

**Gestión del marketing para el emprendimiento social de empresa de aromáticas
con máquinas dispensadoras**

Edwar Alexander Piñeros Melo

Karen Daniela Ortiz Pallares

Yessica Isabel Marrugo Montalvo

Yhon Faiber Ramos Barrios Yency

Yasnith Niño Rosas

Asesor

Sindy Lorena Nieto Jara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

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

Diplomado para tecnologías en gestión de marketing para el emprendimiento social

2023

Resumen

La falta de oportunidades para las madres cabeza de familia es un problema a nivel mundial, que no solo genera desempleo, pobreza y problemas emocionales por la falta de recursos económicos para sostener sus familias, por tal razón proponer estrategias que ayuden a mitigar esta problemática son muy importantes para lograr mejorar la calidad de vida de estas mujeres y sus familias, por lo cual se proponer un proyecto de emprendimiento social para dar solución a problemáticas u oportunidades comunitarias.

Este proyecto titulado “Proyecto de máquinas dispensadoras de aromáticas producidas en la comunidad”, tiene como objeto el mitigar la pobreza en la localidad de Engativá, logrando generar empleos a madres cabeza de hogar, logrando independencia económica, estabilidad laboral, y reduciendo la violencia intrafamiliar, obteniendo prácticas de consumo, responsable y cuidado del medio ambiente.

Palabras Claves: aromáticas; consumo responsable; generación de empleo; máquinas dispensadoras; mejoramiento de la calidad de vida; producción

Abstract

The lack of opportunities for mothers who are heads of households is a problem worldwide, which not only generates unemployment, poverty and emotional problems due to the lack of economic resources to support their families, for this reason proposing strategies that help mitigate this problem are very important to improve the quality of life of these women and their families, for which a social entrepreneurship project is proposed to solve community problems or opportunities.

This project entitled "Community-produced aromatic dispensing machines project" aims to alleviate poverty in the town of Engativá, managing to generate jobs for mothers who are heads of households, achieving economic independence, job stability, and reducing intrafamily violence, obtaining responsible consumption practices and care for the environment.

Keywords: aromatic; responsible consumption; employment generation; vending machines; Improving the quality of life; production

Tabla de Contenido

Introducción	10
Justificación.....	11
Objetivos	12
Mapa mental.....	13
Matriz de evaluación	14
Problemática a solucionar	15
Objetivo Social.....	16
Modelo de Negocio Sostenible	17
Innovación Transformadora	17
Población Identificada.....	18
Población.....	18
Espacios de Cultivo.....	19
Valor social y del modelo de negocio	21
Definición.....	22
Ideación.....	23
Prototipado	25
Testeo	25
Propuesta de valor	27
Segmento de cliente	27
Propuesta de valor	27
Canales	27
Relación con Clientes:.....	27

Fuentes de Ingresos	27
Recursos Clave.....	28
Actividades Claves.....	28
Socios Claves	28
Estructura de Costos.....	28
Estrategias de marketing	29
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado.....	29
Marca, imagen y eslogan del proyecto.....	29
Eslogan.....	29
Imagen.....	30
Grupo Objetivo del Proyecto	30
Segmentación	30
Variables de la segmentación Psicográfico.....	31
Estrategias de mercado.....	34
Estrategia de Comunicación.....	34
Beneficios y Resultados Esperados.....	34
Aumento de la Conciencia de la Marca	34
Generación de leads cualificados	35
Incremento en las Ventas	35
Estrategia de Posicionamiento	35
Propuesta de Valor Única.....	35
Estrategia de Diferenciación	36

Prototipos	37
Post Para Twitter	37
Post para Instagram	37
Post para Facebook	38
Página web	39
Recursos Operativos y Financieros	40
Instalaciones	40
Equipos.....	40
Personal	40
Costo de Personal	42
Costos y Gastos de Producción	43
Precio de Venta	44
La proyección de Ventas Anuales.....	45
Pronóstico de Venta Año 1	45
Pronostico de venta año 2	46
Pronostico de venta año 3	47
Capital de trabajo	48
Inversiones	49
Desglose de Inversión de Equipos y Maquinarias	49
Capacidad Instalada	50
Conclusiones	52
Referencias Bibliográficas	53

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Mapa Mental</i>	13
Figura 2. <i>Matriz de evaluacion</i>	14
Figura 3. <i>Mapa de ubicación del proyecto</i>	19
Figura 4. <i>Espacios de cultivos en hogares</i>	19
Figura 5. <i>Técnica de empatía, herramienta customer Journey</i>	22
Figura 6. <i>Técnica definición, herramienta perfil de usuario</i>	23
Figura 7. <i>Técnica ideación, herramienta mapa de atracción de clientes</i>	24
Figura 8. <i>Técnica prototipado herramienta prototipo en imagen</i>	25
Figura 9. <i>Técnica testeo, herramienta test de usuario</i>	26
Figura 10. <i>Propuesta de valor</i>	28
Figura 11. <i>Eslogan</i>	29
Figura 12. <i>Imagen de la empresa</i>	30
Figura 13. <i>Post para Twitter</i>	37
Figura 14. <i>Post para Instagram</i>	38
Figura 15. <i>Post para Facebook</i>	38
Figura 16. <i>Pronóstico de venta 1 año</i>	46
Figura 17. <i>Pronóstico de venta 2 año</i>	47
Figura 18. <i>Pronóstico de venta 3 año</i>	48
Figura 19. <i>Costo mensual de personal</i>	44
Figura 20. <i>Provisiones de nomina</i>	44

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Asignación de roles y perfiles de personal.</i>	41
Tabla 2. <i>Costo mensual de personal</i>	44
Tabla 3. <i>Provisiones de nomina</i>	44
Tabla 4. <i>Costos directos de fabricación</i>	44
Tabla 5. <i>Costos indirectos de fabricación</i>	44
Tabla 6. <i>Costos de producción totales</i>	44
Tabla 7. <i>Variables de capital</i>	48
Tabla 8. <i>Inversiones</i>	49

Introducción

En este documento se evidencia el análisis que se realizó en la localidad de Engativá donde va a implementar el proyecto social con mira de apoyar a la comunidad y brindar un ingreso para los hogares a madres cabeza hogar y adultos mayores en capacidad del cuidado de plantas aromáticas mitigando la pobreza y el hambre. Teniendo en cuenta uno de los objetivos más importantes la producción y consumo responsable por medio de la creación de empleos ecológicos, al involucrar empresa y comunidad por medio de construcción de infraestructura de huertas orgánicas que no dañe el medio ambiente mejorando la calidad de vida de las personas que se incluyan en este proyecto donde se permita cooperación entre productor y consumidor final.

Este emprendimiento social de desarrollo sostenible una huerta de aromáticas desde un hogar al alcance de todos por medio de máquinas dispensadoras obteniendo una bebida saludable con diferentes alternativas al gusto y con una modalidad diferente al café.

Los hogares que se integren al proyecto responderán y fomentaran el trabajo en la familia al tener al cuidado de las huertas productoras, cada hogar obtendrá un porcentaje de venta por kilogramo vendido asegurando un ingreso estable por producción.

A este proyecto se presenta el valor social del modelo de negocio junto con la propuesta de valor, se presentarán las estrategias de marketing en el mercado que se van a implementar para dar inicio a actividades, y por consiguiente poder proyectar los recursos operativos y financieros a tres años del proyecto.

Justificación

Este emprendimiento social se elabora para poder brindar empleos y oportunidad de crecimiento profesional como estudiantes que buscan innovar en la sociedad donde se convive en conjunto con la comunidad. Este proyecto social alusivo a la novación tendrá un impacto de mejorar nuestro mundo en cuanto el cambio de hábitos en las personas de forma saludable. En poder enmarcar más opciones rápidas de consumo en sitios públicos y privados con elecciones de bebidas saludables.

En cuanto a bebidas saludables que nos permitan estar activos en la vida diaria y que sean de fácil acceso podemos encontrar las infusiones té y aromáticas como análisis de algunos expertos como lo menciona Rosa Arnau que “beber café en exceso puede causar insomnio, inquietud, taquicardias, e incluso, en dosis muy elevadas, puede causar convulsiones y delirio. Hay que tener en cuenta que está contraindicado en niños, embarazadas, mujeres lactantes y personas de muy avanzada edades”. Por esto nuestro emprendimiento abre la oportunidad de brindar más opciones a estos consumidores

Este emprendimiento social brinda la oportunidad de generar ingresos a la comunidad social involucrada y a sus consumidores más alternativas para evitar las bebidas industriales procesadas.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un proyecto de emprendimiento social para dar solución a problemáticas u oportunidades comunitarias.

Objetivos Específicos

Reconocer las problemáticas y oportunidades para la generación de proyectos de emprendimiento social.

Sustentar la propuesta de emprendimiento social con componente innovador por medio del análisis del valor social y del modelo de negocio.

Analizar los costos de personal, costos y gastos de producción y comercialización de la materia prima, para lograr analizar si el proyecto es viable.

Mapa mental

En este mapa mental podremos visualizar como se adecuará el proyecto social entre máquina, personas y comunidad que participará.

Figura 1.

Mapa mental



Matriz de evaluación

Fue elegido el proyecto que propuso la compañera Yency Yasnith Niño Rosas ya que cumple con todo lo exigido por la guía de actividades.

Figura. 2

Matriz de evaluación

Idea	Iniciativa	ODS al que le aporta la iniciativa	Objeto Social (¿Cuál cambio genera?)	Modelo de negocio sostenible (¿Cuenta con una fuente de	Innovación (¿Cuál es el valor que crea?)	TOTAL	Observaciones
2	Asociación de pequeños finqueros para generar turismo y senderismo ecológico en el caño aguaclara de Villanueva Casanare.	6 Agua limpia y saneamiento 8 Trabajo decente y crecimiento económico 13 Acción por el clima 15 Vida de ecosistemas terrestres	2	2	5	9	proyecto que enfatiza en el cuidado de los recursos hídricos
3	R-5 Cesar/ Empresa de reciclaje, con personal con discapacidad	12. Producción y consumo Responsable	4	3	4	11	Ideas de recolección del producto sin generar sobre costos
4	aromática en máquina dispensadora	12. producción y consumo responsable	4	4	4	12	proyecto que invita a la participación comunitaria en pro de beneficios
5	Recioplásticos	3. salud y bienestar 12. Producción y consumo 13. acción por el clima responsable	2	4	4	10	recolección de productos que mejoran el impacto ambiental y generan ingresos.
6						0	
7						n	

Problemática a solucionar

De conformidad con los reportes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), las madres solteras en el país representan uno de los grupos poblacionales más altos, pues bajo los controles demográficos de la entidad se evidencio que de los 22 millones de mujeres que laboran en el país, 12.3 millones de ellas fueron catalogadas en este grupo.

Desde esa perspectiva, esta problemática, de la carga individual que debe asumir una mujer en su hogar, será el principal producto de este estudio y análisis con el fin de conseguir estrategias que mitiguen o brinden herramientas que facilite asumir estas responsabilidades y en tal sentido se sientan apoyadas por la empresa, con el fin que no sea necesario acudir a una renuncia y/o ausencia en el cumplimiento de sus funciones, para poder responder a un 100% por sus hijos y por su relación laboral.

El problema tiene que ver con que actualmente se presenta una alta rotación, ausentismo sin justificación y abandono al cargo de aquellas trabajadoras que son madres cabezas de familia en varias empresas en Bogotá, por lo cual las estrategias que se desarrollan en este estudio buscan solucionar esta realidad, brindando una nueva forma de poder trabajar y seguir cumpliendo con sus compromisos.

Con el desarrollo de esta la investigación, está enfocada en asumir un verdadero aprendizaje buscando ofrecer una nueva solución a los problemas laborales que enfrentan por ser madres cabeza de familia. Por tal razón, el tema seleccionado por nosotros fue por los resultados vistos en uno de los módulos durante el semestre académico y el interés personal de comprender diferentes problemáticas socioculturales. En igual sentido, lo que se busca es contribuir y fortalecer las principales causas, circunstancias y/o situaciones que motivan a las trabajadoras en calidad de mujeres cabeza de familia a buscar nuevas opciones de trabajo, ya que tienen gran influencia en el desarrollo económico, social y laboral, de esta manera se

pretende efectuar e implementar nuevas estrategias a la política de Responsabilidad Social Empresarial considerando la importancia del rol que desempeña las madres en la condición mencionada anteriormente en la sociedad y en la organización, mitigando el ausentismo, la rotación de personal y el abandono del cargo desempeñado.

En la actualidad, la mujer cabeza de hogar se ha convertido para muchos en símbolo de admiración, entrega y dedicación, por su habilidad para llevar a cabo las actividades del hogar, el trabajo y la vida educativa de manera simultánea, todo ello sobrellevando aspectos tan fundamentales como el manejo del tiempo, factor que hoy por hoy resulta imprescindible para el ser humano y su desarrollo en las diferentes facetas, en consecuencia estas estrategias no solo contribuyen a las políticas internas de la compañía sino que además logran un beneficio para la sociedad.

Objetivo Social

Nuestro Proyecto de máquinas dispensadoras de aromáticas producidas en la comunidad, tiene como objeto el mitigar la pobreza en la localidad de Engativá, logrando generar empleos a madres cabeza de hogar, logrando independencia económica, estabilidad laboral, y reduciendo la violencia intrafamiliar, obteniendo prácticas de consumo, responsable y cuidado del medio ambiente.

Ya que no solo se brinda la oportunidad a las madres de esta comunidad de tener un empleo digno, sino que también se genera la venta y comercialización de productos 100% naturales lo cual son las aromáticas del cual están hechas de plantas y semillas, el cual aporta a la salud de la persona que la consume, ya que muchas de estas son hechas de plantas medicinales y entre sus múltiples propiedades se destaca que son relajantes, antioxidantes, hidratantes y reconstituyentes. Logrando, ayudar a mantener una buena salud y a prevenir problemas como la diabetes o la hipertensión, problemas gástricos, digestivos, de la presión y

hasta problemas para dormir. Llevando estas infusiones en autoservicio a través de los dispensadores en lugares, como hospitales, centros comerciales, mini-market entre otras.

Modelo de Negocio Sostenible

Se instalarán máquinas dispensadoras en diferentes sectores de la ciudad de Bogotá donde las personas podrán realizar la compra de bebidas aromáticas saludables y 100% naturales, sus ingredientes son producidos de manera orgánica por mujeres en huertas caseras, estas máquinas serán constantemente abastecidas únicamente por dichas mujeres y se encontrarán localizadas en puntos estratégicos, como lo son: centros comerciales, edificios, establecimientos turísticos, hospitales y demás sitios que alquilen o permitan la instalación de las máquinas dispensadoras.

Por otro lado, se creará una página a nombre de la marca para que muchas personas que utilizan redes sociales conozcan el producto y al ver las máquinas dispensadoras se animen a realizar más compras. En caso de que la producción sea alta y se tenga buen éxito en ventas se realizaría ventas en tiendas virtuales enviando los productos a diferentes regiones del país.

Innovación Transformadora

Tenemos la intención con este proyecto de erradicar la pobreza extrema de la comunidad de Engativá, sobre todo de las madres cabeza de hogar, y para ello ya identificado el problema que tratamos de solucionar, creamos este proyecto de máquinas dispensadoras haciéndolo sostenible, iniciamos con una etapa de experimentación poniendo en marcha el proyecto tratando de hacerlo sostenible con el tiempo, buscando alternativas de financiación para el crecimiento del proyecto, después de resultados favorables, se tratará de expandir a más ciudades del país, creando una herramienta de trabajo para generar ingreso a las comunidades.

La innovación transformadora de esta propuesta de negocio es un grupo de madres cabeza de hogar de la población de Engativá, sin oportunidades, de bajos recursos económicos y desempleadas que deben asumir la responsabilidad de sus familias, se propone organizarse mediante una cooperativa, con responsabilidades de cultivar huertas orgánicas para plantas aromáticas, la propuesta es que las madres cabezas de hogar participantes se sientan útiles para ellos y para la comunidad, puedan direccionar sus proyectos y demuestren que a través de actividades laborales pueden cambiar su calidad de vida.

Por otra parte, se crea una cooperativa multiactiva cuya finalidad es apoyar a las madres cabezas de hogar que desean iniciar este proyecto inicialmente en sus viviendas, como medios de financiamiento para el sostenimiento del proyecto, y se brindara capacitaciones sobre el manejo del proyecto, por ejemplo, profesionales de la región pueden prestar sus servicios comunitarios en este lugar y capacitar a las personas, sobre agricultura, finanzas entre otros.

Población Identificada

Población

la población con la que se trabajara será con propietarios de vivienda que quieran tener un ingreso fijo por usar su terraza como huerta orgánica para plantas aromáticas.

Para esto se tomará la localidad de Engativá incluyendo 100 hogares para el emprendimiento social de huertas en el hogar que tengan un beneficio desde la sostenibilidad desde el punto de vista social y considerar el espacio aprovechable de los hogares para el punto económico de mejoramiento social de la comunidad Engativá.

Figura 3.

Mapa de ubicación del proyecto



Nota. Adaptado de <https://bogota.gov.co>

Espacios de Cultivo

Las personas ideales para este proyecto serán propietarios de casas de la localidad de Engativá que cuenten con una terraza o espacio al aire libre como lo muestra la figura 4.

Figura 4.

Espacios de cultivos en hogares



En el análisis del proyecto se ha identificado que esta población no cuenta con pensión ni trabajo estable, pero cuentan con una casa propia y esa casa es su sustento algunos la alquilan para generar un ingreso y otros simplemente viven en ella.

Se propone que esta población identificada será la que brinde el espacio de cultivo en su terraza para así generar un empleo a las madres cabeza de hogar, que realizaran la labor de empaquetado y deshidratación de las hojas de plantas aromáticas como producto a usar en las máquinas dispensadoras para la venta de las aromáticas.

Valor social y del modelo de negocio

Técnica de empatía herramienta customer Journey: La técnica empatía realizada al proyecto máquinas dispensadoras de aromática (AutoAromatic) se usó como método para generar ideas desde el punto de vista en que llega un cliente a la maquina dispensadora de aromáticas y ver hallazgos y poder definir la experiencia en el uso y consumo de un producto.

De esta manera se define el viaje del usuario con el mapa de experiencia del cliente según el grado de satisfacción o puntos conflictivos así podemos observar en la ilustración 4 que el cliente se observa satisfecho por encontrar esta innovadora presentación de productos a su gusto porque es una persona que no consume bebidas con cafeína y encuentra la opción de prepararse una aromática, también analizamos que como visible el usuario encuentra la información de la instrucción de uso para mejor manejo y comprensión de las maquinas lo que es un punto más de grado de satisfacción positivo.

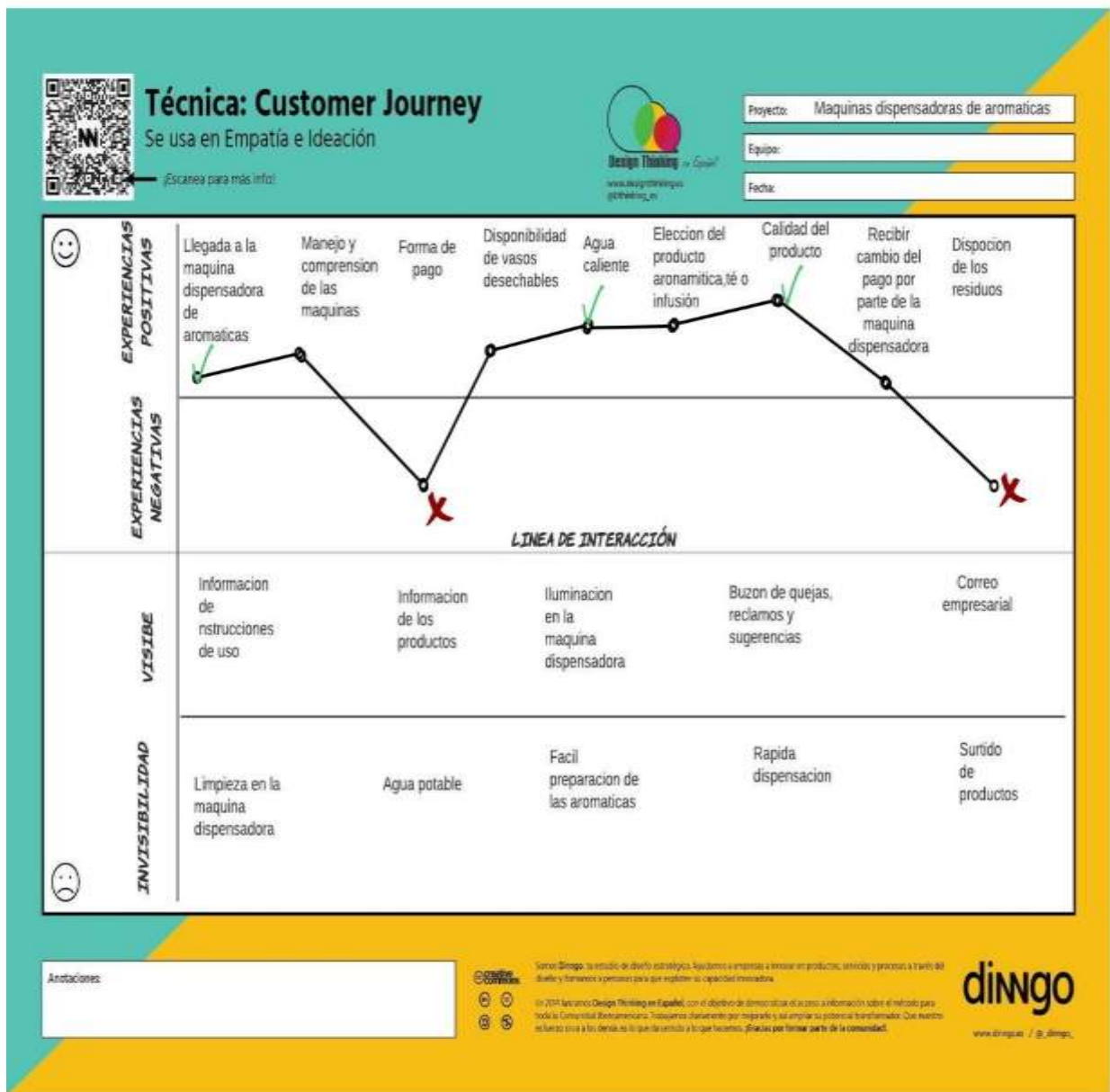
Siguiendo el recorrido el usuario al momento de ir a pagar solo observo pago en efectivo pues no hay otra forma de pagos que se observaría como un punto conflictivo. Por consiguiente, se analiza que hay grado de satisfacción por que se disponen vasos desechables de cartón que son amigables con el medio ambiente y el agua está totalmente caliente y es potable esto hace que la experiencia al cliente es positiva para calidad de producto bueno; también el cliente observa que la maquina está bien programada y devuelve sus cambio de dinero de forma correcta solo que por último se lleva un desagrado por que no encontró donde disponer de los residuos después de haber consumido su aromática.

En la línea de interacción maquina cliente, pudo observar buena iluminación, limpieza en la máquina, etiqueta de información para colocar quejas reclamos y sugerencia junto con correo para ponerse en contacto con el administrador de las maquinas dispensadora. De esta

manera el mapa de experiencia del cliente deja observar como el cliente puede evaluar lo fácil que es prepararse automáticamente una aromática con diferente surtido de producto.

Figura 5.

Técnica de empatía, herramienta customer Journey



Definición

En esta técnica de definición se ha tomado la herramienta de perfil de usuario y de esta manera se evalúa al consumidor posible como persona que habita entre la comunidad de

la localidad de Engativá Bogotá por sus gustos, personalidad y sus frustraciones que encuentra en su vida diaria como se observa en la ilustración.

Figura 6.

Técnica definición, herramienta perfil de usuario

Técnica: Perfil de usuario
Se usa en Definición
(Escanea para más info)

Proyecto: **Maquinas dispensadoras de aromaticas**
Equipo: _____
Fecha: _____

Nombre Angela Maria Moreno Torres	Bio Es Profesional en Finanzas y Comercio Alcaldesa de la localidad de engativa, Durante la semana no dispone de tiempo de realizar deporte por lo cual aprovecha tomar bebidas mas sanas .	Objetivos Trabajar para localidad de engativa Ayudar a nuevas personas Gestionar proyectos
Frase "Tomo una bebida saludable y decisiones rapidas"	Personalidad Trabajadora./exigente, Recursiva/ creativa/ organizada	Frustraciones Bebidas de poca calidad. No tolera la cafeina. Falta de opciones en bebidas calientes de forma natural. Cotidianidad .
Edad 40 Profesión Finanzas y comercio Estado Casada Ciudad Bogota Arquetipo Urbanista		

Asistencias: _____

Ideación

Se ha elegido de esta técnica de ideación la herramienta de Mapa de atracción de clientes, donde estructuramos el canal de comunicación, la promoción y venta de nuestro producto, nuestro mapa se divide en 4 momentos que son: atraer, convencer, vender y fidelizar, como podemos observar nuestro mapa es muy fiel a los objetivos principales, alcance económico y a la propuesta de valor.

Figura 7.

Técnica ideación, herramienta mapa de atracción de clientes



MAQUINAS DISPENSADORAS DE AROMATICAS.

BEBIDAS SALUDABLES.

IDEACIÓN

MAPA DE ATRACCIÓN DE CLIENTES.

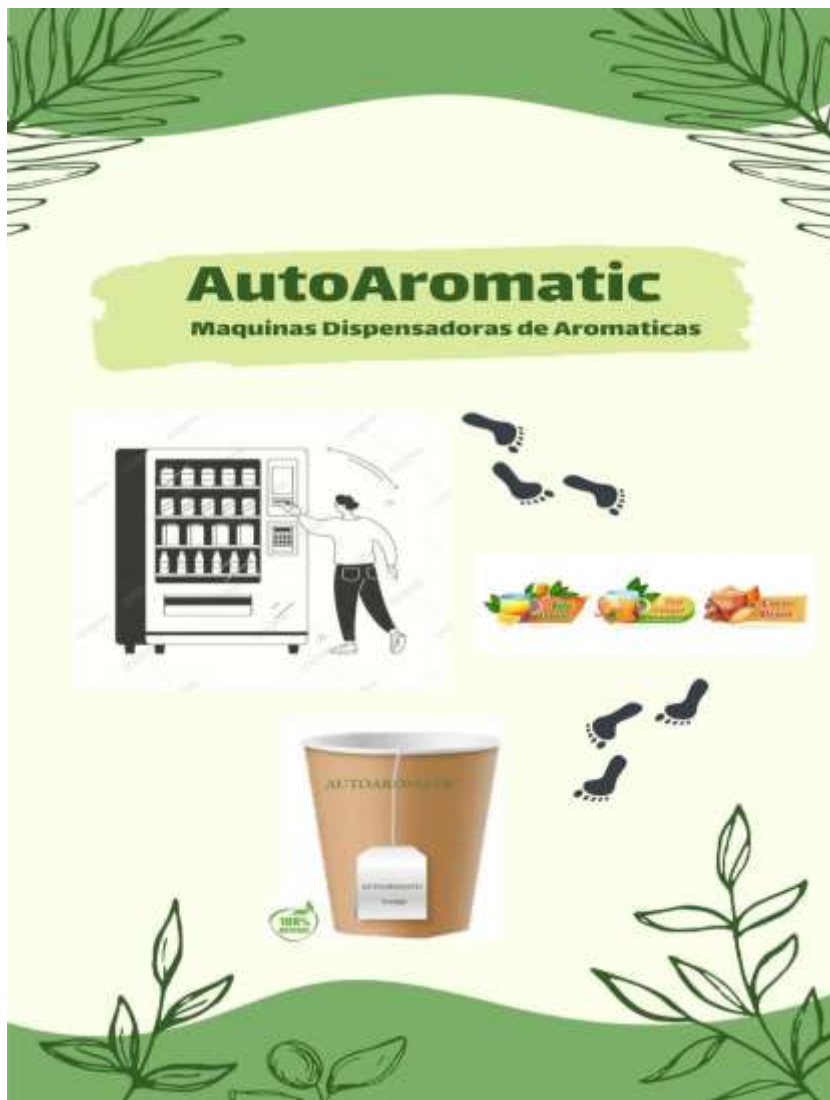
ATRAER	CONVENCER	VENDER	FIDELIZAR
REDES SOCIALES 	PROPUESTA DE VALOR	PUNTOS DE VENTA EN LUGARES ESTRATEGICOS.	BUENA EXPERIENCIA AL CONSUMIR EL PRODUCTO
VOZ A VOZ 	LOS VENEFIOS QUE SE OPTIENE EL USUARIO AL CONSUMIR UN PRODUCTO 100% NATURAL. 	VENTAS EN TIENDAS VIRTUALES.	

Prototipado

Se eligió prototipo en imagen ya que a través de este se logra una representación del servicio y producto que ofrece AUTOAROMATIC, basándonos en la virtud y calidad de nuestros productos, demostrando las características y las soluciones a través de una imagen.

Figura 8

Técnica prototipado herramienta prototipo en imagen



Testeo

En la fase de testeo tendremos como objetivo ver si la idea que hemos pensado y desarrollado finalmente obtiene el feedback deseado. También vemos cuales cosas del prototipo funcionan y cuáles no.

Para testear podemos utilizar varias herramientas para el caso de estudio del grupo utilizamos la herramienta de Test de usuarios, este test es útil para ver cómo funciona el producto que hemos prototipado. El usuario utiliza el prototipo y el equipo toma nota sobre las dificultades a las que se enfrenta. Después del testeo se sacan las conclusiones y se dan ideas para mejorar el producto.

Figura 9.

Técnica de testeo, herramienta test de usuario



Propuesta de valor

La propuesta de valor del emprendimiento social de máquinas dispensadoras de aromáticas en la localidad de Engativá se da inicio aquí porque de esta comunidad se realizará la acción social como emprendimiento donde los hogares seleccionados serán participes de ver funcionar este proyecto, para esto se elaborará como presentación el modelo CANVAS.

El modelo de CANVAS tiene 9 módulos de esta manera se simplificará el proyecto social por clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica de esta manera se describe cada uno de ellos:

Segmento de cliente

Se presenta a quien va dirigido el producto o servicio para nuestro proyecto se tendrá en cuenta tanto personas como empresas donde estará ubicado el modelo de negocio.

Propuesta de valor

Describe lo que se va a ofrecer en caso bebidas aromáticas y resalta el valor para que los clientes lo consuman y darse a conocer ante la comunidad.

Canales

En este módulo describimos como vamos a presentar el canal de venta que es por medio de máquinas dispensadoras, tiendas virtuales y voz a voz que se da en los clientes al conocer el producto.

Relación con Clientes:

Es dar a conocer como el cliente puede obtener el producto.

Fuentes de Ingresos:

Este módulo presenta de donde proviene los recursos económicos para el funcionamiento del emprendimiento.

Recursos Clave

Es donde se presenta todo el tipo de recursos utilizados para su buen funcionamiento de la empresa como maquinaria instalaciones materia prima y recursos humanos utilizados.

Actividades Claves

En este módulo presenta las actividades claves para entregar al cliente la propuesta de valor.

Socios Claves

En este módulo se presentan todas las partes involucradas para poder llevar a cabo el proyecto.

Estructura de Costos

Por último, este módulo presenta todos los costos de operación de la empresa.

Figura 10.

Propuesta de valor



Estrategias de marketing

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado.

AutoAromatic nació a partir de la necesidad de tener bebidas saludables, ya que el mercado está inundado de productos que prometen quitar la sed o hidratar a los consumidores, pero lamentablemente son causantes de muchas enfermedades ya que contienen demasiado azúcar, químicos y conservantes, también es importante resaltar que al comprar nuestros productos apoyas a madres cabeza de familia que son las que en sus huertas caseras cultivan y procesan las hierbas que luego serán utilizadas para preparar aromáticas o infusiones, este producto al ser vendido en máquinas dispensadoras te da la oportunidad de elegir cada uno de los ingredientes de tu bebida en la medida que lo desees.

Marca, imagen y eslogan del proyecto.

La marca de nuestro emprendimiento social es **Autoaromatic**

Eslogan

El eslogan que se eligió es beber bien, vivir bien es algo creativo porque estamos invitando a las personas a tomarse una bebida saludable.

Figura 11.

Eslogan



Imagen

La imagen que será visible para este emprendimiento social va alusiva entre mostrar un hogar, las plantas de aromáticas de forma cultivada mostrando las palitas, enmarcada con información clara que refleje lo que se va a vender.

Figura 12.

Imagen de la empresa



Grupo Objetivo del Proyecto

AutoAromatic dispondrá sus máquinas dispensadoras en centros comerciales, universidades, hospitales, y edificios que alquilen el espacio para la misma, entonces los consumidores serán las personas que laboren en dichos lugares, visitantes, turistas y estudiantes.

Segmentación

El tipo de segmentación que se podría aplicar al proyecto AutoAromatic de acuerdo con la actividad económica es la siguiente: Segmentación Psicográfico y geográfica.

En esta segmentación el perfil de los compradores se divide en diferentes grupos basados en su estilo de vida, personalidad o valores. Esta segmentación es la más acertada ya que los miembros de un mismo grupo demográfico o geográfico pueden presentar perfiles Psicográfico muy distintos, permitiendo, por lo tanto, analizar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona.

Variables de la segmentación Psicográfico.

Personalidad. Las personas toman decisiones de compra en función de su personalidad todo el tiempo. La personalidad abarca un amplio espectro de características, desde ser abierto y minucioso hasta ser extrovertido o introvertido.

Actitudes. Los antecedentes culturales, la familia de origen y demás factores influirán en las actitudes de los compradores.

Estilo de vida. Los especialistas de marketing buscan obtener retroalimentación para comprender mejor los problemas que enfrentan las personas. Los atletas, los empresarios, los estudiantes, los conductores de autos de carreras y las mamás que llevan a sus hijos al fútbol, tienen estilos de vida diferentes y desafíos únicos por resolver.

Variables de la segmentación geográfica

La segmentación geográfica es una división de mercado de acuerdo al lugar o zona donde se encuentren los usuarios, por ejemplo: región, país, estado, ciudad, entre otras.

Este tipo de segmentación geográfica es útil para las empresas en las que cada zona influye y registra un comportamiento de sus consumidores distinto.

Competencia. AutoAromatic al ser un emprendimiento de carácter social, en el cual se buscan fortalecer y mejorar la calidad de vida de las madres cabezas de hogar y adultos mayores de la población de Engativá, en la actualidad tiene en el mercado competencias directas e indirectas a nivel nacional. Muchas ideas o proyectos de estilo de vida saludable y

consumo de bebidas saludables y naturales apuntan a cubrir la misma necesidad y se hace necesario generar estrategias de para mantener el proyecto con buena rentabilidad. Entre las competencias a nivel nacional identificamos los siguientes:

Granaroma Ltda. es una empresa colombiana dedicada al cultivo, producción y comercialización de hierbas aromáticas, especias y condimentos deshidratados, 100% naturales, cuenta con una experiencia de 10 años en el mercado posicionándose como una de las empresas líderes a nivel Nacional.

Vermora. Es una empresa colombiana fundada en Fusagasugá en el año 2017 por dos hermanas amantes de la naturaleza, cultiva plantas aromáticas y especias desde la semilla para luego ser deshidratadas por el sol, y empacadas cuidadosamente para llevar las mejores sensaciones del campo a tu casa o tu empresa.

Aliados. Los principales aliados en este proyecto serán Empresas comercializadoras de semillas de plantas aromáticas cerca de la localidad de Engativá.

Agroaromas S.A.S. Es una empresa en Colombia, con sede principal en Chía. Opera en Producción de Todos los Demás Tipos de Cultivos Diversos sectores. La empresa fue fundada en 20 de mayo de 1997.

La actividad a la que se dedica la empresa Agroaromas S A S es Cultivo de especias y de plantas aromáticas y medicinales.

C&G Aromatics.: Es una empresa 100% colombiana dedicada a exportar aromáticas de la más alta calidad. Actualmente cuenta con la capacidad de producir diferentes variedades de Albahaca tipo exportación: Nufar, Aroma, Thai y Opal. Nuestros procesos se basan en tres premisas: calidad, sostenibilidad y garantía.

Mujeres Cabeza de Hogar. Estas mujeres cultivarán las plantas aromáticas en huertas orgánicas en sus hogares.

Empresas. entidades donde se instalarán las máquinas dispensadoras como, por ejemplo: universidades, hospitales, colegios etc.

Fabricas Productoras de Máquinas Dispensadoras. Diviso. Es el distribuidor vending de Colombia desde 2012, distribuye las marcas más reconocidas de máquinas dispensadoras del mundo para toda Colombia. Son representantes exclusivos de Rheavendors y Crane empresas de Italia y de E.E.U.U. respectivamente.

Fabricas Productoras de Bolsas Para Empaquetado. Dicmac Plásticos. Fabrica bolsas plásticas con envíos a Engativá y cualquier otro lugar del País o la ciudad. Ofrece productos de primera calidad con los más altos estándares de durabilidad a precios realmente justos.

Estrategias de mercado

Estrategia de Comunicación

Marketing de contenidos: El marketing de contenidos es una estrategia efectiva para promocionar AutoAromatic ya que consiste en crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer y retener a una audiencia específica. Así se implementaría esta estrategia:

Público objetivo

Comenzar por comprender a quién nos dirigimos. Basándonos en nuestra segmentación que es la Psicográfica, geográficas y demográfica. Por ejemplo, para AutoAromatic tendría público desde 15 años hasta los 60 años de la Localidad de Engativá teniendo presente su ingreso, estilo de vida, personalidad y antecedentes culturales se aplicaría:

Creación contenido útil y relevante: Desarrollaríamos contenido que responda a las necesidades e intereses de mis clientes. Puedes creando, videos clip o infografías que ofrezcan información sobre los beneficios de las bebidas aromáticas, recetas, consejos para elegir sabores, etc. Además, destacando las ventajas de utilizar máquinas expendedoras en términos de conveniencia, calidad, variedad y tiempo. Esta distribución y promoción del contenido: Lo haríamos diferentes canales para difundir contenido, como Facebook, Twitter e Instagram. Considerando colaborar a largo plazo con Influencers o bloggers especializados en el tema.

Beneficios y Resultados Esperados

Aumento de la Conciencia de la Marca

Al proporcionar contenido educativo y entretenido, AutoAromatic se posicionará como una referencia en el mercado de las aromáticas, lo que aumentará la conciencia de marca y la credibilidad.

Generación de leads cualificados

A través de la suscripción al boletín informativo y el seguimiento en las redes sociales, AutoAromatic podrá captar leads cualificados que puedan convertirse en clientes potenciales.

Incremento en las Ventas

Al educar a la audiencia sobre las aromáticas y mostrar cómo pueden disfrutarlas fácilmente a través de las máquinas expendedoras, se fomentará la demanda y se impulsarán las ventas.

Estrategia de Posicionamiento

En AutoAromatic queremos diferenciar la marca de la competencia, resaltando los beneficios y valores que ofrecemos a los consumidores enfatizando la calidad, variedad y naturalidad de las aromáticas e infusiones, así como el servicio rápido y personalizado que brindan las máquinas. Así se implementaría esta estrategia:

Propuesta de Valor Única

Definición de nuestra propuesta de valor: Identificando los aspectos únicos y diferenciadores de AutoAromatic. Podemos ofrecer a nuestros clientes en comparación con la competencia.

la calidad de nuestros productos, la facilidad de uso, la innovación tecnológica que ofrecemos a través de las máquinas expendedoras.

Comunicación clara de la propuesta de valor: Desarrollando mensajes de marketing y comunicación que resalten la propuesta de valor de AutoAromatic. Presentándolos en su nuestro sitio web, en los materiales de promoción, en todas las interacciones con nuestros clientes. Por Ejemplo: *“Por Cada Aromática que tomes, tu renuevas y renuevas un hogar en Colombia”*

Estrategia de Diferenciación

AutoAromatic quiere crear y mantener una relación duradera con los clientes, generando confianza, satisfacción y lealtad. La estrategia que implementaríamos sería:

Ofrecer un programa de puntos o descuentos por compras frecuentes.

Enviar boletines informativos con consejos y recetas sobre las aromáticas

Disponer de código QR en un lugar visible de la máquina expendedora, con las recetas o beneficios de las aromáticas a la salud.

Para comunicar esta estrategia, se podrían utilizar medios como: correo electrónico, mensajes de texto, llamadas telefónicas y redes sociales, con mensajes personalizados y cercanos que reconozcan y premien a los clientes. Un ejemplo de mensaje podría ser: "Gracias por elegir nuestra marca., te invitamos a suscribirte a nuestro boletín mensual, donde encontrarás consejos útiles y recetas originales para disfrutar al máximo de tus aromáticas favoritas".

Prototipos

Post Para Twitter

Se ha elaborado este creativo post para publicar en la red Twitter que de seguro al verlo nos invita a disfrutar de una aromática con el servicio que presta las máquinas dispensadoras las 24 horas por los 7 días a la semana en los lugares que se ubique esta novedosa tecnología de máquinas.

Figura 13.

Post para Twitter



Post para Instagram

Se presentará un post con 4 ilustraciones de forma informativa para dar a conocer el emprendimiento, con consejos para elegir el tipo de aromática según los cliente y sus gustos y una opción de producto nuevo que podrá adquirir al acercarse a las máquinas dispensadoras.

Figura 14.

Post para Instagram



Post para Facebook

Con el siguiente post para Facebook busca a incentivar a los usuarios a dispensar una aromática de forma fácil y saludable.

Figura 15.

Post para Facebook



Página web

En el siguiente enlace se presenta la página web de la empresa AutoAromatic brindado información de productos, promociones, canales de atención y la ubicación de las máquinas dispensadoras.

Link

La página web se puede consultar en la siguiente link

<https://miempresasocial.wixsite.com/AutoAromatic>

Recursos Operativos y Financieros

Los recursos operativos necesarios para el funcionamiento de la empresa

AutoAromatic son:

Instalaciones

Nuestro emprendimiento social contará con instalaciones propias ya que las mujeres cabeza de hogar de la localidad Engativá prestaran sus espacios o para mejor decirlo las terrazas de sus casas para cultivar las plantas en estas mismas viviendas se adecuarán espacios para el proceso de empaquetado secado y almacenamiento de las distintas clases de hierbas que se van a cosechar, esto ayudara a que no se tenga que pagar arriendo.

El lugar donde se ubicarán las máquinas dispensadoras si se sacara alquilado en puntos estratégicos de la ciudad donde haya un flujo de clientes bien numeroso.

Equipos

Al tener unas instalaciones de producción y venta, requerimos un buen número de equipos, como lo son adecuación de los invernaderos para el cultivo de plantas, maquinas empaquetadoras y de secado, y máquinas dispensadoras que para empezar serian cuatro.

Cada una de las máquinas dispensadoras tienen un valor de \$13.000.000 trece millones de pesos nuevas, en total serian \$52.000.000 cincuenta y dos millones de pesos.

Para el empaquetado de las hierbas se empezará con dos máquinas que tienen de \$500.000 QUINIENTOS MIL PESOS en total serían \$1000.000 UN MILLON DE PESOS.

Personal

Para el proyecto de AutoAromatic se realizó la asignación de roles y perfiles para el personal inicial para nuestro proyecto es:

Tabla 1.

Asignación de roles y perfiles de personal.

Perfil	Cantidad	Detalles
Gerente de Proyecto:	1	El Gerente de Proyecto lidera, planifica y coordina proyectos, asegurando el cumplimiento de objetivos, proyectando recursos y supervisando el equipo para lograr resultados exitosos.
Contador	1	El Contador es responsable de llevar a cabo las tareas de contabilidad, registros financieros, informes fiscales y análisis financiero para garantizar la integridad y precisión de la información contable de la empresa.
Conductor	1	El Conductor de Mercancías se encarga de transportar la carga de manera segura y eficiente, siguiendo las normas de tráfico y asegurando la entrega oportuna de los productos a su destino final.
Personal comunitario	3	La Mano de Obra para la Cosecha, Producción y Empaque se encarga de realizar tareas agrícolas, como cosechar, producir y empacar productos, asegurando eficiencia, calidad y cumplimiento de estándares de la empresa.
Técnico en mantenimiento de maquinas	1	El Técnico en Mantenimiento de Máquinas es responsable de realizar labores de mantenimiento, diagnóstico y reparación de maquinaria, asegurando su correcto funcionamiento y minimizando los tiempos de inactividad.
Servicio varios	1	El Personal de Servicios varios es encargado de mantener la limpieza y orden en instalaciones, áreas comunes y oficinas, realizando tareas de limpieza, recogida de basura y mantenimiento básico.
Supervisor	1	El Supervisor es responsable de supervisar y guiar a un equipo de trabajo, asegurando el cumplimiento de objetivos, resolución de problemas, comunicación efectiva y optimización de procesos para alcanzar resultados exitosos.

Nota. Esta tabla muestra los diferentes roles de personal para la empresa AutoAromatic.

Costo de Personal

En esta planilla encontramos los costos mensuales que nos generaría el personal por salarios y prestaciones sociales de acuerdo a nuestras actuales leyes laborales.

Figura 16

Costo mensual de personal.

Nombre del empleado	Devengado					Deducciones			Neto pagado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	
GERENTE	2.320.000	30	2.320.000	140.606	2.460.606	92.800	92.800	-	2.275.006
CONTADOR	1.500.000	30	1.500.000	140.606	1.640.606	60.000	60.000	-	1.520.606
SUPERVISOR	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
CONDUCTOR	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
MANO DE OBRA 1	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
MANO DE OBRA 2	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
MANO DE OBRA 3	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
TECNICO DE MANTENIMIENTO	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
SERVICIOS VARIOS	1.160.000	30	1.160.000	140.606	1.300.606	46.400	46.400	-	1.207.806
		-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-
Totales			11.940.000	1.265.454	13.205.454	477.600	477.600	-	12.250.254

Figura 17.

Provisiones de nómina

Provisiones de nómina a cargo del empleador.	
Aportes a pensión	1.432.800
Aportes a salud	-
Aportes a riesgos laborales	62.327
Sena	-
Icbf	-
Cajas de compensación	477.600
Prima de servicios	1.100.014
Cesantía	1.100.014
Intereses sobre cesantías	132.002
Provisión de vacaciones	497.898
Total provisiones	4.802.655

En total los gastos de personal son de \$17.052.909 pesos mensuales.

Costos y Gastos de Producción

Los costos de producción son una herramienta clave para que los emprendimientos puedan conocer sus finanzas y tomar decisiones, en caso de necesitar cambiar el rumbo o encontrar oportunidades de mejora.

Los costos de producción de la empresa AutoAromatic están divididos en costos directos e indirectos.

Tabla 2.

Costos directos de fabricación.

Producto	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Total
Sustrato	kilos	20	13.000	260.000	3.120.000
Solución de Fertilizante	Unidad.	8	6.000	48.000	576.000
Compostaje	Bulto	20	9.000	180.000	2.160.000
Desinfección de suelos	Bulto	8	14.200	113.600	1.363.200
Regulador de Crecimiento	litro	20	5.500	110.000	1.320.000
Semilla Manzanilla	Gramos	30	24.200	726.000	8.712.000
Semilla Orégano	Gramos	20	14.000	280.000	3.360.000
Semilla Caléndula	Gramos	20	25.000	500.000	6.000.000
Bolsas de Papel	Unidad	1.000	50	50.000	600.000
Papel Filtro	Rollo	3	120.000	360.000	4.320.000
Hilo Cáñamo	Rollo	2	30.000	60.000	720.000
Total				2.687.600	32.251.200

Nota. La tabla muestra los costos de insumos y materia prima para producción de plantas aromáticas

Tabla 3*Costos indirectos de fabricación*

Servicio	Periodo	Costo Mes	Costo Año Total
Energía Eléctrica	Mensual	510.000	6.120.000
Acueducto y Alcantarillado	Mensual	80.000	960.000
Teléfono	Mensual	120.000	1.440.000
Útiles y Papelería	Mensual	150.000	1.800.000
Total		860.000	10.320.000

*Nota. La tabla muestra los costos de fabricación para producción de plantas aromáticas.***Tabla 4***Costos de producción totales.*

Descripción	Valor Total
Costo Materia Prima	32.251.200
Costos Indirectos de Fabricación	10.320.000
Total	42.571.200

Nota. La tabla muestra la totalización de los costos de producción.

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Total de Fabricación}}{\text{Unidades a Producir}}$$

Unidades a Producir

$$\text{CVU} = \frac{42.571.200}{42.200} = 1.000$$

42.200

Precio de Venta

El precio de venta es aquel importe que debe desembolsar el consumidor al vendedor para poder adquirir un determinado bien, ya sea éste tangible o intangible.

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Margen de Utilidad}}$$

Margen de Utilidad

Margen de Utilidad calculado para el precio de venta es de 67%

$$PV = \frac{1.000}{1 - 0.67} = 3000$$

$$1 - 0.67$$

La proyección de Ventas Anuales

Pronóstico de Venta Año 1

El método visionario es el más subjetivo y menos preciso de los métodos cualitativos, pero nos permite en este proyecto generar un pronóstico a largo plazo de 3 años; emitiendo un juicio como persona cuya visión se proyecta con este emprendimiento mostrando una visión a largo plazo.

Lo que se quiere mostrar es el cálculo de ventas estimando el precio unitario de \$3000 pesos valor de una aromática en la máquina dispensadora para los clientes y valor de costo por la producción de 1 aromática se preve a un valor de \$1000 pesos colombianos, si calculamos que al mes nuestra máquinas pueden vender valores calculados en el mes como muestra en el mes enero 884 la sumatoria de los 3 productos multiplicados por las 4 máquinas que se proponen instalar para generar las ventas a un periodo de 3 años e igualmente para los 12 meses se visionan cantidades de venta de aromáticas, té y infusiones así podemos visualizar la previsión de ventas y el costo de ventas previsto.

Según esta figura 16 se calcula una cantidad de producto vendido de 42.088 unidades vendidas entre todas 4 máquinas.

Figura 18.

Pronóstico de venta 1 año

Denominación	P. Venta	Coste	Margen B.	PRONOSTICO AÑO 1												TOTAL MAQUINAS	
				Total año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
1- Previsión de ventas en unidades				42.068	884	1.002	950	825	787	750	854	1.016	845	901	1.010	693	4
AROMATICAS	3.000,00	1.000,00	2.000,00	17.292	434	389	400	350	500	230	334	336	340	350	400	260	
TE	3.000,00	1.000,00	2.000,00	11.992	200	333	260	250	260	230	250	400	215	220	280	100	
INFUSION	3.000,00	1.000,00	2.000,00	12.784	250	280	290	225	27	290	270	280	290	331	330	333	
			0,00	0													
			0,00	0													
			0,00	0													
2- Previsión de ventas (facturación)				126.204.000	2.652.000	3.006.000	2.850.000	2.475.000	2.361.000	2.250.000	2.562.000	3.048.000	2.535.000	2.703.000	3.030.000	2.079.000	
AROMATICAS	3.000,00			51.876.000	1.302.000	1.167.000	1.200.000	1.050.000	1.500.000	690.000	1.002.000	1.008.000	1.020.000	1.050.000	1.200.000	780.000	
TE	3.000,00			35.976.000	600.000	999.000	780.000	750.000	780.000	690.000	750.000	1.200.000	645.000	660.000	840.000	300.000	
INFUSION	3.000,00			38.352.000	750.000	840.000	870.000	675.000	81.000	870.000	810.000	840.000	870.000	993.000	990.000	999.000	
3- Costo de las ventas previsto				42.068.000	884.000	1.002.000	950.000	825.000	787.000	750.000	854.000	1.016.000	845.000	901.000	1.010.000	693.000	
AROMATICAS		1.000,00		17.292.000	434.000	389.000	400.000	350.000	500.000	230.000	334.000	336.000	340.000	350.000	400.000	260.000	
TE		1.000,00		11.992.000	200.000	333.000	260.000	250.000	260.000	230.000	250.000	400.000	215.000	220.000	280.000	100.000	
INFUSION		1.000,00		12.784.000	250.000	280.000	290.000	225.000	27.000	290.000	270.000	280.000	290.000	331.000	330.000	333.000	
				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Rendimiento Ejercicio		2024
Previsión de ventas en unidades		42.068
Previsión de ventas (facturación)		126.204.000
Coste de las ventas previsto		42.068.000
	Precio medio	3.000,00
	Margen bruto	66,67%

Pronóstico de venta año 2

Para el año 2 se pronostica vender 43.244 unidades de producto en máquinas dispensadoras para un valor de \$ 129.732.000 y el costo de ventas previsto es \$43.244.000 millones de pesos colombianos.

Figura 19.

Pronóstico de venta año 2

Denominación	P. Venta	Coste	M	COSTE Sólo lo cada u	TOTAL MAQUINAS	Total año 2	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
1- Previsión de ventas en unidades						4	43.244	911	1.007	858	808	1.038	763	860	1.017	855	981	930	783
AROMATICAS	3.000,00	1.000,00		2.000,00		17.292	434	389	400	350	500	230	334	336	340	350	400	260	
TE	3.000,00	1.000,00		2.000,00		12.736	277	338	268	258	268	235	251	399	220	260	220	190	
INFUSION	3.000,00	1.000,00		2.000,00		13.216	200	280	190	200	270	298	275	282	295	371	310	333	
				0,00															
				0,00															
				0,00															
2- Previsión de ventas (facturación)							129.732.000	2.733.000	3.021.000	2.574.000	2.424.000	3.114.000	2.289.000	2.580.000	3.051.000	2.565.000	2.943.000	2.790.000	2.349.000
AROMATICAS	3.000,00					51.876.000	1.302.000	1.167.000	1.200.000	1.050.000	1.500.000	690.000	1.002.000	1.006.000	1.020.000	1.050.000	1.200.000	780.000	
TE	3.000,00					38.208.000	831.000	1.014.000	804.000	774.000	804.000	705.000	753.000	1.197.000	660.000	780.000	660.000	570.000	
INFUSION	3.000,00					39.648.000	600.000	840.000	570.000	600.000	810.000	894.000	825.000	846.000	885.000	1.113.000	930.000	999.000	
3- Costo de las ventas previsto							43.244.000	911.000	1.007.000	858.000	808.000	1.038.000	763.000	860.000	1.017.000	855.000	981.000	930.000	783.000
AROMATICAS		1.000,00				17.292.000	434.000	389.000	400.000	350.000	500.000	230.000	334.000	336.000	340.000	350.000	400.000	260.000	
TE		1.000,00				12.736.000	277.000	338.000	268.000	258.000	268.000	235.000	251.000	399.000	220.000	260.000	220.000	190.000	
INFUSION		1.000,00				13.216.000	200.000	280.000	190.000	200.000	270.000	298.000	275.000	282.000	295.000	371.000	310.000	333.000	

Rendimiento Ejercicio		2026
Previsión de ventas en unidades		41.272
Previsión de ventas (facturación)		123.816.000
Coste de las ventas previsto		41.272.000
Precio medio		3.000,00
Margen bruto		66,67%

Pronóstico de venta año 3

Para el año 3 se pronostica vender 41.272 unidades de producto en máquinas dispensadoras para un valor de \$ 123.816.000 y el costo de ventas previsto es \$41.272.000 millones de pesos colombianos.

Figura 20.

Pronóstico de venta año 3.

				PRONOSTICO AÑO 3												
Denominación	P. Venta	Coste	Margen B.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	total año 3
1- Previsión de ventas en unidades				774	1.052	954	860	1.035	785	866	738	820	861	880	693	41.272
AROMATICAS	3.000,00	1.000,00	2.000,00	234	420	350	350	500	258	338	38	315	310	270	260	14.572
TE	3.000,00	1.800,00	2.000,00	290	344	305	255	260	230	250	400	215	220	280	100	12.596
INFUSION	3.000,00	1.800,00	2.000,00	250	288	299	255	275	297	278	300	290	331	330	333	14.104
			0,00													
			0,00													
			0,00													
2- Previsión de ventas (facturación)				2.322.000	3.156.000	2.862.000	2.580.000	3.105.000	2.355.000	2.598.000	2.214.000	2.460.000	2.583.000	2.640.000	2.079.000	123.816.000
AROMATICAS	3.000,00			702.000	1.260.000	1.050.000	1.050.000	1.500.000	774.000	1.014.000	114.000	945.000	930.000	810.000	780.000	43.716.000
TE	3.000,00			870.000	1.032.000	915.000	765.000	780.000	690.000	750.000	1.200.000	645.000	660.000	840.000	300.000	37.788.000
INFUSION	3.000,00			750.000	864.000	897.000	765.000	825.000	891.000	834.000	900.000	870.000	993.000	990.000	999.000	42.312.000
3- Costo de las ventas previsto				774.000	1.052.000	954.000	860.000	1.035.000	785.000	866.000	738.000	820.000	861.000	880.000	693.000	41.272.000
AROMATICAS		1.000,00		234.000	420.000	350.000	350.000	500.000	258.000	338.000	38.000	315.000	310.000	270.000	260.000	14.572.000
TE		1.800,00		290.000	344.000	305.000	255.000	260.000	230.000	250.000	400.000	215.000	220.000	280.000	100.000	12.596.000
INFUSION		1.000,00		250.000	288.000	299.000	255.000	275.000	297.000	278.000	300.000	290.000	331.000	330.000	333.000	14.104.000

Rendimiento Ejercicio		2025
Previsión de ventas en unidades		43.244
Previsión de ventas (facturación)		129.732.000
Coste de las ventas previsto		43.244.000
Precio medio		3.000,00
Margen bruto		66,67%

Capital de trabajo

El aporte inicial de los socios comprende 85 millones aporte por socio de 17 millones, para un total de \$ 85.000.000 (Ochenta y cinco millones de pesos colombianos)

Tabla 5

Variables de capital

Variable	Efectivo corriente	Pasivo Corriente
Efectivo caja	25.000.000	
bancos	50.000.000	
inventarios	10.000.000	
Obligaciones financieras		15.000.000
Obligaciones proveedores		8.000.000
Pago de impuestos		6.000.000
total	85.000.000	29.000.000
Capital neto de trabajo.	56.000.000	

Nota. La tabla muestra las variables de capital.

Inversiones

De esta manera se presenta las inversiones necesarias para dar inicio al proyecto social comunitario de las máquinas dispensadoras teniendo en cuenta el equipo y maquinaria y otros necesarios.

Tabla 6

Inversiones

Inversión.	Costos.
Equipo y maquinaria.	46.200.000
Capacidad instalada.	22.000.000
TICS	8.000.000
Trasporte. Camión distribuidor.	43.000.000
Total.	119.000.000

Nota. La tabla muestra las inversiones para la empresa AutoAromatic.

Desglose de Inversión de Equipos y Maquinarias

A continuación, se presenta detalladamente la cantidad y valor de cada equipo y maquinaria para mostrar el total de la inversión para este proyecto.

Tabla 7

Equipos y maquinarias

Detalle.	Cantidad	Valor unitario	Valor total.
Secadoras. equipo para deshidratar frutas y vegetales con cortes especiales. construido con acero inoxidable sanitario, con control electrónico; a resistencia eléctrica 4 x 2 kw	1	3.800.000	3.800.000
Clasificadora. equipo diseñado para clasificar hojas de orégano seco y de otras hierbas aromáticas con características similares (tomillo y mejorana), según diferencia de tamaño de hoja, así como separar	1	3.800.000	3.800.000

restos de tallos y polvo adherido al producto			
despalitadora de orégano equipo especialmente diseñado y desarrollado para despalitar las hojas de orégano del tallo.	1	4,000.000	4,000.000
seleccionadora neumática equipo diseñado para separar polvo, piedrecitas y otras impurezas de densidad diferente a las hojas de orégano seco	1	5.000.000	5.000.000
molinos y mezcladora máquina diseñada para pulverizar y fragmentar todo tipo de condimentos	1	2.500.000	2.500.000
empacadora.	1	2.500.000	2.500.000
maquinas dispensadoras.	4	5.000.000	20.000.000
mesones en acero inoxidable.	2	800.000	1.600.000
utencilios varios.	10		3.000.000
total.			46.200.000

Nota. La tabla muestra los equipos y maquinaria necesarios para la empresa AutoAromatic.

Capacidad Instalada.

La puesta en marcha de la empresa de aromáticas Autoaeromatics fortaleció una capacidad sólida instalada que respalde su visión y ambiciones. Para comenzar, será esencial contar con una planta de producción adecuada y equipada con tecnología de punta para la elaboración de las fragancias y sabores. La infraestructura deberá cumplir con los estándares de calidad y seguridad, así como con la capacidad de expansión para adaptarse al crecimiento futuro.

Además, será necesario contar con personal altamente capacitado y experimentado en la industria de las aromáticas para llevar a cabo los procesos de producción de manera eficiente y eficaz. La capacidad instalada de Autoaeromatics deberá ser flexible y adaptable para responder a la demanda del mercado y afrontar los retos que se presenten en el camino

hacia el éxito empresarial. Con una capacidad instalada adecuada, Autoaeromatics estará bien posicionada para consolidarse como un referente en el sector de las aromáticas.

Tabla 8

Capacidad Instalada.

Detalle.	Valor
oficinas	
adecuación de oficinas, área administrativa.	22.000.000
gastos tics	
equipos tecnológicos, de cómputos y comunicaciones	8.000.000
trasporte.	
mazda bt50 furgón refrigerador.	43.000.000
unidad de transporte, techo y piso herméticas, dispositivos de cierre y de ventilación y circulación interna de aire, fabricados con materiales resistentes a la corrosión.	
características destacadas	
color: plateado	
tipo de combustible: gasolina	
transmisión: mecánica	
puertas: 2	
motor: 2200	
marca	mazda
modelo	bt-50
año	2007
versión	b2200
color	plateado
tipo de combustible	gasolina
puertas	2
transmisión	mecánica
motor	2200
tipo de carrocería	furgón
kilómetros	125000 km

Nota. La tabla muestra la capacidad instalada necesaria para la puesta en marcha de la empresa AutoAromatic.

Conclusiones

Todo emprendimiento social genera impactos positivos en comunidades y entornos, y más cuando las acciones de este emprendimiento son sostenibles y sustentables, es decir que puede ayudar a una comunidad, pero también al medio ambiente aprovechando los recursos naturales adecuadamente y aportando en innovación para crear conciencia acerca de los métodos empleados para fabricar o comercializar algún producto y servicio.

La importancia de usar las herramientas de Design Thinking en este proyecto social es que nos permite evaluar las 5 etapas que propone para conocer los deseos de los usuarios para identificar los fallos y poder brindar soluciones innovadoras.

Para todo emprendimiento es muy necesario sacar el tiempo para presentar el modelo de CANVAS esto ayudara a proyectar de manera correcta a nuestro negocio y optimizar esfuerzos y recursos.

Con la proyección de los recursos operativos y financieros se puede recalculer el proyecto para la puesta en marcha durante tres años esto nos permite ver mejor la viabilidad del negocio, y también poder saber si aumentar o disminuir los costos de personal que se va a utilizar sin afectar el negocio.

Referencias Bibliográficas

- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Gjorevska, N. (2021). [Workplace Spirituality and Social Enterprise – a Review and Research Agenda](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01). *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 52(5), 2–13. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01>
- Gámez Gutiérrez, J. & Cortés Barrera, J. E. (2018). [Emprendedores sociales: cómo hacer la diferencia](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=2) (p.p.29-52). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=2>
- Martínez Arredondo E. (8 de agosto 2022) Infusiones: ¿son más saludables que el café? Cuitate plus <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2022/08/06/infusiones-son-mas-saludables-cafe-179963.html>
- Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. *Educar*, 57(1), 97–116. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar1153>