día los productos de aseo, siendo esto un gasto real en todos los hogares, así mismo el mercado objetivo es toda clase social, del estrato más bajo hasta el más alto, sin embargo aún más las personas con menos posibilidades ya que nuestro negocio aportará la idea de vender de poquito o la cantidad que las personas puedan comprar en ese momento, en este caso nuestro mercado va dirigido a partir de los 12 años en adelante.

### **Innovación transformadora**

Fundamentalmente esta propuesta se centra en ofertar productos de aseo sostenible, enfocándose en el envase como un empaque reutilizable, donde los clientes puedan luego de utilizar el líquido que este trae lo reutilicen comprando de nuevo solo el líquido que necesite siendo posible tenerlo por mucho tiempo y que sea en el empaque (a través de una etiqueta) es decir nuestro logo, en donde se guarde la trazabilidad de consumo por el cliente.

Esto va a permitir disminuir el impacto ambiental por el bajo consumo de envases, adicionalmente el ahorro que tendrá para el cliente, por ultimo ser competitivos en precio y accesible al público.

Dado el impacto social el proyecto pretende sensibilizar y concientizar a las personas sobre la importancia del reciclaje que ofrece beneficios muy importantes como la posibilidad de obtener nuevos productos, la mejora de la calidad de vida de los implicados y su contribución al medio ambiente.

Con la creación de una microempresa que utiliza productos reciclados para jabones líquidos, jabón de lavar loza entre otros, con esto no solo se busca publicitar si no también generar interés económico enfocado en la integridad de la mujer, lo que es una nueva visión empresarial, lo cual ayuda a reducir la tasa de desempleo en el municipio de Curumani-Cesar.

### **Modelo de negocio sostenible**

Tiene como objetivo construir y proponer un modelo de negocio sostenible, para ello se basa en datos de comportamiento de mercado de los 3 meses anteriores datos propuestos por la superintendencia de industria y comercio, donde se evidencia un aumento del gasto real en las canastas de los hogares que incluyen productos de limpieza.

Los ingresos que tendrá el proyecto serán diarios, ya que habrá ventas diarias, con ese ingreso se compraría la materia prima, se pagaría los costos variables y fijos, además nuestras mujeres tendrían un sueldo del salario mínimo, más comisión por ventas.

Su objetivo es diferenciar este modelo propuesto de los diversos productos de limpieza utilizados como productos principales en el mercado a través de conceptos impulsados por el comercio electrónico, factores de sostenibilidad y la aplicación de la economía circular mercado.

Se presente generar interés económico enfocado en la integridad de la mujer, lo que es una nueva visión empresarial, lo cual ayuda a reducir la tasa de desempleo en el municipio de Curumani-Cesar.

### **Innovación social**

Implementar mejoras para el éxito de toda una comunidad, buscando las distintas soluciones ante problemas que se puedan presentar, orientando a todas las personas que hagan parte de nuestro proyecto, que estos se comprometan con los clientes para entender sus motivaciones, emociones y forma de pensar con el fin de que juntos solucionen cada desafío que se presente.

Reconocer sus derechos a mejorar su nivel de vida, desarrollo, autorrealización e impresionar positivamente en la disponibilidad de pertinencia de empleo será una experiencia relevante e importante ya que su presencia sumará, integrará e impondrá desafíos y responsabilidades de productividad colectiva y la perseverancia que representan. Por lo tanto, esto promoverá la tolerancia a nivel humano y la aceptación de diferentes habilidades a nivel social.

Finalmente, tendrá como motivo proporcionar resultados de productos de limpieza

sostenibles para los hogares, centrarse en la salud de las personas, centrarse en modelos de negocios sostenibles además de limpieza de alta calidad; introducir el concepto de "impuesto a la pobreza" en los envases de productos respetuosos con el medio ambiente.

## **Valor social y modelo sostenible**

El Design Thinking es una metodología que considera tan importante el análisis y el raciocinio como la intuición para la resolución de problemas. Esta permite construir ideas en base a la función y a emociones. Esta metodología gira alrededor de la experiencia del usuario. Design Thinking, en español, pensamiento de diseño, es una metodología o proceso que permite o facilita la solución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios de todo tipo y sectores económicos, utilizando para ello equipos altamente motivados, la innovación y creatividad como motores.

### **Empatía**

En la primera etapa del modelo de Design Thinking consiste en una forma de llegar a todos los usuarios es que se sientan apoyados, que los escuchen, que estos sientan seguridad de que se puede solucionar cualquier dificultad por la que estén pasando, para ello nuestro proyecto no hará ninguna excepción, todos están en el derecho de exponer sus necesidades (Claro está, con el consentimiento de cada uno) al momento de hacerles la entrevista.

El proceso de Design Thinking se apoya en herramientas y técnicas que pueden usarse en una o más fases del proceso creativo. Ayudan a descubrir los insights o «hallazgos» necesarios para realizar con éxito el proyecto, ayudan a seguir un hilo conductor, y potencian la creatividad al mismo tiempo que el análisis.

En esta técnica se seleccionará un total de 10 usuarios para comenzar y conocer un poco más acerca de sus necesidades como se evidencia en la figura 1, para ello se ha creado una serie de preguntas que se pueden observar en la tabla n° 1, que se le harán a cada uno de ellos; como primera instancia se realizará un encuentro donde se citarán a cada uno de los usuarios que hagan

parte de nuestro proyecto, en este espacio se busca crear un ambiente de confianza y seguridad, nada de generar tensión y que cada uno se sienta libre al expresarse con la realidad por la que atraviesan, pero principalmente que todo un equipo este comprometido a buscar soluciones a sus preocupaciones y problemas.

Las entrevistas cualitativas se centran en obtener información de tus usuarios sobre sus experiencias reales: problemas, necesidades y deseos asociados a tu reto. Es una de las técnicas más utilizadas en el Design Thinking, durante etapa de Empatía.

### **Figura 1**

#### *Cuestionario a la comunidad*



*Fuente. Autoría Propia*

Pregunta 1. ¿Usted estaría de acuerdo con el proyecto de emprendimiento de elaboración y comercialización de productos de aseo?

Teniendo en cuenta la primera pregunta a la comunidad nos damos cuenta que, las personas de la comunidad el 100% están de acuerdo con el emprendimiento de elaboración y comercialización de productos de aseo (ver Tabla 1).

**Tabla 1***Aprobación del emprendimiento*

<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>
Si	10
No	0

*Fuente. Autores*

Pregunta 2. ¿Tienes dificultad a la hora de comprar un producto?

Tomando de referencia la charla para socializar el emprendimiento se da a conocer que 5 de cada 10 personas tienen dificultad para comprar sus productos de aseo, por lo que no saben si comprar, calidad, aroma, precio, u otros aspectos (ver Tabla 2).

**Tabla 2***Dificultad a la hora de comprar*

<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>
Si	5
No	5

*Fuente. Autores*

Pregunta 3. ¿Que buscas en un producto de aseo?

Teniendo en cuenta los datos arrojados en la encuesta, nos damos cuenta que la comunidad, prefieren, obtener productos de buena calidad y buen aroma, en lo que no les interesaría mucho su valor económico, por el hecho de la buena la calidad del producto (ver Tabla 3).

**Tabla 3***Preferencias de artículos de aseo*

<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>
Aroma	4
Calidad	4
Precio	2

*Fuente. Autores*

Pregunta 4. ¿Cada cuánto realizas mercado de productos de aseo para tu hogar?

Según la encuesta las personas mayormente compran sus productos de aseo cada 15 días, o 8 días depende el uso de los productos en sus hogares (ver Tabla 4).

**Tabla 4**

*Periodo de compra de los artículos de aseo*

<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>
8 días	4
15 días	4
Mensual	2

*Fuente. Autores*

Pregunta 5. ¿Qué productos de aseo y limpieza utilizas con más frecuencia?

**Tabla 5**

*Artículos de aseo con más frecuencia de compra*

<b>Opciones</b>	<b>Respuesta</b>
Jabón líquido	4
Desinfectante	3
Jabón lava loza	3

*Fuente. Autores*

Con todo esto se pretende lo siguientes beneficios a la comunidad: Compra minorista, calidad de vida, oportunidad de empleo, economía rendimiento.

### **Definición**

En esta parte del trabajo lo que se pretende realizar es la organización y recopilación de la mayor cantidad de información posible, de esta manera es mucho más fácil entender y obtener las ideas más pertinentes para sus clientes de forma rápida y eficaz.

## Técnica utilizada

Diagrama de Porter

### ¿Qué es? ¿Cómo es utilizada?

Esta es desarrollada por Michael Porter, es un modelo que te permite entender el mercado, desarrollar tendencias, lo cual te ayuda estratégicamente para analizar los momentos destacados de una sociedad, en este caso, la empresa productora de útiles de aseo para las mujeres de Curumani-Cesar.

Este modelo, ampara a pequeñas y grandes empresas para así mirar, el entorno dentro y fuera de la competencia, y así ir creando diferentes planes de negocios.

### Tabla 6

*Capacidad de negocio con los clientes*

Factores	Análisis
Número de compradores claves.	Los artículos para el aseo del hogar son indispensables en la canasta familiar, para ello los compradores se pueden impulsar por un producto u otro, dependiendo del precio, la calidad y el tamaño de cada uno de ellos. Se puede deducir que no hay un público determinado para la preventa o promoción de estos productos, ya que son utilizados por ambos sexos, por diferentes tipos de personalidades, y clase social, sin embargo, podemos decir, que los útiles de aseo para el hogar mayormente son comprados por mujeres cabeza de familia.
Distribución de sus compras	Los clientes distribuyen sus compras de forma equitativa, para ellos es importante mantener un balance en cuanto a costo calidad, por ello es relevante vender material de alta calidad a un precio asequible.
La estandarización incrementa el poder del comprador.	La forma de tener a todos los clientes satisfechos, en cuanto a cambiar, adaptar, o ajustar sus características ayudan a la venta de estos. La mayor parte de artículos que se están en el comercio en este momento se encuentran de una u otra manera estandarizados para las necesidades de cada cliente.

	<p>Por ejemplo:          Para las manchas - desmanchadores          Para la grasa - Desengrasantes          Para los suelos - Traperos o escobas de mejor calidad para una larga duración.          Todo esto está pensando en la necesidad de un colectivo de clientes, para así asegurar sus compras de manera definitiva.</p>
Disponibilidad de sustitutos para las existencias de la manufactura	<p>En el mercado existe una gran diversidad de materiales, en este caso, productos de aseo para el hogar, que va desde jabones en polvo hasta desinfectantes de juntas para baños o cocina, lo que esto realiza una competencia dentro de las ventas y preferencias de nuestros clientes.</p>
Costos de altibajo de los compradores	<p>Para ello, se debe contar con una variedad bastante grande, para cubrir más campo comercial.          La idea principal es mantener precios de manera asequible para nuestros clientes en una gama alta, media o baja, dependiendo de los productos que estén solicitando.</p>

**Conclusión:** Este estudio antes hecho, es de manera soluble, pues cada producto tiene un público fijo, sin embargo, los compradores optan por las diferentes posibilidades de compra de los productos de aseo (para el hogar).

**Plan para descartar barreras:** El punto de especializarnos en una sola línea de artículos dentro de la canasta familiar, en este caso, productos de aseo nos diferencia y nos ofrece diferentes oportunidades en cuanto a la comercialización de útiles de aseo.

- Los artículos de limpieza estarán avalados por las diferentes empresas para el cuidado del medio ambiente, todo esto pensando en los diferentes planes para la preservación de la fauna y la flora, ayudando así a la confiabilidad y preferencia de nuestros clientes.
- Los artículos ofrecidos por nosotros como empresa, tendrá aval del sector médico, ya que han sido monitoreados para el cuidado de la piel y así evitar posibles lesiones.
- Se realizará un chat frecuente para las dudas o solicitudes de cada cliente, todo esto teniendo en cuenta su experiencia o perspectiva en cuanto al producto vendido, todo esto enfocado en escuchar y satisfacer las necesidades de cada cliente.
- Realizar un distintivo en cada uno de nuestros empaques, para hacer una concientización en la elaboración y utilización de cada uno de los productos, para que estos sean hechos con material de fácil reciclaje, o productos reutilizados.
- Reusar recipientes mediante el llenado de este para alargar la vida útil de cada empaque o botella.
- Usar productos no tóxicos para los seres humanos o animales.

---

*Fuente.* Autores

**Tabla 7***Rivalidad entre competidores*

<b>Factores</b>	<b>Análisis</b>
Número de competidores	Dentro del mercado existen un sin número de marcas a las cuales podemos concluir como una competencia, estas son Axion, Protex, Colgate, Fab, Dwonnie, entre otras.
La homogeneidad de los competidores	Dentro de nuestra competencia, se encuentran marcas especializadas en productos de aseo personal, como Nosotras, Protex, Rexona. Otros de nuestros competidores son especializados en el cuidado de nuestra ropa, enfocándose en detergente para ropa, limpiadores, detergente líquidos, entre otros. Los anuncios y la manera tan didáctica en que lo hacen, produciendo diferentes marcas y aparte de esto, promoviéndolo de forma tan directa, logra visualizar un nivel de competitividad bastante fuerte, dejando una calificación muy alta y con mucho que opacar.
Diferenciación de productos	Dentro del comercio de productos para el cuidado del hogar, se pueden diferenciar de manera fácil y eficaz, esto se realiza en base a la calidad, los olores, colores, cantidad de equis o ye producto.
El exceso de capacidad productiva o capacidad instalada.	Estas es la capacidad de manufactura, es decir, que los clientes pueden tener una amplia promoción en cada uno de los artículos que quieran, adicional a eso se les daría una guía para la compra y el uso de estos
Costos fijos	Cada uno de los costos de productividad son fijos pero altos, ya que es una inversión de tiempo, de equipos especializados para la creación de los productos, el lugar de manufactura y el costo.

**Conclusión:** Teniendo presente esta fuerza del ejemplo de Porter, se considera alto el nivel de competencia requerido entre cada uno de los competidores, existe una gran variedad de artículos de aseo dentro del comercio.

**Planes para descartar obstáculos:** Los diferentes estudios de mercado pueden notificarnos que, si es una manufactura en desarrollo, también existe una gran amplia variedad de rivales dentro del comerciales, para poder eliminar estas marcas que amenazan el buen desarrollo de nuestra marca, dejaré las siguientes recomendaciones:

- Poner en funcionamiento un canal para la distribución de manera directa con los clientes y así reducir costos debido al pago de los distribuidores, y el alto stock a las grandes tiendas, se empezará a transmitir el concepto de limpieza sostenible.
- Línea de soporte en cuanto a las diferentes dudas en la compra o uso del producto, por parte de los clientes.
- Entender las múltiples penurias y posibilidades en base a los compradores, lo que aprueba el suministro especializado en artículos de aseo.

*Fuente.* Autores

**Tabla 8***Amenazas de productos alternos*

<b>Factores</b>	<b>Análisis</b>
Precio de los productos	Los precios deben ser en relación con el presupuesto del consumidor, deben ser productos de precio económico, ya que como son productos básicos, tienen gran demanda en la canasta familiar.
Condición de cambio de producto	Los clientes cambian de manera rápida, de un artículo a otro, por calidad, por precio, dependiendo de las diferentes especialidades en cuanto al impacto que este tiene con el medio ambiente, el empaque, la salud, entre otros factores que son importantes para la sociedad.
Uso del producto y positividad	En este tipo de mercado, existen diferentes productos, sin embargo, con las mismas características de uso.
<p><b>Conclusión:</b> Esta portabilidad es considerada moderada, ya que existen diversos tipos de productos alternativos, que varían en precio, propósito, empaque y calidad.</p> <p>Plan para descartar obstáculos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad de cada uno de los productos ofertados debe ser de alta gama para así poder generar confianza y aceptación en el comercio.</li> <li>• Siempre defender el medio ambiente y el impacto que conlleva con la producción de estos productos.</li> <li>• El servicio al cliente debe ser impecable, para obtener compradores satisfechos.</li> </ul>	

*Fuente.* Autores

**Tabla 9***Poder de negociación con los proveedores*

<b>Factores</b>	<b>Análisis</b>
Cifra de suministrador de importancia	Brenntag Productos Químicos Panamericanos Ciacomeq BASF Dow Química Quimpac
La estandarización reduce el poder de los suministradores.	Cada una de las fórmulas químicas de los artículos ofertados se encuentran estandarizadas, y los proveedores son bastante variados, todos los factores para convenir incluyen lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor.</li> </ul>

Disponibilidad de sustitutos para los productos del proveedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodo de pago.</li> <li>• Calidad de la materia prima.</li> <li>• Preocupación por el servicio.</li> <li>• Métodos de pago.</li> </ul>
Diferenciación o costo de cambio de productos de proveedores	<p>Deliberadamente se pueden encontrar diferentes proveedores alternativos en diferentes países como lo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• China.</li> <li>• Estados Unidos.</li> <li>• Japón.</li> <li>• Brasil.</li> <li>• Croacia.</li> </ul> <p>Los costos de cada una de las materias primas importadas son bastante altos, lo ideal es tratar de negociar con abastecedores locales antes de exportar de otros países.</p>
Amenaza de integración directa del abastecedor.	<p>Existe un alto potencial para que los proveedores se incorporen hacia adelante, todo esto significa un crecimiento laboral y comercial.</p>
<p><b>Conclusión:</b> Se considera sumamente alta, teniendo en cuenta la efectividad que tienen varios proveedores en cada una de las ferias, en donde se reconoce los productos químicos, recipientes de los productos, herramientas, equipo, laboratorios, provisiones que se requieren para la operación comercial, pero no se tiene en cuenta la experiencia, la negociación y la correlación que se tienen con cada uno de los proveedores.</p>	
<p><b>Plan para descartar obstáculos:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar a cabo una selección de proveedores que ayude a clasificar las mejores opciones de venta, teniendo en cuenta la calidad de la materia prima y los precios.</li> <li>• Realizar una comparación en el mercado para verificar lo antes dicho y tener mejores opciones de compra, todo esto para tomar mejores decisiones.</li> </ul>	

*Fuente.* Autores

## Tabla 10

### *Amenaza de nuevos jugadores*

Factores	Análisis
Economías de escala	La manera de producir estos productos para el aseo e higiene se hace de manera sistemática, todo esto teniendo en cuenta la estandarización que han realizado los clientes.
Requerimientos de capital	Para la elaboración de los productos de aseo, para las mujeres de Curumaní, se requiere de fondos suficientes para la inversión, con esto podemos producir e implementar las

	diferentes tecnologías de la economía verde teniendo en cuenta la agenda 2030, sobre el impacto ambiental.
Costos de cambio	Los consumidores, suelen cambiar de productos teniendo en cuenta el balance entre cantidad-calidad-precio.
Paso a canales de repartición	La publicidad es un factor clave en la diferenciación de un producto, lo que realmente ayuda a ubicarse dentro de grandes espacios y comercios.
Acceso a tecnologías avanzadas	El acceso a las diferentes tecnologías ayuda a diferenciar el empaque, y la utilización de las sustancias para la creación de artículos de aseo, en realidad se necesitan esfuerzos humanos y financieros, lo que ayuda a la diferenciación de un producto.
Efectos de la curva de aprendizaje o experiencia:	Se puede encontrar en el funcionamiento de cada uno de las guías o modelos comerciales para así, poder hacer realidad el hecho de utilizar envases con plástico reciclado o reutilizado.
Barreras gubernamentales	En esta parte, nos encontramos rediseñando el modelo de negocio para así concretar e uso de los diferentes conceptos usados.

**Conclusión:** Finalizando el análisis esta se considera media, considerando las bajas barreras de entrada para nuevos competidores.

**Plan para descartar obstáculos:**

- Realizar una inversión para promover el marketing digital, y que este se haga visible en las diferentes ventajas de reutilizar envases plásticos y así convertir nuestros productos en sostenibles.
- Implementar un canal directo para la distribución con los clientes, asesorándolos de manera personal y concisa, para así generar ventas por medio de las consultas, lo que ayuda a satisfacer necesidades y expectativas directas con los clientes.

*Fuente.* Autores

**Ideación**

Ejecutar una tecnología que nos ayude y proporcione la realización, ejecución y comercialización de artículos de aseo sostenibles para ayudar a las mujeres cabezas de hogar, aumentando las cifras y diversidad de ideas que desafíen los supuestos y conduzcan a términos progresistas en esta etapa actúa como lo haría un creativo en el proceso de diseño, a partir de una lluvia de ideas que se irán filtrando hasta encontrar la mejor solución para resolver el problema

relacionado con el dispositivo.

Para llevar a cabo esta actividad se concebirá el desarrollo y comercialización de artículos de limpieza sostenibles apoyándonos en la herramienta Scamper:

### ***Sustituir***

Teniendo en cuenta el mercado, se puede sustituir o tener como alternativas, los ambientadores ya que este artículo lo podemos reemplazar por plantas aromáticas, popurrí, incensarios, fragancias naturales, velas, y aceites esenciales. Brindándoles a nuestros clientes un nuevo producto y más natural.

Nos diferenciamos en la manera en la que se elaboran estos productos, ya que tenemos en cuenta que son creadas naturalmente sin muchos químicos, y que la mayoría de las personas por enfermedades causadas por materiales tóxicos, hoy en día prefieren los artículos del hogar y de muchas categorías naturales.

### ***Combinación***

En este caso podemos combinar vinagre y bicarbonato ya que puede servir para quitar las manchas de la alfombra, sin embargo, no solo esta combinación serviría para quitar manchas también ayuda a eliminar moho de la ropa, limpiar cañerías, dar brillo a los metales, limpiar ollas de la cocina, desinfectar hornos, y muchas funcionalidades más puede obtener esta gran combinación.

### ***Adaptación***

Lo principal es que tenemos que elegir artículos de limpieza que sean adecuados para

nuestro propio hogar y evitar aquellos que no nos resultan tan fáciles. Al utilizar productos que se adapten a nuestras necesidades, ahorraremos mucho tiempo, energía y dinero.

Teniendo en cuenta que es de suma importancia para nuestros clientes saber los beneficios que tiene nuestro proyecto de emprendimiento, lo cual uno de estos beneficios es el reciclaje ya que las personas se adaptarían a reutilizar el envase con nuestro logo y así mismo ayudar al medio ambiente, además de esto nuestros artículos tienen muchos beneficios al ser artículos elaborados con aceites utilizados en nuestros hogares.

**Beneficios como:**

Reducción de la contaminación por causa de aceites.

El sistema de saneamiento no sufrirá tantas obstrucciones.

Ahorro de materia prima y energía.

***Modificar (También Expandir y Minimizar)***

Puedes modificar o colocar más o menos materiales, como contenedores, unos más pequeños y otros más grandes, para así contar con la disposición de varios tamaños para vender nuestro producto.

Proponer otros usos: desarrollar nuevas formas de utilizar los artículos de limpieza, como reducir costes, reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, reducir el consumo de agua o perfeccionar la figura y reputación de señal de la asociación de limpieza.

***Eliminación***

Eliminamos en primer lugar los productos nocivos para la salud, minimizando los

artículos tóxicos, nocivos e irritantes.

Entonces como sabemos que empezaremos comercializando 4 artículos los cuales son:

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

Se eliminaría de nuestra categoría o de nuestra línea de artículos para el hogar el jabón líquido multiusos siendo este jabón para varios usos del hogar, lo cual es muy fuerte en cuanto a los ingredientes que este posee, este jabón contiene tripolifosfato de sodio el cual lleva alcohol lo que produce náuseas o vómitos si se llega a consumir por error, además de esto también nos encontramos con el propilenglicol el cual puede causar daños en el sistema inmunológico.

### ***Reducción***

¿Y si redujéramos la porción de artículos venenosos?

En su lugar, necesitamos usar artículos de limpieza sostenibles que ayuden a mejorar el futuro del medio ambiente y que no generen residuos nocivos para la salud.

Esta técnica de correteo ayuda a generar ideas para nuestros artículos de limpieza sostenibles. La idea es mejorarlo, y la mejor manera de hacerlo es tomar ese producto y mirarlo desde un ángulo diferente para detectar el máximo número de fallas.

### ***Mejoras Para El Proyecto***

Teniendo en cuenta la herramienta Scamper, se considera mejorar el proyecto con artículos de menos venenos, y que todos los hogares puedan adquirir este producto, por lo que es

elaborado a bases de elementos naturales, y poco uso de químicos tóxicos, además se puede implementar nuevas presentaciones del tamaño de los artículos, y que las personas puedan comprar lo que realmente necesitan, por esta razón ayudamos al medio ambiente a que reutilicen el envase con nuestro logo.

La idea es presentar nuestro proyecto en la comunidad a través de charlas y publicaciones en redes sociales, así mismo invitar a las personas a pequeñas muestras de nuestros productos y que estas mismas se den cuenta de que están hechos los artículos de aseo, según el proyecto planteado.

### **Prototipado**

Para llevar acabo nuestro proyecto de negocio elaboración de productos de aseo en Curumani-cesar, implantaremos el método de desing thinking, esto, con el fin de obtener ideas innovadoras y soluciones que puedan satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

Para nuestro prototipado crearemos un diseño en el cual se pueda dar a conocer características, beneficios, presentaciones, ubicación del lugar donde se distribuirá el producto, uso del producto y diferentes costos de cada uno de nuestros productos, entonces, para realizar lo mencionado anteriormente, utilizaremos el método de infografía, ya que se desea compartir la información de una forma visual.

***Herramienta seleccionada:*** Infografía

Figura 2

Infografía sobre Limpieza Profunda y Duradera

**LIMPIEZA PROFUNDA Y DURADERA**  
**PRODUCTOS DE ASEO**

**CARACTERISTICAS**

Nuestros productos que son los detergentes líquidos, jabón de loza, suavizantes y jaloneos líquidos multiusos, se caracterizan por ser unos productos de aseo sostenible ya que nos enfocamos en diseñar los envases en empaques reciclables, para llevar acabo esta, implementaremos máquinas dispensadoras donde se pueda recargar los diferentes productos que ofertaremos, adicional se desarrollara un plan donde se se incentiven a nuestros clientes, esto, con el fin de crear un fidelización, y así, desde nuestro proyecto aportar un granito de arena a nuestro medio ambiente.



**UBICACION**

Nuestro proyecto inicialmente se llevaria acabo en el municipio de Curumani, es un municipio de Colombia que se encuentra ubicado en el departamento del Cesar, limita al norte con chiriguana, al sur y oeste con Chimichagua, y al este con el Carmen-Norte de Santander, tiene 42.353 habitantes.



**BENEFICIOS**

- Higiene en tu hogar.
- Eliminan bacterias y ácaros.
- Mantiene un ambiente limpio
- Productos amigable para la comunidad en general.



**USO DE PRODUCTOS**

Nuestros productos lo puedes utilizar para:

- Lavado de ropa
- Lavado de baños
- Lavado de lozas
- Limpieza de vivienda



**PRESENTACION DEL PRODUCTO**

Contaremos con variedades de presentaciones de nuestros productos, en diferentes formatos y empaques variados, tales como botellas y bidules reciclables.

- Detergentes líquido : Envases de 250 ml- 500 ml- 1000ml y propinas.
- Jabón de loza líquido 1000ml- 750 ml- repuestos de 400ml
- Suavizantes 300 ml- 600 ml- 1000ml
- Jabón líquido multiuso: 500- 600- 900- 1200ml



**CONOCE NUESTROS PRODUCTOS Y TIPS DE LIMPIEZAS EN NUESTRO SITIO WEB.**  
[www.detergentescurumani.com](http://www.detergentescurumani.com)

Fuente. Autores

**Encuesta****Encuesta Paula Mercado- Ama de casa**

**¿Qué precio estarían dispuestos a cancelar por los productos de aseo?**

3.200 Jabón líquido 750 ml (X)

20.000 Jabón líquido 1000 ml ( )

40.000 pampina jabón líquido ( )

**¿Qué tan comprometido estás con el medio ambiente?**

No estoy comprometida con mi medio ambiente ( )

Siempre reciclo y reutilizo todo lo que pueda. ( )

A veces reciclo (X)

**¿Te gusta la idea de reciclar y reutilizar?**

Si me gusta. (X)

No me gusta ( )

Me da igual ( )

**¿De las degustaciones que hemos brindado y el uso que le has dado a nuestros productos que tanto los recomendarías a tus amigos, vecinos y familiares?**

Si lo recomendaría (X)

No lo recomendaría ( )

**Encuesta Liseth Márquez - Secretaria****¿Qué precio estarían dispuesto a cancelar por los productos de aseo?**

3.200 Jabón líquido 750 ml ( )

20.000 Jabón líquido 1000 ml ( )

40.000 pimpina jabón líquido (X)

**¿Qué tan comprometido estas con el medio ambiente?**

No estoy comprometida con mi medio ambiente ( )

Siempre reciclo y reutilizo todo lo que pueda (X)

A veces reciclo ( )

**¿Te gusta la idea de reciclar y reutilizar?**

Si me gusta. (X)

No me gusta ( )

Me da igual ( )

**¿De las degustaciones que hemos brindado y el uso que le has dado a nuestros productos que tanto los recomendarías a tus amigos, vecinos y familiares?**

Si lo recomendaría (X)

No lo recomendaría ( )

**Encuesta Wilmer Solano - Trabajador independiente****¿Qué precio estarían dispuesto a cancelar por los productos de aseo?**

\$3.200 Jabón líquido 750 ml (X)

20.000 Jabón líquido 1000 ml ( )

40.000 pimkina jabón líquido ( )

**¿Qué tan comprometido estas con el medio ambiente?**

No estoy comprometida con mi medio ambiente ( )

Siempre reciclo y reutilizo todo lo que pueda. ( )

A veces reciclo ( X)

**¿Te gusta la idea de reciclar y reutilizar?**

Si me gusta. (X)

No me gusta ( )

Me da igual ( )

**¿De las degustaciones que hemos brindado y el uso que le has dado a nuestros productos que tanto los recomendarías a tus amigos, vecinos y familiares?**

Si lo recomendaría (X)

No lo recomendaría ( )

**Análisis de las respuestas**

Se identificó que la comunidad presenta una afinidad con el producto y con la idea de familiarizarse con el cambio y el apoyo a productos reutilizables, además que recomendarían el producto presentado.

## Testeo

**Instrumento elegido:** Técnica Apuntes de Testeo

**Tabla 11**

*Comparación de resultados*

<b>Que funciona</b>	<b>Que se puede mejorar</b>
<p><b>Elaboración de productos de aseo:</b> investigar los materiales necesarios para la producción de los productos, diseñar los productos o sus embalajes, buscar proveedores de los materiales y de los productos acabados, desarrollar el proceso de fabricación, evaluar el costo de los productos y los costos de producción.</p> <p><b>Marketing:</b> desarrollar un plan de marketing para promover los productos, pensar en un nombre para la marca, crear un sitio web, desarrollar campañas de publicidad, establecer relaciones con distribuidores, establecer alianzas estratégicas con otras marcas.</p> <p><b>Producción:</b> establecer un sistema de gestión de la producción, asegurar la calidad de los productos, controlar los tiempos de producción, optimizar los flujos de trabajo, mejorar los procesos de producción.</p> <p><b>Costos:</b> establecer los precios de los productos, evaluar los costos de la producción, buscar alternativas para reducir los costos, optimizar los procesos y los procedimientos para mejorar la eficiencia y reducir los costos.</p>	<p><b>1. Mejora de la calidad de los productos:</b> Mejorando los detalles de los productos, como la textura, el aroma, la durabilidad y la resistencia a la humedad.</p> <p><b>2. Mejorar el marketing:</b> Utilizar estrategias de marketing más modernas para llegar a un público más amplio, como la publicidad en línea y las redes sociales.</p> <p><b>3. Optimizar la producción:</b> Utilizar métodos de producción más modernos y eficientes, como la fabricación de lotes pequeños y la automatización.</p> <p><b>4. Reducción de costos:</b> Revisar la cadena de suministro para reducir los costos, buscar proveedores más asequibles y maximizar la eficiencia en la producción.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Preguntas</b></p> <p>1. ¿Qué productos de aseo deben producirse?</p>	<p style="text-align: center;"><b>Ideas</b></p> <p>1. Establecer una estrategia de marketing en línea: Utiliza herramientas como SEO, SEM, anuncios de pago por clic, contenido de marketing y redes sociales para promover tus productos de aseo.</p>

- |  |   |
|--|---|
| 2. ¿Cuáles son los costos de producción de los productos de aseo?  | 2. Utilizar materias primas de calidad superior: Utilizar materias primas certificadas para garantizar la calidad y la seguridad de los productos de aseo.  |
| 3. ¿Cómo se debe diseñar la estrategia de marketing para los productos de aseo?                            | 3. Realizar pruebas de calidad y contar con personal cualificado: Contar con trabajadores cualificados que realicen pruebas de calidad para garantizar la seguridad y la eficacia de los productos de aseo. |
| 4. ¿Cómo se puede mejorar la calidad de los productos de aseo?   | 4. Desarrollar una estrategia de precios: Establecer precios competitivos que incluyan un margen de beneficio razonable para asegurar la viabilidad financiera del negocio.                                 |
| 5. ¿Cuáles son las formas más eficientes de distribuir los productos de aseo?                              | 5. Optimizar la producción: Utilizar maquinaria eficiente para minimizar los costos de producción y aumentar los beneficios.  |
| 6. ¿Qué canales de venta son más adecuados para los productos de aseo?                                     | 6. Invertir en publicidad: Utilizar plataformas de medios digitales para promocionar los productos de aseo.   |
| 7. ¿Cuáles son los principales factores a considerar para establecer los precios de los productos de aseo? | 7. Establecer un plan de distribución: Establecer un plan de distribución que permita llegar a los clientes de manera eficiente y rentable.   |
| 8. ¿Cómo se puede medir el éxito de los productos de aseo?   | 8. Establecer una política de devoluciones y garantías: Establecer una política de devolución y garantía para los productos de aseo para reducir el riesgo de los clientes.                                 |
| 9. ¿Cuáles son los pasos para evaluar la competitividad de los productos de aseo?                          | 9. Establecer un sistema de seguimiento: Establecer un sistema de seguimiento para controlar el estado de los pedidos y los tiempos de entrega.   |
| 10. ¿Qué recursos son necesarios para asegurar el éxito comercial de los productos de aseo?                | 10. Realizar estudios de mercado: Realizar estudios de mercado para obtener información sobre las tendencias y las preferencias de los consumidores y mejorar los productos y la estrategia de marketing.   |

---

*Fuente.* Autores

***Anotaciones:*** La elaboración de productos de aseo tiene un valor social significativo.

Estos productos ayudan a la población a mantener una higiene adecuada, lo que a su vez disminuye el riesgo de enfermedades. Esto también contribuye a mejorar la salud, la calidad de vida y la productividad de los trabajadores.

El modelo de negocio es relativamente sencillo, ya que los productos se pueden fabricar en masa y luego distribuir a minoristas o distribuidores. Además, el mercado de los productos de aseo es bastante grande y estable, lo que permite a los fabricantes obtener un buen retorno de su inversión. En general, la elaboración de productos de aseo tiene un valor social significativo y un modelo de negocio viable.

## Propuesta valor

**Tabla 12**

*Modelo Canvas*

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
1. Proveedores de materia prima. 2. Proveedores de envases de plásticos reciclables. 3. Vendedores. 4. Mujeres cabeza de hogar. 5. Aliados estratégicos (Distribuidores)	- Distribución de productos. - Plan de marketing. - Administrar artículos, para así poder llevar a cabo mensualmente un informe acerca de los productos más vendidos en nuestro negocio.	Oportunidad de empleo a las mujeres cabeza de hogar y soluciones de productos de aseo para el hogar, en donde se desea ofrecer artículos de calidad a bajo costo.  La innovación de este proyecto se centra en envases como empaques reutilizables para que las personas por el retorno de envase obtengan un descuento a la hora de llevar el producto.  De esta manera, el negocio se daría a conocer por medios de redes sociales, radio, etc. El cual indique por quienes está conformado el proyecto, quienes lo van administrar y que clase de producto se va a comercializar.	Servicio personalizado, esto se haría conociendo a los clientes y sus necesidades teniendo en cuenta la amabilidad y respeto por las opiniones de cada persona.  Bajo costo, donde el cliente se entere por medio de campañas publicitarias.  Descuento especial por publicidad, referidos, y monto de compras.  Domicilios a la región.  Set de productos de aseo, el valor de este varía depende las promociones o artículos.	Línea de aseo hogar.  Toda clase de persona sin exclusión alguna puede adquirir el producto.
<b>Recursos claves</b>			<b>Canales</b>	
Financiero. Recursos humanos. Materia Prima. Maquinaria de producción. Materia prima. Envases. Pc o celular para publicidad.			<b>Canales propios</b> Personal visitar tiendas y establecimientos. Redes para informar artículos en catálogos y novedades.  <b>Canales asociados</b> Publicidad, medios de comunicación, vallas, vehículos, jingles.	
<b>Estructura de coste</b>			<b>Fuentes de ingreso</b>	
Materia prima. Nomina. Publicidad. Distribución del producto. Salarios. Arriendo. Servicios.			- Ventas de productos de aseo. - Ingreso por ventas: Esta se genera cuando el cliente se acerca al punto a realizar su compra con los productos que necesitan en su hogar. - Ventas físicas y virtuales Manejo de facilidad de pago.	

*Nota.* Se dejan las líneas verticales internas, con el objetivo de mejorar la visualización de la tabla. *Fuente.* Autores

En la propuesta de modelo Canvas se quiere mostrar la industria de productos de aseo en el país es muy amplia. En la actualidad existen multitud de empresas nacionales e internacionales especializadas en artículos para el cuidado de la piel, cuidado personal, cosmética e higiene del hogar. Como una gran empresa internacional, encontramos que Unilever es considerada una de las primeras empresas globales en trabajar con productos como el cuidado y la higiene personal y del hogar. Colgate-Palmolive también se dedica al cuidado del hogar con sus diversos artículos. Otras empresas que trabajan en este campo incluyen Procter & Gamble, Dersa S.A., Azul K y otras.

Sin embargo, nos enfocamos en el municipio de Curumani-Cesar por la cual se daría inicio a este proyecto de elaboración y comercialización de productos de aseo, por lo que en este municipio existe mucha desigualdad de género en cuanto a las mujeres, y sería un gran emprendimiento para todas esas mujeres que quieran empezar a trabajar de manera digna y sin discriminación.

Como primera aproximación al enfoque de sostenibilidad que utilizará la empresa, se desarrolló el modelo sostenibilidad Canvas. El modelo de lienzo permite verlo y diseñarlo en una sola página estructurada en nueve elementos, este es el modelo de nuestra empresa. Lo mejor de todo es que es tan simple que se puede aplicar a cualquier escenario, ya sea una pequeña, mediana o gran empresa. Además, es útil no solo para empresas nuevas sino también para empresas establecidas. Los nueve módulos básicos según Ciguereda (2015) son los siguientes:

### **Aliados claves**

Este módulo en el trabajamos es el socio que queremos enderezar, nos permitirán tener éxito al mejorar nuestra propuesta de valor, empoderarnos y mejorar la eficiencia de nuestro

modelo de negocio. Alianzas estratégicas con proveedores de materia prima para lograr costos competitivos a través de compras regulares a granel, tiendas de barrio para distribuir artículos a través de un modelo de reposición, costos de infraestructura que optimizarán las ventas y alianzas estratégicas con líderes comunitarios para exhibir productos para negocios más allá del crecimiento personal.

### **Actividades**

Es importante enfatizar que necesitamos este módulo para obtener el producto final que hemos creado como punto de partida. Las variaciones son posibles en este cuadrante, ya que cada línea lanzada puede actuar como un cliente real de confirmación de solicitud. Entonces el proyecto es una idea viva y está en desarrollo, será un trampolín para entender cómo haremos lo que el mercado nos exige.

### **Propuesta de valor**

Esto es lo que nos diferencia. Este valor lo proporciona la capacidad de nuestra producción para responder a las necesidades del mercado y soluciones para los productos o servicios de nuestra empresa. En resumen, diseñe por qué los clientes nos compran. Por otro lado, refleja las oportunidades que tienen las mujeres con discapacidad al producir y comercializar estos artículos, de sentirse útiles y no discriminadas, de conseguir un trabajo estable.

### **Relación con el cliente**

El objetivo final es lograr la lealtad del cliente a través de productos puros y una estrategia que mejore las oportunidades de compra es la mejor manera de asegurar la permanencia

en el mercado, y un buen servicio al cliente y artículos que demuestren valor y una calidad innegable serán las claves del éxito. Aquí es donde nuestros servicios comerciales son particularmente importantes. Solo estableciendo esta relación podemos ganar una buena imagen, ser competitivos y conquistar un amplio mercado.

### **Segmentos**

Este módulo muestra que los clientes son la base principal de cualquier modelo de negocio, por lo que debemos definir el segmento de mercado al que queremos apuntar. Esto significa que necesitamos entender sus deseos, y necesidades. Esto hará que se incluyan artículos de limpieza en lugar de mantener la antigua sección de detergentes para amas de casa.

### **Recursos**

¿Qué recursos necesitamos? Su uso debe definirse en términos de objetivos a corto o largo plazo. Contar con los recursos suficientes para iniciar un proyecto siempre es una tarea importante, pero creemos 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, el trabajo es una prioridad desde el diseño del artículo hasta Para documentar el acceso a los recursos físicos, las inversiones inteligentes mantendrán la estabilidad financiera de la empresa y crearán sostenibilidad en el tiempo.

### **Costos**

El desarrollo adecuado de los procesos de fabricación será la clave para crear productos con costos de producción constantes que puedan ofrecerse a precios de venta asequibles y

competitivos sin sacrificar la calidad. Un plan de gastos bien estructurado nos permitirá como empresa alcanzar un balance financiero positivo a tiempo para invertir en lo que realmente se necesita, en lugar de destinar recursos a cosas o procesos que no agregan valor a la organización.

### **Ingresos**

Los precios competitivos en el mercado son importantes porque está claro que la cultura actual de sostenibilidad en nuestra sociedad no está completamente desarrollada y los clientes pueden rechazar precios extremadamente altos incluso si son buenos para la salud y el medio ambiente.

### **Beneficios sociales**

Como parte de los objetivos de la compañía, quiere crear valor para la sociedad, beneficiarse de diferentes perspectivas junto con el nacimiento de nuevos proyectos, influir y generar empleo no solo entre las mujeres. Además de poner al negocio en desventaja, el emprendimiento anima a otras empresas a unirse a la nueva sociedad para crear productos y concienciar a los implicados en el emprendimiento a todos los niveles.

## **Estrategias de mercadeo**

En nuestra línea de artículos de limpieza encontrarán, productos para dar un toque agradable a los espacios de los hogares, estos artículos son totalmente ecológicos ya que el envase se puede reutilizar cada vez que las personas adquieran un producto de nuestra tienda, además son aptos para reciclar.

De esta manera nuestros productos cuentan con un alto rendimiento, concentración y poderosa acción limpiadora para aplicar sobre toda clase de superficie, áreas y lavados de ropa.

### **Jabón líquido**

En el caso del jabón líquido manejaríamos presentaciones de 250ML, 500ML, 1000ML, 2000ML, y 3000ML.

#### *Características*

Jabón a base de aceites, indicado para su uso diario, y fuerte aroma.

#### *Beneficios*

Cuida de los colores, biodegradables, remueve manchas, buen aroma.

### **Jabón lava lozas**

Presentaciones de 250ML, 500ML, 750ML, y 1000ML, sus características son: jabón a base naturales, fuerte olor, espumoso.

***Beneficios***

Arranca grasas, rinde más, biodegradables, cuida tus manos, por el hecho de no llevar químicos en su elaboración, lo cual previene hongos o maltratos.

**Suavizante para la ropa.**

Este producto se venderá en diferentes presentaciones al igual que el resto, 500ML, 1000ML y 2000ML

***Beneficios***

Alta concentración de aroma en las prendas, buen aroma.

**Jabón líquido multiusos**

Los jabones multiusos tendrán las presentaciones de 500ML, 750ML, 1000ML, 2000ML, 3000ML.

***Beneficios***

Ideal para el lavado de pisos, baños y ropa, rendidor, biodegradables.

De igual manera las personas podrán comprar por detallado, es decir desde 2000 pesos en adelante con todos los productos elaborados, llevando nuestro envase cada vez que vayan a comprar nuestros productos.

## Marca, imagen y slogan del proyecto

### Figura 3

*Distintivo de la empresa*



*Fuente. Autores*

Nuestro grupo objetivo serán los hogares especialmente donde estemos ubicados, así mismo todos los hogares del municipio de Curumani-Cesar, los cuales quieran mantener sus espacios con un buen aroma y un espacio limpio, teniendo en cuenta así a las amas de casa que son las principales en cuidar sus hogares con la limpieza, además a futuro se pensaría en expandir nuestros artículos a tiendas de barrio para dar a conocer nuestra marca a nivel regional, lo cual son puntos fundamentales para nosotros ya que estos serán los que nos darán una mano para vender y dar publicidad a nuestros artículos. En estos dominios se iniciaría relacionándose el directorio en el cual están los artículos a mostrar.

Nuestra finalidad es establecer valores accesibles, cualidad y crear métodos con un mensaje comunitario y sustentable a cada consumidor. Para así localizarnos en el comercio y poco a poco desarrollar y/o ofrecer más artículos distintos y actuales.

**Tabla 13***Segmentación de mercado*

<b>Segmentación demográfica</b>	
Edad	Personas de 12 años en adelante hasta los 70 años.
Género	Hombres y mujeres.
Ingresos	Todo tipo de ingreso ya que por ser algo de suma importancia las personas destinan el dinero para la compra de estos artículos.
Ocupación	Amas de casa, y toda clase de ocupación.
<b>Segmentación conductual</b>	
Beneficios	Los beneficios de nuestros productos al segmento de mercado es el ahorro, alta concentración, quita manchas y cuidado al medio ambiente.
Usos	Diariamente.
Categoría de personas	Personas habituales y potenciales clientes.
Inclinación a la compra	Son artículos que les interesan a todas las personas para el insumo de sus hogares.
<b>Segmentaciones geográficas</b>	
Ubicación	Municipio de Curumaní-Cesar.
Área	Rural y urbano
Clima	Cálido.
Región	No tiene religión alguna.

*Fuente. Autores*

**Identificar la competencia*****Competencia directa***

**Ambiflores.** Esta organización se encuentra cerca del municipio, está ubicada en Aguachica- Cesar, la compañía también está comprometida con las mismas actividades económicas, ya que esta ofrece productos de aseo, tales como jabones, gel antibacterial, suavizante, ambientadores, entre otros.

Las presentaciones de los artículos que dicha empresa manejan son las siguientes: 150ML, 240ML, 350ML, 400ML, 800ML, 1000ML, 2000ML, 3000ML, depende el producto que las personas vallan adquirir.

Su canal de distribución es el canal largo ya que son los que elaboran comercializan y llevan tienda a tienda y por ultimo lo obtiene el cliente.

Fabricante→Mayorista→Minorista→Cliente.

En cuanto a sus precios varían depende el producto y los ML que las personas deseen comprar, sin embargo, al cliente se le dan precios de 2000 COP, hasta 15.000 COP.

**Cade.** Esta asociación se encuentra en la ciudad de Valledupar Cesar, y esta se dedica a lamisma actividad económica de elaborar y comercializar productos de aseo, los cuales son toda clase de artículos para la desinfección de los lugares, hasta el momento han llevado productos de buena calidad a los hogares.

En esta organización se fabrican los productos y son más conocidos por su canal largo de distribución ya que es una empresa que se encarga de distribuir sus productos en las tiendas de barrio.

Las presentaciones que manejan son las siguientes: 250ML, 500ML, 1000ML, 2000ML. Su canal de distribución es el siguiente:

Fabricante→Mayorista→Minorista→Clientes.

En dicha organización manejan diversos precios fijos, los cuales las personas mayoristas tienen un precio, los minoristas que serían los tenderos otro valor y por último el precio final para el cliente que es el fijo ya que vienen marcados en los envases, manejan precios desde 3000COP hasta 10.000COP.

En las autoridades municipales y su entorno circundante, podemos observar que algunas personas están comprometidas con esta actividad, pero no está legalmente compuesta de ley. Por lo tanto, no tenemos datos reales a este respecto. También se convertirán en parte de nuestra

competencia porque son productos que proporcionan necesidades de los consumidores y conducen a fondos para sus medios de vida familiares.

### ***Competencia indirecta***

La competencia indirecta consiste en productos que ahora mismo no son competidores, pero pueden lograr serlo a futuro ya que satisfacen la misma necesidad con productos diferentes o alternos, en estas empresas nos encontramos con las siguientes:

**Aseos Ltda.** Esta empresa se encuentra ubicada en Valledupar Cesar, se centra en crear jabones y detergentes para limpiar y embellecer perfumes, además también están preparados para uso en tocadores.

La empresa tiene como canal de distribución el siguiente:

Fabricante → Mayorista → minoritas → clientes.

**Aseos patriot:** La empresa se basa en lavados y limpieza en los hogares, así mismo se encarga de lavados en seco de los textiles, por lo que las personas muchas veces prefieren pagar el servicio de esta organización.

La empresa maneja varios precios a la hora de contratar sus servicios, el canal de distribución que maneja dicha empresa es el largo, como lo es:

Fabricantes → mayorista → clientes.

### **Aliados claves**

Se buscará principalmente proveedores y se evaluará las mejores opciones de compra. Por lo tanto, es muy importante buscar precio, calidad y atención, al obtener lo que se necesita. Esto es muy cauteloso porque se debe verificar la cotización proporcionada por el mercado antes

de tomar una decisión.

### **Materia prima**

Establecer un vínculo con una empresa que nos apoye en la materia prima necesaria para nuestra elaboración de artículos de aseo, como lo es el aceite utilizado, y otros aceites para recrear nuevos productos, como aceites de coco, entre otros.

### **Proveedores de envases de plásticos**

Conseguir un lazo con sociedades que fabriquen envases plásticos, con la finalidad de llevar a cabo un ejemplo de reciclamiento de plástico, que sean aprovechables y poder fabricar envases 100% reciclados.

### **Vendedores**

Contar con un grupo de vendedores mayoristas a las tiendas de barrio ya que son puntos clave del proyecto porque distribuirán productos llenando modelos para optimizarlos costos de ventas, así mismo tener en cuenta a los hogares que muy poco salen de sus hogares, llevando el producto puerta a puerta.

### **Mujeres cabezas de hogar**

Son nuestro aliado de confianza ya que somos mujeres las que empezaremos este negocio de elaborar y comercializar productos de aseo para el hogar.

## **Distribuidores**

En este caso este aliado realiza la misma función del vendedor, pero sería un aliado clave fuera del municipio llevando a conocer nuestra marca en otros corregimientos del municipio de Curumani-Cesar, como lo es en Sabana Grande, Las Vegas, San Roque entre otros.

## **Proponer estrategias de mercadeo tradicionales y digitales**

### *Estrategia de comunicación*

Para impresionar nuestro espíritu empresarial en el comercio, se definirá ilustración, logotipo y marcadores que son beneficiosos para nosotros y los compradores ya que los compradores deben ver el catálogo de los artículos. La participación de los eventos en los que se pueda participar también son importantes para darnos a conocer y así también poder vender nuestros artículos, por supuesto, debe verse que esto no traerá altos costos, por lo que nuestro negocio apenas está empezando. Además del contenido anterior, nuestro emprendimiento se atribuye a la mujer porque son las personas que más utilizan usan el producto para limpiar sus hogares. Por lo tanto, un grupo de mujeres con una variedad de habilidades y destrezas son las comandantes del proyecto. Nuestro objetivo tiene como finalidad ahorrar fondos, rendimiento del producto, limpieza, desinfección y aroma agradable.

De esta manera se mostrarán los medios de comunicación que se utilizarán:

**Emisoras.** Se pretende transmitir propagandas radiales en las emisoras locales, con lo que se pretende llegar a oyentes del territorio para empezar a dar a notar nuestro emprendimiento, o también establecer un comercial de algunos días.

**Redes sociales.** En este enfoque se pretende crear cuentas de Facebook, YouTube,

Instagram y correos electrónicos para recibir pedidos, hacer publicidad por esos medios, y además dar a notar este negocio el cual el principal objeto es la novedad y la atención a nuestro entorno, con nuestros envases reciclables.

**Catálogos.** Mostrará la presentación del emprendimiento, distintivo, la diferencia de artículos, con la finalidad de ser más sugerentes para el consumidor.

Teniendo en cuenta las estrategias de comunicación que debemos hacer el presupuesto para empezar esta labor sería de un valor de 500mil pesos, ya que estamos ubicados en un pueblo y las cosas para empezar a realizar un catálogo, crear redes sociales y pagar a las emisoras por publicidad no es tan costoso, además las redes sociales nosotros mismos las tendríamos que crear, sin embargo, en lo que más se va el presupuesto es en enviar hacer nuestro catálogo, y la publicidad en las emisoras.

**Volantes.** En este espacio se busca ir a diferentes sectores ya sea en un punto referencial o de puerta a puerta, para entregar folletos informativos sobre nuestros productos y así generar expectativas de conocernos.

**Vallas publicitarias.** Por este medio se crearán anuncios en lugares concurridos para conocernos y originar mejores expectativas de nuestro negocio.

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

La localización entre sus potenciales compradores buscará a través de noticias y radio durante varios meses para mostrar los artículos. Del mismo modo, en la comunidad municipal, se distribuirán los folletos, y la visita a los hogares de quienes decidieron principalmente comprar el producto, para mostrarles beneficios y explicarles la importancia, porque no solo los clientes serán beneficiados, sino también un equipo de damas, que con mucho trabajo y consagración elaboran y venden estos artículos para su alimento diario y su progreso unipersonal.

Estas personas están presentes para llevar a cabo cualquier pedido, atender solicitudes, yendo a citas acordadas, atendiendo llamadas y mostrando nuestras páginas web.

### ***Estrategias de diferenciación***

El negocio tendrá un sitio en línea donde el cliente le pide a un asesor personal que le entregue el artículo que necesita y el asesor programará una cita para mostrarle el catálogo disponible en ese momento. Esta persona también estará acompañada por un vendedor y tendrá acceso a la logística completa de entrega. En cuanto al inventario, el servicio de entrega es estable y rápido, con garantía bajo demanda, y el stock está siempre disponible para que los productos en oferta no se agoten rápidamente.

### **Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales**

#### ***YouTube***

En esta plataforma se pretende realizar videos cada semana, para mostrar a las personas el uso de los artículos de aseo, y así mismo mostrarles nuevas técnicas para un buen uso de los productos que manejamos, también generar nuevos suscriptores y potenciales clientes.

## Figura 4

### Canal de YouTube



*Fuente.* Autores

### Instagram

En esta app, se realizarán publicaciones de acuerdo a los productos disponibles en la tienda física, además también se notificarán concursos con otros emprendimientos para darnos a conocer en esta plataforma y obtener un poco más de seguidores, así mismo publicar información de nuestro negocio y los precios de los productos más vendidos.

## Figura 5

### Perfil de Instagram



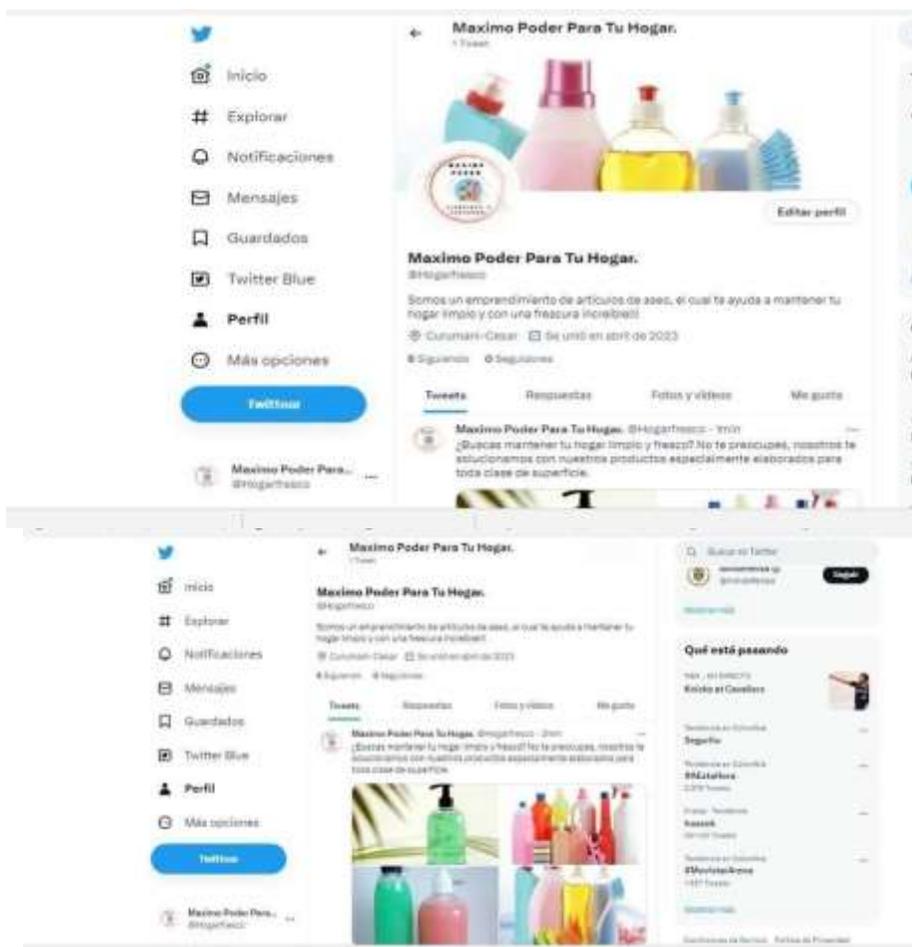
*Fuente.* Autores

### **Twitter**

Con esta herramienta se logrará dar a conocer nuestro emprendimiento a nivel nacional, ya que twitter es una app bastante reconocida y nos puede ayudar a alcanzar posibles clientes, además también se dará información de nuestro emprendimiento y de los productos a comercializar.

**Figura 6**

*Perfil de twitter*



*Fuente. Autores*

## **Facebook**

En esta página como muchos sabemos es una app que ha generado millones de seguidores y amigos en todo el mundo, por lo cual la mayoría de las personas se mantienen en contacto con sus familias y amigos, así mismo creamos esta cuenta para que las personas nos conozcan, esta cuenta está enlazada a Instagram por lo cual la información que se comparta en Instagram se publicará automáticamente en Facebook.

## Figura 7

*Perfil de Facebook*



*Fuente. Autores*

## *Página Web Wix*

<https://podermaximo828.wixsite.com/m-ximo-poder-limpiez>

## Figura 8

*Sitio web de la empresa*



## Proyección operativa y financiera

### Recursos operativos

En este punto se presenta la siguiente información:

#### *Tamaño del proyecto*

La capacidad instalada para el emprendimiento será la siguiente:

**Tabla 14**

#### *Capacidad instalada*

<b>Conceptos</b>	<b>Unidad de medida</b>
Área	75 m <sup>2</sup>
% de espacioutilizado	85%

*Fuente.* Autores

#### *Disponibilidad insumos*

Los insumos y fuentes a utilizar son los siguientes: Glicerina, moldes, esencias de aromas, bases para cosméticos, agua, alcohol, colorantes, accesorios, aceites.

Para este emprendimiento se tiene previsto contar con stock inventario y que se realice bimensualmente con el fin de reconocer la existencia, de los conjuntos o cantidad de productos que el emprendimiento tenga almacenado.

Tabla 15

*Ficha técnica del producto*

<b>Ficha técnica del producto</b>	
<b>Nombre comercial que se propone</b>	Empresa máximo poder
<b>Logo</b>	
<b>Unidades de medida</b>	Barras de jabones Liquido de jabones Suavizantes
<b>Segmentación</b>	Los beneficios de nuestros productos al segmento de mercado es el ahorro, alta concentración, quita manchas y cuidado al medio ambiente.
<b>Lugar de elaboración</b>	El lugar de elaboración es el municipio de Curumani-cesar. Dirección: Cra 37 #190-21b
<b>Teléfono o contacto</b>	Tel: 3102228123 Página web: <a href="https://podermaximo828.wixsite.com/m-ximo-poder-limpiez">https://podermaximo828.wixsite.com/m-ximo-poder-limpiez</a> Twitter: @maximopoder Facebook: Máximo poder
<b>Empaque y transporte</b>	Un: no se requiere como sustancia peligrosa. Este no es un producto peligroso bajo condiciones de transporte humano.
<b>Prestaciones sociales</b>	Seguro de salud, plan de pensiones, vacaciones, bonos de productividad.

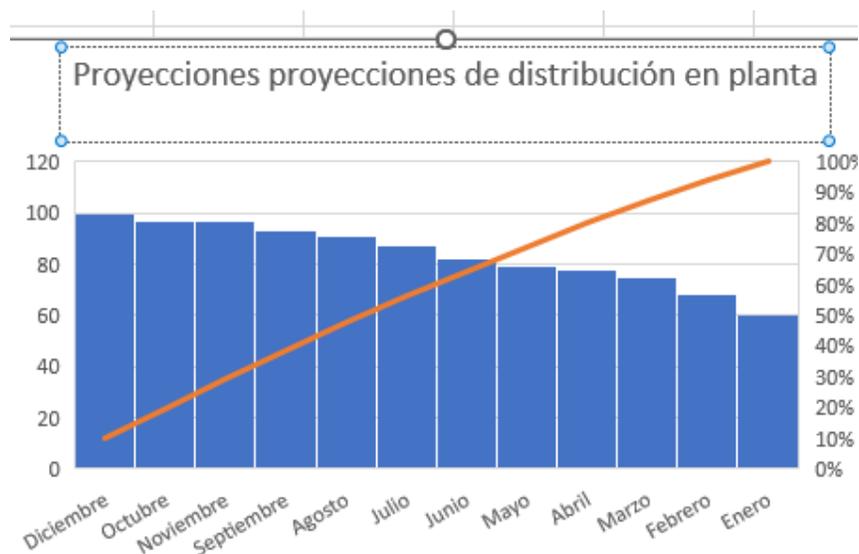
*Fuente.* Autores

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

A continuación, se realiza esta tabla con el fin de dar a conocer la maquinaria a utilizar, la cantidad y el valor aproximado de los mismos.

**Tabla 16***Descripción de maquinaria y elementos operativos*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Compresoras	2	2.600.000	5.200.000
Caldera	4	290.000	1.160.000
Rotuladores	3	1.100.000	3.300.000
Moldes	10	126.000	1.260.000
Peletizador	2	1.080.000	2.160.000
Mezclador	4	210.000	840.000
Cortadora	3	710.000	2.130.000
Selladora	3	420.000	1.260.000
Total			17.310.000

*Fuente. Autores***Figura 9***Proyecciones de distribución en planta**Fuente. Autores*

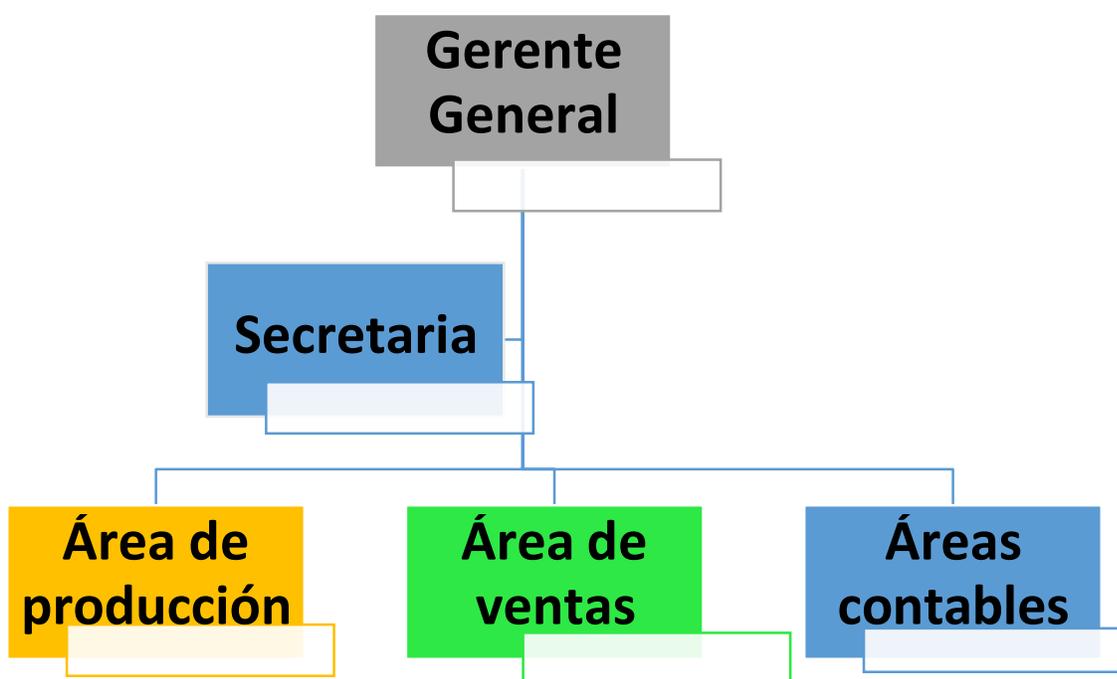
Para las proyecciones mensuales de la distribución de la planta cada mes va aumentando, ya que como al inicio apenas estamos dándonos a conocer en mercado entonces es un poco baja la distribución, pero ya para los demás meses debe ir incrementando positivamente, haciendo

énfasis en una eficiencia del 96% de la planta.

**Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos**

**Figura 10**

*Cargos de la empresa*



*Fuente. Autores*

Se establece esta estructura con la finalidad de establecer las relaciones existentes entre los niveles, funciones y actividades de la organización para lograr la máxima eficiencia en relación con los planes, procesos y objetivos planificados.

**Gerente general:** Responsable de liderar y coordinar los procesos organizacionales dirección y control con el fin de lograr los objetivos planteados.

**Secretaria:** Mantener la habilidad y eficiencia de manejar toda información que sea posible.

**Área de producción:** La creación y el montaje de los productos. Esto incluye las materias primas, los componentes, los productos acabados y el embalaje.

**Área de ventas:** Gestión de distribución, preventa, venta y postventa de productos o servicios y entrega de bienes o prestación de servicios

**Áreas contables:** Redacción de folletos y revisión de temas relacionados con la información contable y financiera de la empresa como sus estados financieros y demás.

**Tabla 17**

*Proyecciones de sueldo*

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>
Gerente general	\$2.000.000
Secretaria	\$1.380.000
Personal de producción	\$950.000
Personal de ventas	\$950.000
Personal contable	\$1.200.000

*Fuente.* Autores

**Descripción de equipos de oficina, como su nombre lo indica se relaciona los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos.**

**Tabla 18***Descripción equipos de oficina*

<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Computador	2	2.200.000	4.400.000
Impresora	1	800.000	800.000
Internet	1	180.000	180.000
Escritorio	3	400.000	1.200.000
Sillas	25	48.000	1.200.000
Ventilador	3	145.000	435.000
Alarmas	4	140.000	560.000
Cámaras	6	130.000	780.000
Celulares	2	850.000	1.700.000
<b>Total</b>			<b>\$11.255.000</b>

*Fuente. Autores***Procesos pre-operativos**

Se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.

Se requiere como requisito legal para la actividad económica que vamos a desarrollar, es importante considerar los criterios que se enumeran a continuación:

**RUT:** Control de la actividad económica que se realiza y de las obligaciones tributarias que se deben pagar al Estado

**Registro en cámara y comercio.**

**RUP:** Experiencia frente al mercado

Además de aspectos legales de la autoridad nacional de licencias ambientales (Autoridad Nacional de Licencias Ambientales).

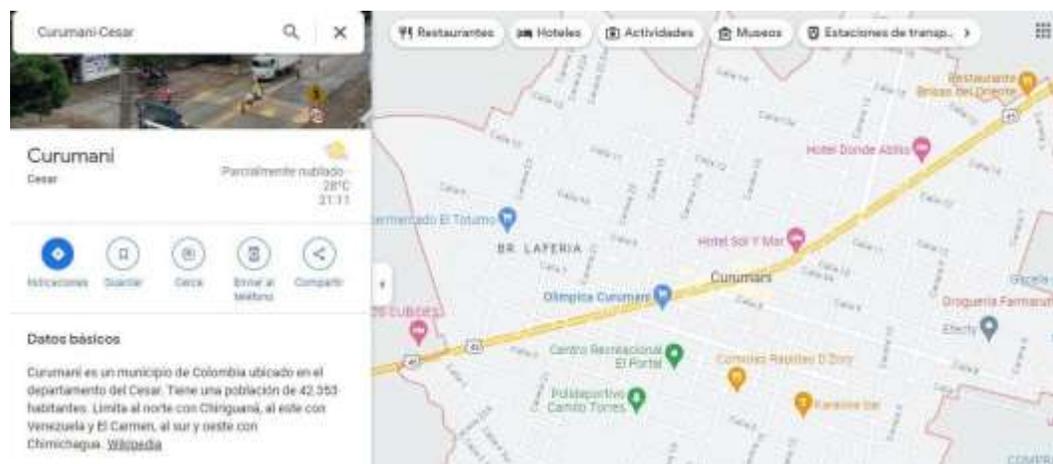
## Localización

Descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto (bien o servicio) sustentando las ventajas y desventajas.

La localización de la empresa se ejecutará en el municipio de Curumani-Cesar, este es un municipio de Colombia ubicado en el departamento del Cesar. Tiene una población de 42.353 habitantes. Limita al norte con Chiriguana, al este con Venezuela y El Carmen (Norte de Santander), al sur y oeste con Chimichagua.

## Figura 11

### Localización



*Fuente.* Google Maps- Municipio Curumaní- Cesar

### **Ventajas:**

Satisfacer las necesidades de la población.

Fácil acceso vial.

Accesibilidad de clientes con facilidad.

Se puede llegar en transporte público o privado .

Ubicación clave.

**Desventajas**

Costos de insumos.

Competencia de emprendedores.

**Proyecciones de ventas**

Para determinar los pronósticos de ventas se realizó un análisis del comportamiento de la demanda actual con el fin de determinar la cantidad de productos, bienes o servicios que están dispuestos a comprar.

**Tabla 19***Cálculo de la demanda*

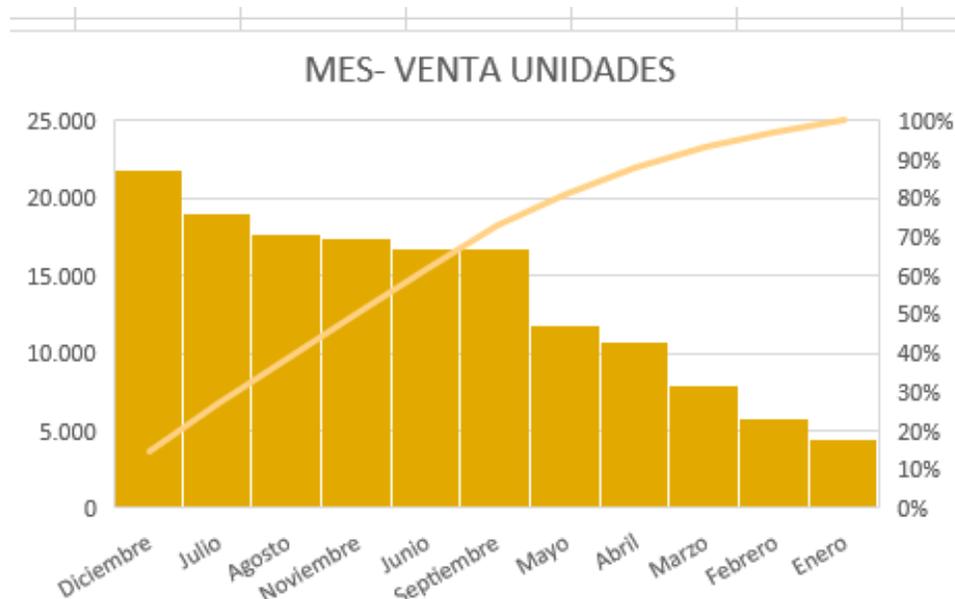
Población objetivo: Curumani, Cesar	
Consumo promedio (mensual o anual)	Mensual
Total consumo	\$180.00.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	80%
Total demanda potencial	\$110.00.000

*Fuente:* Autores

**Tabla 20***Proyecciones de ventas (unidades)*

<b>Año 1</b>	
<b>150.000 unidades</b>	
Enero	4.500 unidades
Febrero	5.800 unidades
Marzo	7.900 unidades
Abril	10.800 unidades
Mayo	11.790 unidades
Junio	16.800 unidades
Julio	18.950 unidades
Agosto	17.630 unidades
Septiembre	16.700 unidades
Noviembre	17.350 unidades
<b>Diciembre</b>	<b>21.780 unidades</b>

*Fuente.* Autores

**Figura 12***Ventas por unidades**Fuente. Autores*

Como podemos observar las proyecciones de ventas para los primeros meses será baja debido a que los productos apenas serán comercializados y conocidos por nuestros clientes, a medida del tiempo s aumentan las ventas por la calidad y las recomendaciones de los productos.

### **Precio de venta**

A continuación, se encontrará el precio de venta para el producto, con sus costos fijos y variables de la empresa y dejando un margen de utilidad, para ello se tiene en cuenta lo siguiente:

Precio medio de un producto sustituto o similar en el mercado.

Precio estimado que están dispuestos a pagar por el producto en el mercado.

Estrategias de marketing de igualación de precios.

**Tabla 21***Punto de equilibrio*

	<b>Año 1</b>
Total costos fijos	\$20.000.000
Total costos variables	\$15.000.000
Número de unidades	4
Costo total promedio unitario	\$1.200.000
Costo promedio unitario	\$1.800.000
Costo variable unitario	\$ 2.160.000
Precio de venta sin IVA	\$240.000.000
Precio de venta con IVA	\$280.000.000
Margen de utilidad promedio	\$22.00.000
Punto de equilibrio en unidades	17

*Fuente. Autores*

Para calcular la tabla de equilibrio es necesario conocer y comprender los costos fijos y variables del negocio de jabones, el precio de venta requerido y el volumen de ventas. Estos datos son necesarios para cubrir todos los costes y evitar pérdidas.

**Tabla 22***Costos Fijos*

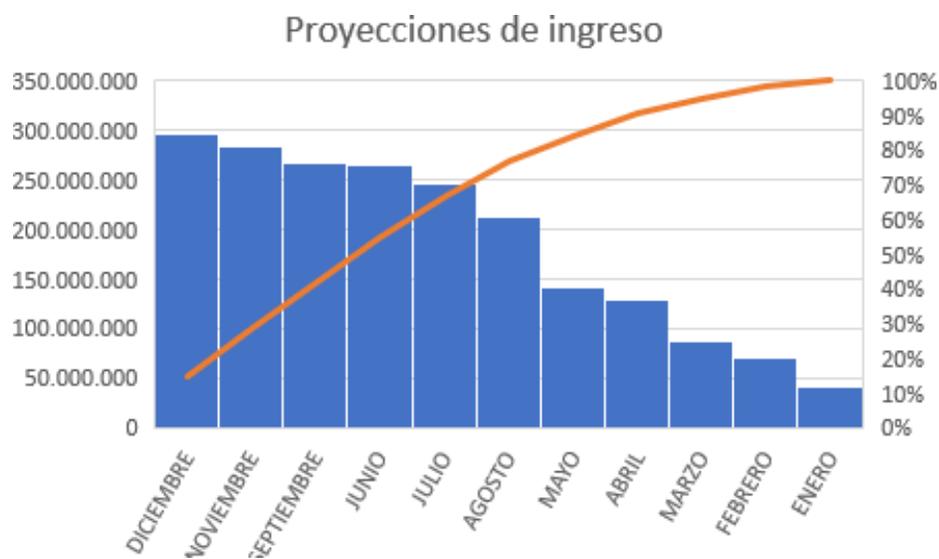
Acueducto	1.800.000
Electricidad	3.200.000
Gas	2.700.000
Internet	1.200.000
Teléfono	900.000
Papelería	1.000.000
Arriendo	4.900.000
<b>Total</b>	<b>15.700.00</b>

*Fuente. Autores*

Es importante recordar que los costos fijos no dependen de la cantidad de jabón producido y, por lo tanto, deben cubrirse incluso si el producto no se vende. Por esta razón, es importante calcular el punto de equilibrio para garantizar que el volumen de ventas sea suficiente para cubrir los costos fijos y generar una utilidad.

**Tabla 23***Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

Ventas esperadas miles											
Ítems	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	N	D
Ventas	4.500	5.800	7.900	10.800	11.790	16.800	18.950	17.630	16.700	17.350	21.780
<b>Total, ventas</b>	40.500	69.600	86.900	129.000	141.480	264.000	246.350	211.560	267.000	283.000	295.000
% de ventas a contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	80%	85%	100%
% de ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	15%	0%

*Fuente. Autores***Figura 13***Proyección de ingresos**Fuente. Autores*

**Tabla 24***Proyecciones de ingresos por ventas*

	<b>Año 1</b>
Total ventas	2.034.040.000
Descuentos por ventas	10% descuento por venta
% de ventas a contado	35%
% de ventas a crédito	35%

*Fuente. Autores*

Las proyecciones de ingresos son la herramienta de planificación y toma de decisiones más importante para un proyecto de jabón, ya que nos permiten establecer objetivos y presupuestos y evaluar la rentabilidad del crecimiento y las oportunidades.

**Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el presupuesto inicial necesario para ejecutar las operaciones diarias antes de generar suficientes ingresos para cubrir los gastos. En general, el capital de trabajo se utiliza para cubrir los siguientes gastos: Salarios de los empleados, bienes, materiales, agua, electricidad, renta del edificio, teléfono, internet, seguros, comisiones, publicidad, etc.

El capital de trabajo se encuentra trazando el flujo de efectivo mensual para el primer año financiero

**Tabla 25***Flujo de caja mensual*

<b>Ítems</b>	<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>N</b>	<b>D</b>
<b>Ingresos</b>	40.500	69.00	86.900	129.000	141.480	264.000	246.350	211.560	267.000	283.000	295.000
<b>Ventas</b>	4.500	5.800	7.900	10.800	11.790	16.800	18.950	17.630	16.700	17350	21.790
<b>Total ingresos</b>											
<b>Egresos</b>	11.300	12.500	12.800	15.700	17.980	19.875	24.600	25.658	34.870	36.987	45.980
<b>Compra material primaes insumos</b>	6.800	8.600	9.320	10.340	11.567	12.659	13.700	18.900	21.000	29.000	32.000
<b>Remuneración personal operativo</b>	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700	14.700
<b>Gastos generales de operación</b>	3.800	4.100	4.100	4.100	3.800	3.800	6.200	3.800	3.800	5.800	6.800
<b>Remuneración administrativos</b>	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480
<b>Gastos de administración</b>	2.100	1.800	1.950	2.400	2.650	2.100	1.950	1.550	1.950	2.700	2.300
<b>Gastos financieros</b>	800.000	800.000	1.200	1.400	1.600	950.000	980.000	1.200	1.200	1.200	1.000
<b>Gastos de marketing</b>	1.000	1.000	1.000	1.200	1.000	1.200	1.200	1.500	1.200	1.200	1.200
<b>Otros gastos</b>											
<b>Total egresos</b>	29.200	43.500	45.070	34.140	34.917	36.009	38.700	42.430	45.850	54.600	58.000
<b>Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)</b>	11.300	26.100	44.530	94.860	106.563	96.090	207.650	243.000	223.150	228.400	237.000

*Fuente. Autores*

Este instrumento financiero se utiliza para planificar y controlar los fondos que entran y salen del proyecto. En este caso, se elabora mensualmente para obtener una previsión financiera de los ingresos y gastos del proyecto, de forma que sea posible tomar decisiones valiosas y ganar control financiero.

## **Inversiones**

Para la inversión del emprendimiento social tenemos en cuenta los activos fijos y las instalaciones puesta en marcha para tener valor aproximado del capital del trabajo

**Tabla 26**

*Inversión total*

<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Activos fijos	Maquinaria y equipo	12.310.000
	Equipo de oficina	8.300.000
	Muebles y enseres	5.000.000
	Equipo de transporte	800.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	500.000
	Adecuación del local espacio de producción	7.000.000
	Gastos legales de constitución	6.600.000
	Marketing	3.500.000
	Arriendo	1.600.000
	Sueldos	18.000.000
Capital de trabajo		12.000.000
Total		\$63.610.000

*Fuente. Autores*

Para poder obtener la tabla de inversión se requirió los siguientes datos:

Activos a adquirir

Costos de cada activo Suma de todos los activos

Incluir todos los costos, es decir: inversión de terreno, horarios profesionales.

Fuentes de capital de inversión donde se relaciona cuáles las opciones para la conformación del dinero necesario para empezar a operar.

Se contará con capital propio para último proyecciones de costo de capital, con apoyo y fondos de cooperativas aliadas.

## Conclusión

Culminando la actividad, se puede evidenciar la propuesta elegida por parte del grupo, para así poder avanzar en cada una de las actividades así mismo se dio a conocer la problemática a solucionar, el objetivo social y la innovación transformadora que tiene el proyecto de elaboración y comercialización de productos de aseo en Curumani-Cesar, así mismo dando un ejemplo a la sociedad de 0 discriminación hacia las mujeres, ya que nosotras también podemos enfocarnos en múltiples actividades.

Teniendo en cuenta lo anterior la actividad se llevó a cabo con el fin de ser un emprendimiento innovador en Curumani Cesar, y además ser ejemplo a los negocios que dejan a la mujer a un lado por la desigualdad de género, y la discriminación por el hecho de ser mujer y creer que no pueden lograr nada o no pueden tener un trabajo digno.

Así mismo se realizó el modelo de negocio Canvas donde se refleja en cada bloque los aliados claves, las actividades que se llevaran a cabo en el proyecto establecido, los canales que se utilizaran, los recursos que tendremos y además una estructura de costos, teniendo en cuenta también la relación que se tendrán con los futuros clientes.

De esta manera dando fin a las de estrategias de marketing podemos observar las ideas que se llevaron a cabo para lograr dar a conocer nuestro emprendimiento, de esta manera se crearon varias cuentas como lo es un canal de YouTube el cual nos ayudara a obtener vistas y posibles compradores, Facebook, Twitter, Instagram los cuales nos ayudan a darnos a conocer en el municipio y a nivel nacional, de esta manera podemos aumentar de seguidores y futuros compradores, con el fin de fidelizar estos clientes.

Sin embargo, también establecimos en cómo nos posicionaremos en el comercio y que diferenciación tendríamos, además tuvimos en cuenta las estrategias tradicionales para dar a

conocer el emprendimiento, tales como; las emisoras, redes sociales y catálogos.

En definitiva, es importante disponer con claridad los recursos operativos y financieros para los distintos proyectos, emprendimientos o negocios ya que nos permite tener un mayor control y una mejor visualización de perspectiva del negocio u empresa.

Las proyecciones de ventas nos generan datos de confiabilidad y verificar el comportamiento de la empresa con el fin de realizar inversiones, compras y demás.

## Referencias

- Aguilar Morales, S., & Ocampo Carapia, L. A. (2018). *De emprendedor a empresario: Haga que su negocio ¡sea negocio!* Patria Educación.
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social*. Miguel Ángel Porrúa.
- Guerrero Pirateque, A. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. . Uniagustiniana.
- Parra Castrillón, J. E., Rosales Chávez, J., Cruz López, L., & Domínguez Arce, D. (2022). Las rutas posibles de los proyectos de innovación: un análisis de casos. *Ingenierías USBMed*, 10(1), 58-67. <https://doi.org/10.21500/20275846.3819>
- Quaranta, N. (2019). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata.