



FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES ECOLÓGICOS FITO TERAPÉUTICOS PARA EL CUIDADO CORPORAL Y FACIAL DE LA PIEL EN LAS ZONAS DE INFLUENCIA DEL NORTE DEL CAUCA

AUTOR
KAREN SOFIA VIAFARA GUATAQUIRA

FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYAN
SEDE NORTE
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
SANTANDER DE QUILICHAO
2023



Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX(57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





Tabla de contenido

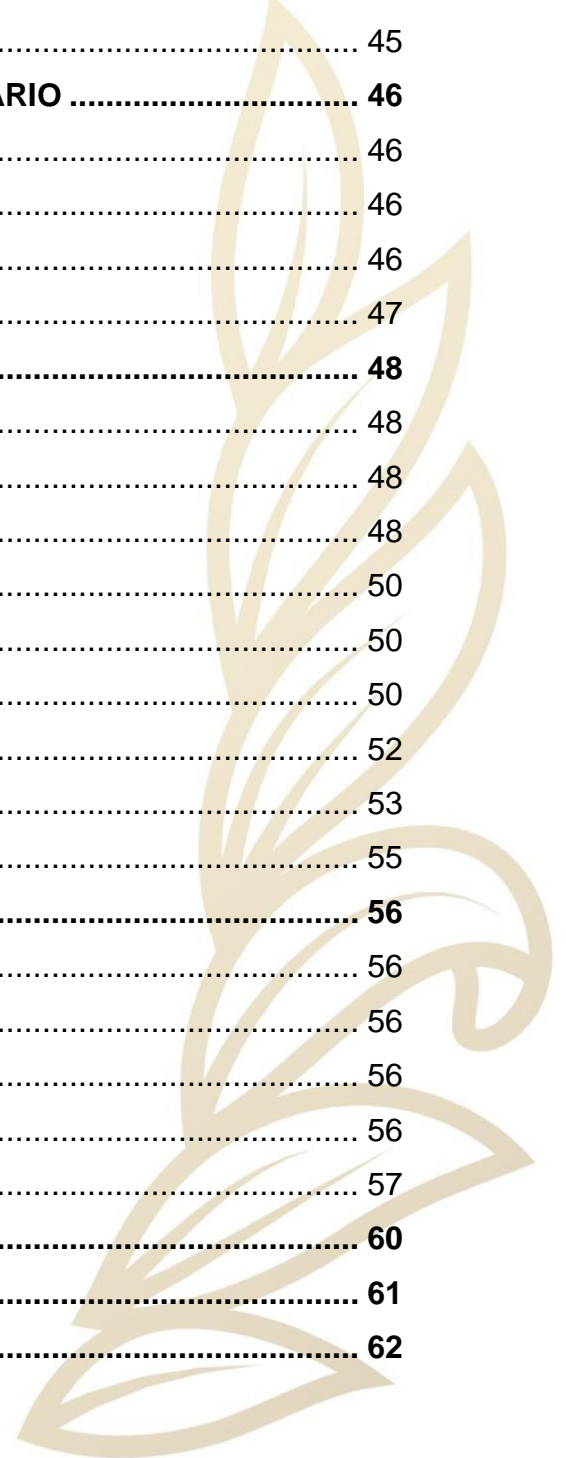
1. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 Jabón:	5
1.2 Jabón Artesanal:	5
1.3 Clasificación De Jabones:	6
1.4 Saponificación:.....	6
1.5 Lípidos:	6
1.6 PH:.....	6
1.7 Elaboración de Jabones PALAVIS.....	7
1.7.1 Ingredientes y materiales.....	7
1.7.2 Procedimiento KAYU.....	7
1.8 Inspección de productos PALAVIS.....	8
1.9 Pruebas de pH.	8
2. RESUMEN EJECUTIVO.	9
2.1 Datos básicos del negocio	9
2.2 descripción del producto o servicio:	10
2.3 Misión	10
2.4 visión.....	10
2.5 objetivos del negocio.....	10
2.6 objetivos estratégicos.....	10
2.7 Características innovadoras del producto o servicio que permiten mantenerse con el tiempo	11
2.8 Equipo emprendedor.....	11
2.9 Oportunidad del tipo del negocio.....	12
2.10 Necesidades financieras	13
2.11 Rentabilidad esperada	13
2.12 Conclusiones de rentabilidad esperada	15
3. DEMANDA.....	16
4. OFERTA.....	18



5. IDEA Y MODELO DE NEGOCIO	19
5.1 descripción del producto/ servicio	19
5.2 Resumen de características innovadoras del producto:	21
5.3 Clientes objetivos	21
5.4 Necesidades y forma de satisfacerlas	22
1. ANALISIS DEL ENTORNO	23
5.5 Factores estratégicos del entorno	23
5.6 Barreras de entrada.	24
5.6.1 Barreras legales:	24
5.6.2 Economía de escala:	24
5.6.3 Productos sustitutos:.....	25
5.7 Análisis cualitativo de clientes y consumidores potenciales	25
5.7.1 Ubicación.....	25
5.8 Necesidades y motivaciones:	26
5.9 Que compran actualmente	26
5.10 Frecuencia de compra.	26
5.11 Grado de fidelidad y compra.	26
5.12 Análisis de la competencia.....	27
5.12.1 Ubicación.	28
6. ESTUDIO DE MERCADO	29
6.1 Indicadores de la investigación	31
6.2 Sector donde pertenece el proyecto y estimación de tamaño de mercado. 32	
6.3 Conclusiones del estudio del mercado	35
7. PLAN DE OPERACIONES Y CALIDAD	36
7.1 Proceso productivo.	36
7.2 Descripción y representación gráfica del proceso productivo	38
7.3 Diseño del sistema de producción.....	39
7.4 localización y tamaño de la empresa	42



7.5	Maquinaria y tecnología requerida	43
7.6	Logística de almacenamiento	45
8.	PLAN ORGANIZACIONAL JURIDICO - TRIBUTARIO	46
8.1	Misión	46
8.2	Visión	46
8.3	Valores corporativos	46
8.4	Organigrama de la empresa.....	47
9.	PLAN FINANCIERO.....	48
9.1	Supuestos iniciales del proyecto.	48
9.2	Costos.....	48
9.3	Capital de trabajo	48
9.4	Sistema de financiamiento.	50
9.5	Flujo de Caja.....	50
9.6	Flujo de Caja y estado de resultados	50
9.6.1	Proyección a tres años	52
9.7	Punto de equilibrio	53
9.8	TIR y VPN.....	55
10.	MARKETING.....	56
10.1	Estrategia de producto.....	56
10.1.1	Marca y eslogan	56
10.1.2	Empaque.....	56
	figura 11.1 empaque actual del producto	56
10.2	Penetración y comercialización.....	57
11.	CONCLUSIONES	60
12.	RECOMENDACIONES	61
13.	REFERENCIA	62





PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JABONES ECOLÓGICOS FITO TERAPÉUTICOS PARA EL CUIDADO CORPORAL Y FACIAL DE LA PIEL EN LAS ZONAS DE INFLUENCIA DEL NORTE DEL CAUCA

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Jabón:

(Hidalgo; 2008) “Es una sustancia cuyas moléculas presentan una parte lipófila y otra hidrófila, de manera que las moléculas de jabón son capaces de disolver la grasa por parte lipófila y disolver el agua por parte hidrófila.”

Existen diferentes métodos para la realización de jabones ya sea corporales o los comúnmente usados en lavandería, nuestro proyecto se enfoca en la realización de jabones corporales por el método de saponificación en frío.

1.2 Jabón Artesanal:

Este es un tipo de jabón que están hechos a mano y pasan por un proceso de saponificación en frío donde se requiere de una temperatura ambiente, normalmente son compuestos por aceite, agua e hidróxido de sodio. Este proceso genera un jabón con una textura más dura además de hidratar y regenerar la piel (ECOticias, 2018). En cuanto a su proceso o su elaboración requiere de protección, medidas y cuidados; Inicialmente para su elaboración se cuenta con cuatro fases: El primero es el proceso de filtración por el cual pasa el aceite para eliminar contaminantes (Arias & Ibarra, 2018). La segunda fase es donde se mezcla el legía la cual se obtiene mezclando el agua destilada y la soda caustica con el aceite, opcionalmente fragancias y colorantes Ibarra, 2018). La tercera fase consiste en el desmoldado la cual se obtiene cuando la mezcla sea homogénea, se vierten los moldes y se espera 48 horas para poder desmoldar y cortar (Arias & Ibarra, 2018). La cuarta y última fase es el proceso del curado donde después de desmoldado se deja en reposo de 4 a 6 semanas para así poder obtener el pH deseado (Arias & Ibarra, 2018).



1.3 Clasificación De Jabones:

Estos se clasifican de acuerdo a su fabricación, su forma, su presentación además de su formulación. Según su fabricación existen dos tipos los artesanales y los industriales, donde los artesanales usualmente son realizados por medio de la saponificación en frío y los industriales por medio de saponificación caliente.

En cuanto a su forma existen diversos tipos tales como geles, en barras y otros líquidos, por último, se encuentra según su procesamiento o formulación donde se requieren diferentes ingredientes ya sea su forma o su finalidad.

Comúnmente se utilizan: Agua desmineralizada o agua destilada, soda caustica o Legía que es una sustancia parecida al hidróxido de sodio, por otra parte, se encuentran las grasas utilizadas para su fabricación tales como las grasas de animales (Cerdo, manteca y cebo) y los aceites extraídos de las plantas o frutas (Oliva, coco, girasol, etc.). Por último, se suele agregar productos auxiliares como colorantes, fragancias y esencias (Cortes, et al, 2017).

1.4 Saponificación:

reacción química donde se emplea una sustancia como el álcali bien sea hidróxido de sodio u otro con un ácido graso ya sea de vegetal o animal (Martínez, 2017). La saponificación consta de dos procesos para la elaboración de jabón tales como: Saponificación en frío, la cual no se utiliza ningún tipo de jabón y donde se deja en un reposo de 4 a 5 semana para que disminuya el pH (Távora, Córdova, Navarro, Pardo & Soto, 2018). El otro proceso es nombrado como Saponificación en caliente, donde se utiliza calor en los ingredientes la temperatura oscila entre 50 a 80°C dentro de un tiempo continuo y no requiere de una etapa de curación, es decir, no es necesario dejar en reposo de 4 a 5 semanas (Távora, Córdova, Navarro, Pardo & Soto, 2018).

1.5 Lípidos:

Se conforma en gran parte el consumo en las personas bien sea en ámbitos industriales o alimenticios, dentro de estos se encuentran las grasas y aceites irremplazables en el consumo humano (Becerra, Chávez, Pintor y Becerra, 2018).

1.6 PH:

En este caso es la medida la cual permite conocer la acidez de los jabones donde lo ideal es que oscilen entre 5,5 a 8 para su uso. El jabón tiene un índice aceptable de 7, para determinar el pH en los jabones es depositar en un recipiente una parte pequeña de jabón posteriormente se deposita agua purificada y se agita con una, Por último, con la tira medidora de pH que se introduce en la mezcla se define su pH identificando su nivel con los colores (Távora, Córdova, Navarro, Pardo & Soto, 2018).



1.7 Elaboración de Jabones PALAVIS.

Figura 1.
Jabón PALAVIS



1.7.1 Ingredientes y materiales.

- Hidróxido de Sodio %
- Agua destilada MI
- Aceite base (coco, manteca, resino) kg
- Plantas medicinales
- Vitamina E
- Instrumentos de protección
- Licuadora
- Recipientes
- Alcohol industrial
- Paleta de madera

1.7.2 Procedimiento KAYU

Paso 1.

Instrumentos de protección: Se procede a emplear los instrumentos de protección como guantes de látex, gafas de laboratorio, bata y tapa boca, pues la mezcla de algunos ingredientes genera reacciones químicas al momento de la preparación.



Paso 2.

Desinfección de la zona de trabajo: se requiere del alcohol industrial para el mantenimiento del lugar de trabajo ya que es necesario emplear un lugar limpio al momento de realizar los jabones.

Paso 3.

Concentrado medicinal: posteriormente a la desinfección del lugar de trabajo se procede a hervir el agua junto a las plantas medicinales que se requieran, una vez llegue al punto de ebullición se guarda en reposo hasta adquirir una temperatura ambiente para poder agregar la vitamina, se lleva al refrigerador hasta su solidificación.

Paso 4.

Realización de Legía: al calcular la cantidad adecuada de hidróxido de sodio en la balanza, se procede a dejar en un recipiente el concentrado semi sólido que se realizó en el paso anterior y se anexa poco a poco el sodio (en este punto es muy importante hacer uso correcto de los instrumentos de protección ya que este proceso genera un gas) revolver la mezcla con la paleta y dejar en reposo hasta que la mezcla sea homogénea.

Paso 5.

Mezcla de legía con aceites: como paso final se mezcla con un batidor el legía junto al aceite empleado hasta generar una mezcla con mayor viscosidad. agregar opcionalmente esencias o fragancias De este modo se obtiene la mezcla de jabones KAYU, donde posterior a su realización pasa por el proceso de curado por 3-4 semanas.

1.8 Inspección de productos PALAVIS

La inspección se realiza tres veces por cada preparación, la primera es cuando se recibe la materia prima: en este punto se verifica que los insumos cuentan con las condiciones óptimas para ser empleada en la producción de Jabones PALAVIS, la segunda y tercera prueba es realizada al final del proceso de producción y curado donde se verifica que el producto cuenta con los requerimientos para su manipulación por medios de pruebas pH.

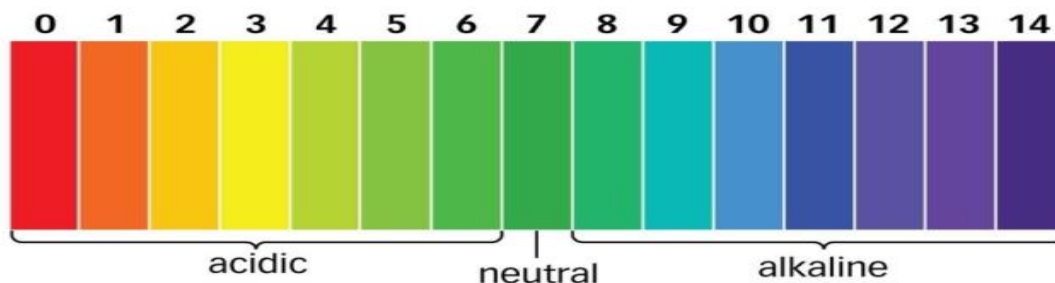
1.9 Pruebas de pH.

Las pruebas de pH son excesivamente importantes dentro de los procesos de jabones ya que indica que el producto pueda o no ser empleado en la piel.

En el proyecto se obtiene dicha prueba cuando se extrae una muestra del producto y se disuelve en xx ml de agua y mediante la paleta del medidor de pH se revisa que la acidez sea la adecuada, originalmente por pruebas ya realizadas se conoce que los Jabones PALAVIS cuentan con un pH neutro lo cual es satisfactorio, si las pruebas mostraran lo contrario es decir un pH ácido el producto debe de ser desechado o tratado ya que no cuenta con las condiciones óptimas para su uso.

Figura 1.2

Escala de PH



Con las tiras de pH se identifica el nivel de acidez que posee los productos de la línea Palavis mediante análisis previo de los niveles donde se establece si el producto es apto para su venta y si cumple con todas las características de lo contrario se lleva a cabo un estudio, reestructuración y control de los productos que no presentan los niveles adecuados para determinar si es factible su reelaboración o si es necesario desecharlo.

2. RESUMEN EJECUTIVO.

2.1 Datos básicos del negocio

- Ubicación del proyecto: Colombia, crr 5ª zona urbana del municipio de Villa Rica Cauca

Localidad los almendros.

- tipo de empresa: unipersonal constituida como persona natural,

RUT: 1.005.258.57



2.2 descripción del producto o servicio:

producción y comercialización de jabones artesanales Fito terapéuticos conformamos por la línea PALAVIS:

- I. jabón facial control de acné y piel grasa a base de tomillo seco
- II. jabón corporal exfoliante base de cúrcuma
- III. jabón corporal para piel sensible a base de quinua

2.3 Misión

Brindar productos ecológicos diferenciados por tratar la piel naturalmente y satisfacer la higiene personal garantizando los orígenes naturales y purificantes de nuestros productos.

2.4 visión

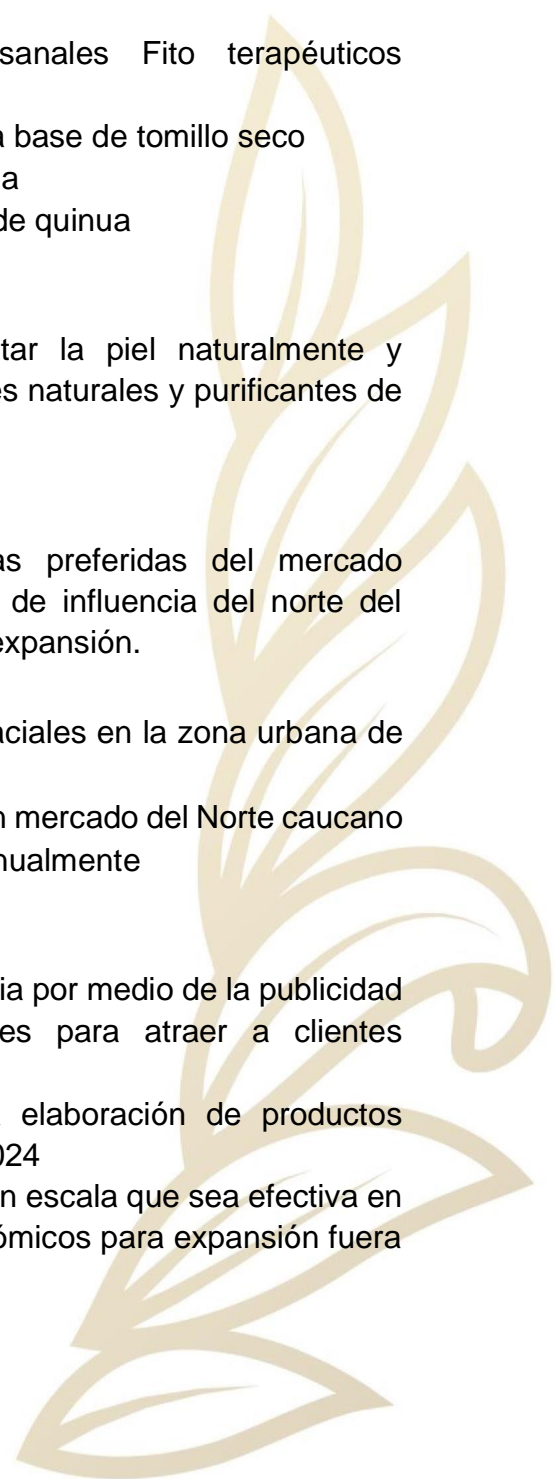
Para el 2027 convertirnos en una de las marcas preferidas del mercado especializada en Jabones artesanales de las zonas de influencia del norte del Cauca logrando el posicionamiento del producto y su expansión.

2.5 objetivos del negocio

- producir y comercializar jabones corporales y faciales en la zona urbana de los municipios de influencia del norte del Cauca
- convertirse en una de las marcas reconocidas en mercado del Norte caucano
- superar los márgenes de ventas establecidos anualmente

2.6 objetivos estratégicos

- Inferir en los habitantes de las zonas de influencia por medio de la publicidad ferias empresariales y eventos promocionales para atraer a clientes potenciales para el año 2023
- Posicionarse como una empresa líder en la elaboración de productos artesanales para la piel en el año para el año 2024
- Diseñar una línea de producción artesanal a gran escala que sea efectiva en la administración de los recursos físicos y económicos para expansión fuera del norte del cauca para el año 2026





2.7 Características innovadoras del producto o servicio que permiten mantenerse con el tiempo

- Caracterización del producto (bien o servicio)
Jabones corporales y faciales PALAVIS
 - Empaques eco amigables y llamativos
 - Procesamiento semi artesanal
 - Incorporación de técnicas industrializadas con técnicas artesanales para producción en masa
 - Sin colorantes artificiales
 - Bases faciales libres de sodio puro

2.8 Equipo emprendedor

Datos:

Karen Sofia Viafara Guatakira (Propietaria única)

formación:

- Estudiante de decimo semestre de ingeniería industrial de la fundación universitaria de Popayán Sede Norte.
- Técnica en asistencia administrativa egresada SENA.
- Cursos específicos para la elaboración de jabonería artesanal en calor y frio.
- Curso específico para la elaboración de Jabones artesanales, extracción y usos de aceites esenciales SENA.

Colaboradores de manufactura:

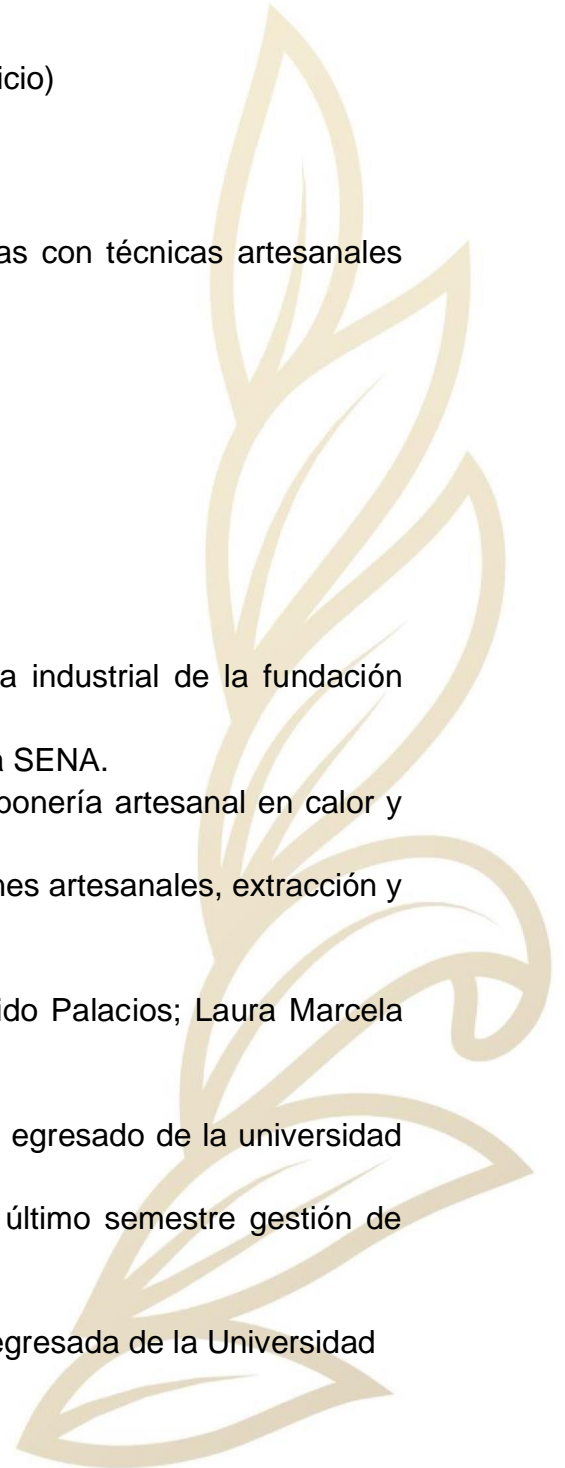
- Grupo familiar Palacios, Laurido: Astrid Laurido Palacios; Laura Marcela Vásquez Laurido.

Colaboradores en área financiera:

- Luis Edied Vásquez Laurido contador público egresado de la universidad Santiago de Cali.
- Ana Lucia Viafara Guatakira estudiante de último semestre gestión de talento Humano de la universidad del Valle.

Colaboradores en área de mercadeo y ventas

- Liceth Andrade administradora de empresas egresada de la Universidad Autónoma del Occidente





2.9 Oportunidad del tipo del negocio.

El Covid-19 generó un impacto extensivo en la economía y en toda la industria de la belleza y cosmética, partiendo desde Asia-Pacífico, posteriormente en Europa y Norteamérica, a medida que el virus se creció se detectó la tendencia común de acoplarse a los artículos básicos de aseo y a los artículos de cuidado personal que impactó la cadena de suministro a nivel global por un instante frente a la importación de materia prima y producto (Crespo, 2020). La revista internacional euro monitor

señala que es probable que el consumidor busque cosméticos que relacionen la salud y el cuidado preventivo donde las personas se sientan atraídas con un mensaje que los haga sentir mejor. Según (Mishra, 2013) “las oportunidades de exportación de productos naturales son tremendas, ya que el mundo está buscando fuentes naturales con fines terapéuticos.

Los recursos de plantas medicinales en África y otros países son también la principal fuente de ingresos además del comercio interno las plantas medicinales se exportan ampliamente en grandes volúmenes al mercado internacional.”

A nivel local los jabones corporales y faciales son de uso cotidiano por lo que el mercado es estable y en momentos de crisis es un mercado en aumento, en la actualidad se observa la necesidad de producir jabones con fines naturales para el mantenimiento adecuado de la piel basado en medicina herbal y al mismo tiempo que efectúe las funciones normales de un jabón corporal y de un jabón facial.

En el entorno norte Caucaño se observa los escasos por no afirmar la existencia de una industria que se dedique a la producción y comercialización de estos productos artesanales un ejemplo es en el año 2019 donde se llevó a cabo un paro por protestas a nivel nacional las industrias agrícolas, ganaderas e industriales sufrieron grandes pérdidas al no poder transportar sus productos a los lugares de destino, por otra parte, los supermercados no dieron basto para suplir las necesidades de los habitantes de la localidad, pero algo positivo que surgió fue que entre los mismos habitantes se pudieron suplir algunas necesidades en la canasta familiar ya que en la localidad se cosechaba algunos alimentos, entre medios de la pandemia se agotaron existencia de productos de aseo personal tales como jabón y papel higiénico.



Teniendo en cuenta las necesidades básicas, las inseguridades de muchas personas en cuanto al aspecto físico y que en el norte del Cauca es uno de los lugares donde abundan las plantas medicinales tales como, el tomillo, la sábila, romero, manzanilla, canela, entre otras se decide emplear los recursos para el uso de tratamiento y limpieza en la piel donde se lleva a cabo la conformación de la empresa KAYU con la línea de jabones artesanales llamados comercialmente PALAVIS donde su lema es “planta tus sueños”

2.10 Necesidades financieras

Actualmente la micro empresa desea crecer por tal motivo se idea el plan de negocios para la producción y comercialización de jabones corporales y faciales de la línea PALAVIS empleando valores numéricos conforme a la producción en masa que se espera para cuando se adquiera la maquinaria necesaria para ello requiere un desembolso inicial que se enmarca en el recuadro donde se especifica los conceptos de inversión.

2.11 Rentabilidad esperada

Para el cálculo de la rentabilidad esperada se tiene en cuenta el valor de la inversión y las ganancias del proyecto, se tiene conocimiento de que la rentabilidad es lo que se espera recibir frente a una inversión con el tiempo o en el futuro por consiguiente se aplica la fórmula inicial de rentabilidad teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

RENTABILIDAD = (ganancias/ inversión) x 100

- las ganancias se calcularon con base a la cantidad producida mensualmente (2400) donde se oferta el 85% (3060) y el 15% se reserva en stock.

Valor total de precio de mercancía: 15.606.000

Valor total de costo de mercancía: 9.750.463

Ganancia 5.855.537

RENTABILIDAD = 5.855.537/ 34.832.123 = 0.17 (100) = 17%

La especificación de las necesidades financieras se refleja en el concepto de inversión y el procedimiento con el cual se calcula las variables de rentabilidad esperada se muestran a continuación en el siguiente recuadro:



Tabla 1
Rentabilidad

producción mensual		costos		\$
oferta 85% de la producción	3060	Costos fijos	\$ 6.057.123,00	18.360.000,00
		Costos Variables	\$ 3.390.000,00	\$ 9.750.463
		total	\$ 9.750.463,00	Ganancia \$ 5.855.537

precios de mercancía ofertada				
Concepto	% de participación	und ofertadas mes	precio und	Total
jabón de cúrcuma	40%	1.224	4000	\$ 4.896.000,00
jabón Quinua	40%	1.224	4000	\$ 4.896.000,00
jabón facial	20%	612	14000	\$ 8.568.000,00
Total	100%	2040		\$ 18.360.000,00

Inversión inicial

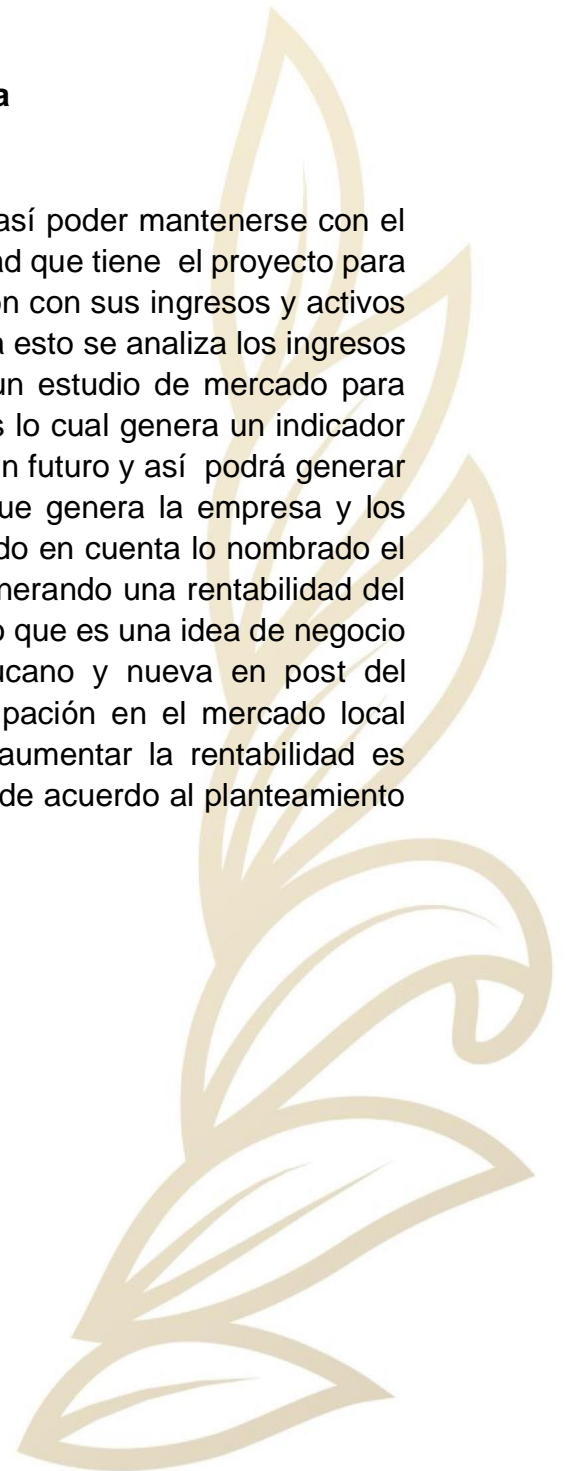
Concepto	mes 1	mes 2	mes 3	total
costos fijos	\$ 6.057.123,00	-	-	6.057.123,00
Dotación	\$ 455.000,00	-	-	455.000,00
costos variables	\$ 3.390.000,00	-	-	3.390.000,00
inversión preoperativa	\$ 24.430.000,00	-	-	24.430.000,00
gastos de transporte	\$ 400.000,00	-	-	400.000,00
Gastos de papelería	\$ 100.000,00	-	-	\$ 100.000,00
total				34.832.123,00





2.12 Conclusiones de rentabilidad esperada

Para que el proyecto sea viable debe ser rentable y así poder mantenerse con el tiempo, con lo anterior se puede evidenciar la capacidad que tiene el proyecto para generar beneficios económicos en un futuro en relación con sus ingresos y activos propios teniendo presente los recursos invertidos, para esto se analiza los ingresos que tendrá el proyecto por medio de pronósticos y un estudio de mercado para determinar si son suficientes para sufragar los gastos lo cual genera un indicador aceptable y establece si el proyecto es sostenible en un futuro y así podrá generar un crecimiento, es importante verificar la utilidad que genera la empresa y los beneficios así como los recursos que se utiliza teniendo en cuenta lo nombrado el proyecto cumple con los requerimientos deseados generando una rentabilidad del 17 % lo cual es aceptable como iniciador reconociendo que es una idea de negocio extraída de las necesidades del entorno norte Caucaño y nueva en post del crecimiento que pretende ganar una pequeña participación en el mercado local como inicio, al igual tenemos en cuenta que para aumentar la rentabilidad es necesario reducir costes, gastos, precios de compras de acuerdo al planteamiento del plan de negocio.





3. DEMANDA

Consideraciones para determinación de demanda.

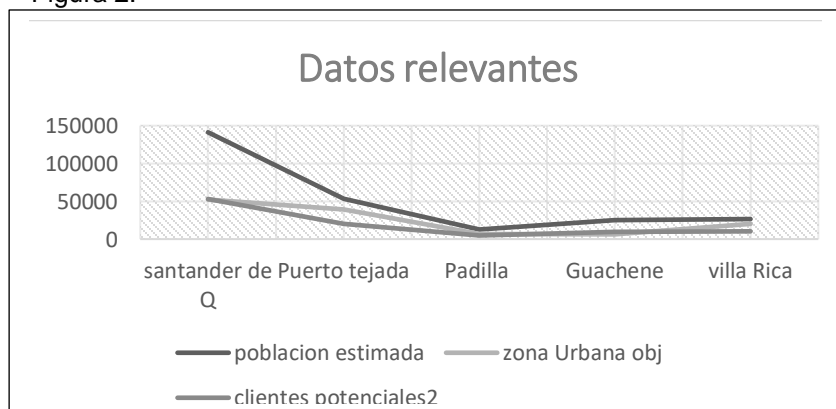
- (según la revista P&M de Colombia El segmento más grande de consumidores se encuentra en edades entre 46 y 55 años con un 35% de participación, mientras que el segmento más joven, con edades entre 21 y 25 años, representa cerca del 20%). Los clientes objetivos de KAYU abarcan el 55% de la población

Tabla 2.
Cálculo de la demanda

Municipio objetivo	Población DANE 2019	Tasa de crecimiento anual a nivel nacional	Población estimada a 2022	% estimación en zona urbana	Estimación en población en zonas objetivo	% población entre 21 – 55 años	% tasa de desempleo	% Tasa de indigencia	Clientes potenciales
Santander de Quilichao	110.445	9.3%	141.259	37%	52.266	55%	23519,83	4.4%	22.485
Puerto Tejada	41.615	9.3%	53.226	74%	39.387	55%	17724,24	4.4%	16.944
Padilla	9.937	9.3%	12.709	51%	6.482	55%	2916,59	4.4%	2.788
Guachené	19.671	9.3%	25.159	25%	6.290	55%	2830,75	4.4%	2.706
Villa Rica	20.693	9.3%	26.466	77%	20.379	55%	9170,82	4.4%	8.767
total									53.691

Nota; e toman los datos según el departamento administrativo Nacional de estadística (DANE) Colombia 2018

Figura 2.





Según indicadores de economía colombiana los jabones de tocador tienen 90 % de participación en el mercado de aseo personal en los hogares colombianos y los jabones artesanales el restante que en este caso representa el 10% de participación.

Dentro del 10% de participación en el Cauca se destacan los competidores directos de la zona del Valle del cauca resaltando así que no se encuentran registro de empresas o negocios de producción de jabones artesanales en el Cauca, por medio de la investigación de mercado y fuentes secundarias se determina el porcentaje de participación de los competidores teniendo en cuenta las variables las cuales son tamaño, tiempo en el mercado y posicionamiento las cuales se reflejan en la gráfica de participación de competidores en el mercado Norte Caucano.

Figura 2.2
Participación de competidores y mercado norte Caucano

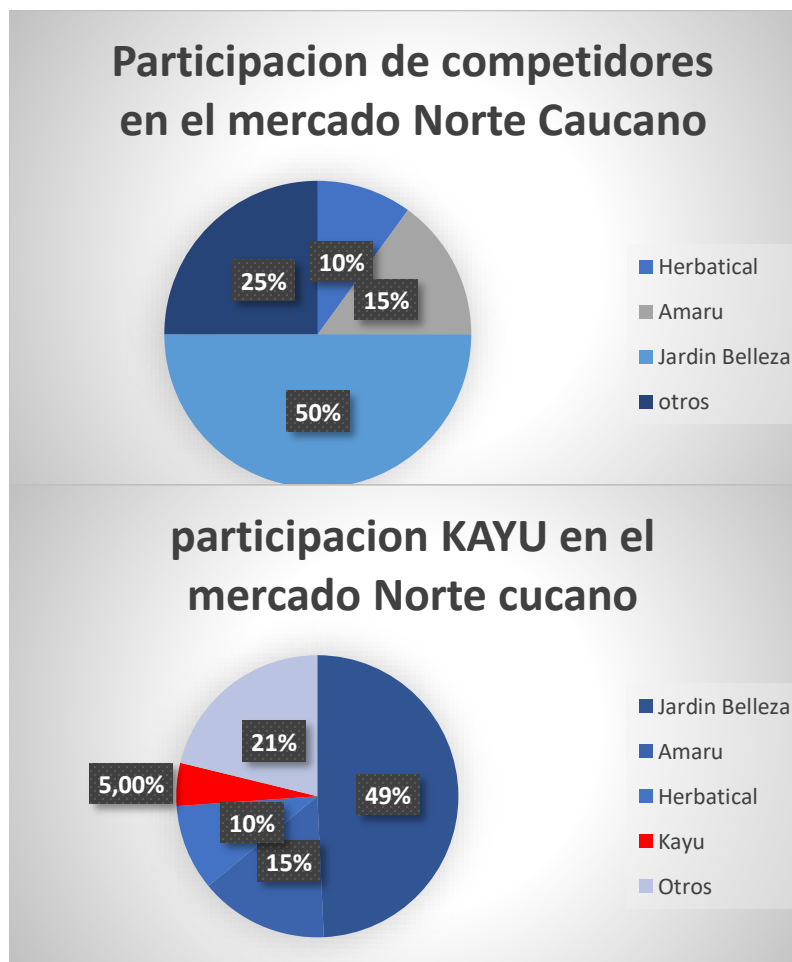


Tabla 2.1
Participación en el mercado

Cientes potenciales	Participación en el mercado
97.149	10%
PARTICIPACION DEL MERCADO DE JABON ARTESANAL 9.715 PERSONAS	

Ahora bien, KAYU según su capacidad instalada tiene un 5% de participación dentro del 100% del mercado artesanal norte Caucano y frente al porcentaje de participación de los competidores directos.

Tabla 2.2
Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA DE KAYU	
OFERTA	DEMANDA
510 personas	9.715 personas

El porcentaje de participación de KAYU en el mercado norte Caucano relacionando con la capacidad instalada es de 5%

$$510/9.715 = 0.052 (5\%)$$

Lo que permite ocupar un pequeño lugar del mercado norte Caucano

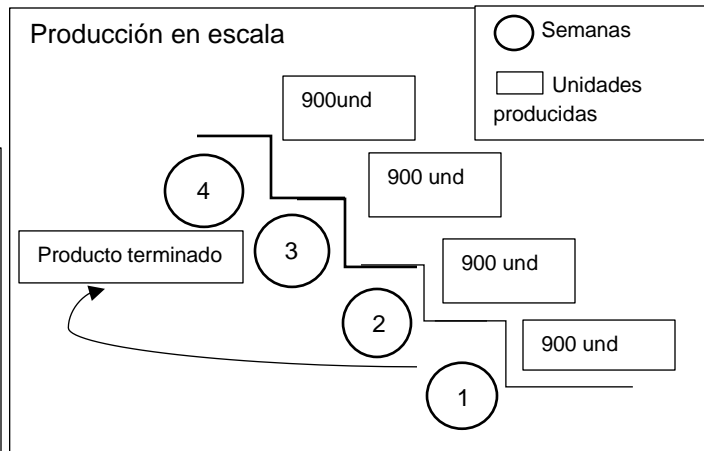


Figura 3.
Cálculo de oferta

4. OFERTA

Se tiene en cuenta que el tiempo de curado varia según el tipo de proceso y de jabón sin embargo el tiempo estimado es de 4 a 6 semanas para obtener el producto terminado (Arias & Ibarra, 2018).

- Primero en reposo= primero P. terminado el proceso del jabón PALAVIS tiene un tiempo de reposo de cuatro semanas lo que genera la producción en escala



La producción de la línea PALAVIS inicia mes anticipado para una cadena estable de producción y comercialización de jabones corporales y faciales. Siendo así: 900 und semanales / 6 días a la semana laborados = 150 und producidas diariamente.

Producción diaria
150 jabones

producto	% participación	Producción diaria
Jabón exfoliante	40%	60
Jabón piel sensible	40%	60
Jabón facial	20%	30

Se laboran 24 días al mes de lunes a sábado x producción diaria = 3600 productos al mes

el 15% (540 und) de la producción se reserva en stock y el 85% se oferta, es decir que la oferta mensual es de 3060 und de productos

Comparativa consumo y frecuencia de compra según estudio de mercado relación entre (familias unipersonales y con más de tres personas)

consumo	Frecuencia de compra
Se determina por medio del estudio de mercado que el rango de consumo en entre familias unipersonales y familias con más de tres personas es de 2 a 6 días donde se consume una und de jabón de aprox 115 g lo que genera un promedio de consumo de 4 días	El nivel de frecuencia promedio entre familias unipersonales y con más de tres personas es de 15 días.

Si se ofertan 3060 und de productos y cada 15 días en promedio entre familias unipersonales y con más de tres personas se suele comprar 3 und de jabones lo que en un mes serian 6 und por lo tanto KAYU puede suplir las necesidades de 510 personas. la relación se efectúa a continuación:

Oferta KAYU por mes	Compra y consumo en und por persona x mes
3060 und /30 días	3 und / 15 días * persona
6 und / 30 días / persona	6 und /30 días* persona
3.060 und/30 días	= 510 personas

Frecuencia de compra 15 (días) / 4 Nivel consumo (días) *(und) = 3
r// cada 15 días en promedio entre familias unipersonales y con más de tres personas se compra y consume 3 unidades de jabón

5. IDEA Y MODELO DE NEGOCIO

5.1 descripción del producto/ servicio

El proyecto consta de una serie de jabones artesanales corporales y faciales llamados comercialmente PALAVIS que se realizan por medio de un método de Saponificación en frío que concentra mejor las propiedades y vitaminas que un jabón por saponificación en Caliente (jabón producido por medio de Calor) o comúnmente llamado jabón industrial.

se producen tres tipos de jabones Fito terapéuticos que constituyen la línea de jabones de la empresa KAYU:

1. Jabón Exfoliante: tiene como finalidad tratar las células muertas de la piel y regenerarlas, aplica para todo tipo de piel, sus principales ingredientes dentro de la fitoterapia es linaza y cúrcuma, otros como el azúcar blanca y aceite de oliva.

Figura 4.

Jabón de cúrcuma PALAVIS



2. Jabón para piel sensible: trata la piel reseca e irritada, sus principales ingredientes medicinales son las semillas de amapola. Producto aplicable a cualquier rango de edad.

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX(57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán



Figura 4.1

Jabon para piel sensible PALAVIS



3. Jabón Control de acné y piel grasa: tratamiento 100% natural que combate el acné y ayuda a controlar la grasa en la piel, recomendablemente de uso facial. Sus ingredientes son totalmente naturales como tomillo, aceite de árbol del té, aceite de naranja y glicerina Solida, no se emplea hidróxido de sodio en este producto.

Presentación en laminas disolventes al contacto con la piel facial:

Figura 4.2
jabón Facial



Nota: el jabón facial en laminas no están incluidos en el plan de negocios pues es un prototipo.

Presentación en barra:

Figura 4.3
Jabón control de acné y piel grasa PALAVIS



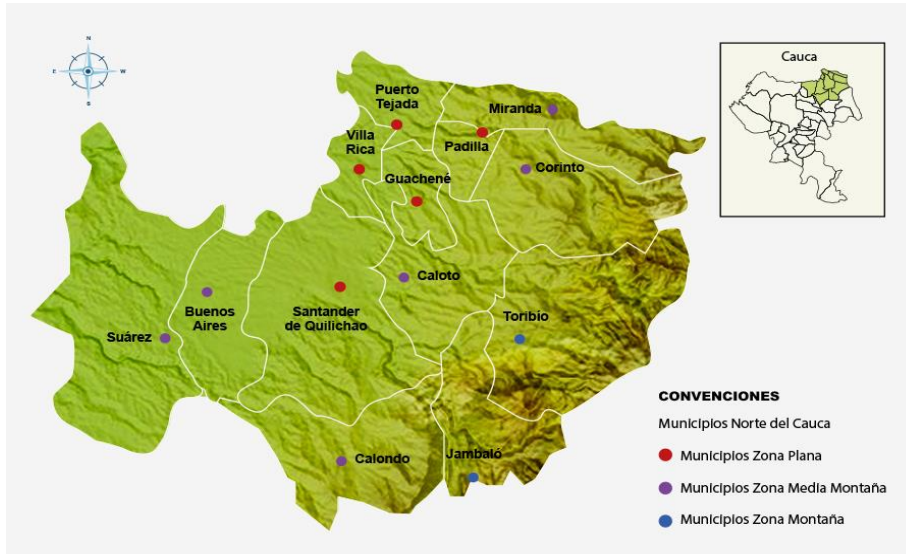
5.2 Resumen de características innovadoras del producto:

- Láminas a base de papel de arroz
- Proceso semi artesanal (articulación de procesos industriales con procesos artesanales)
- Empleo de residuos para reutilización
- Empaques llamativos en papel Kraft eco amigable

5.3 Clientes objetivos

Cliente objetivo: personas entre 21 – 55 años que residan en las zonas de influencias del norte del Cauca las cuales están caracterizadas por ser zonas planas en la subregión.

Figura 5.
Subregión Norte Caucana



Nota: figura tomada de la página de la guardia indígena del norte del Cauca.

(según la revista P&M El segmento más grande de consumidores se encuentra en edades entre 46 y 55 años con un 35% de participación, mientras que el segmento más joven, con edades entre 21 y 25 años, representa cerca del 20%) así que nuestros clientes objetivos abarcan el 55% de la población

5.4 Necesidades y forma de satisfacerlas

Según el portal el Economista para el año 2022 existen más de 600 industrias en Colombia dedicadas a la fabricación de jabones Corporales por método de Saponificación en caliente, que indica una producción en calor al ser empaçada después de 72 horas precedentes a su realización donde disminuye el vitamínico esencial que en el posee y 50 industrias artesanales (Saponificación en frío) que concentra mayormente las propiedades al ser curada por semanas. Ambos poseen la misma textura, tal vez la misma forma, pero no la misma esencia y nivel de beneficios.



Al determinar la alta demanda de los productos de aseo personal y entender las necesidades en las personas de tratar la piel y cuidar su apariencia, se pretende hacer parte de la industria artesanal brindando una mejora a sus procesos e integrando las plantas medicinales norte caucanas pues en el Cauca se encontraron más de 374 especies de plantas asociadas a 17 categorías medicinales, la mayoría de estas provienen de la subregión norte Caucana (Valoyes; Palacios at,2020), la combinación de la fitoterapia en un producto tan usado es una gran opción para dinamizar la economía del agricultor norte Caucano que constantemente se ven afectados por los precios bajos y puede encontrar por este sector una alternativa laboral y económica.

Principalmente el objetivo es comercializar los productos en la subregión norte caucana donde aborda los municipios con mayor influencia del mercado tales como (Santander de Quilichao, Puerto Tejada, Villarrica, Padilla y Guachené), cabe resaltar que a pesar de que el norte del Cauca es un sector industrializado No cuenta con una empresa productora de Jabones.

1. ANALISIS DEL ENTORNO

5.5 Factores estratégicos del entorno

clientes: al ser un producto que va enfocado a varios nichos de mercado y de común uso, una de las ventajas es la alta demanda a nivel nacional especialmente en los municipios a trabajar dentro de la subregión norte caucana.

- La diversificación de los productos genera mayores probabilidades de aceptación en el mercado.

Proveedores: Empresa localizada en uno de los municipios con mayor productividad industrializada como lo es Villa Rica Cauca, la empresa KAYU, cuenta con aliados de la capital colombiana, además de la ciudad de Cali y Manizales quienes se comprometen a proveer insumos a la microempresa. Estar ubicados en este punto se convierte en un entorno estratégico no solo por la facilidad de acceder a insumos si no también es un punto intermedio entre los municipios claves para con los cuales se trabajan.



5.6 Barreras de entrada.

5.6.1 Barreras legales:

Para la conformación de la empresa es necesario realizar los siguientes trámites legales para su correcto funcionamiento:

- Registrar ante la cámara de comercio
- En la notoria generar el acta de constitución y estatutos
- Inscribir el establecimiento y sociedad en el registro mercantil (cámara de comercio)
- Certificación de existencia y representación legal
- Número de identificación tributaria como persona natural
- Creación de cuenta bancaria de la empresa
- Inscribir libros de la empresa en cámara de comercio
- Registrar en la caja de compensación familiar, ICBF y SENA
- Registro en la administradora de riesgos profesionales
- Inscripción a empleados en sistema de salud
- Tramitar sistema de sanidad e higiene en la secretaria de salud
- Certificación de bomberos
- Anuncio de apertura al área de planeación municipal (emprendices; 2020)

5.6.2 Economía de escala:

El sector de la cosmética y de aseo de gran importancia en la economía a nivel nacional y ocupando la quinta posición en Latinoamérica (Organización Internacional del Trabajo, 2020)

Cuando se adquiere la materia prima por minoría los costos unitarios serán más altos lo que influye en el precio final del producto. Cuando se efectúe la propuesta plasmada en el plan de negocios mediante la investigación, análisis financiero y planteamiento de actividades se disminuirá los costos por medio de la adquisición de materia prima a precio de fábrica y así brindar un producto como se actualmente se plantea.

5.6.3 Productos sustitutos:

- los Jabones Industriales comúnmente vistos en las tiendas es el único sustituto de un jabón artesanal ya que es el único que cuenta con las características necesarias para el lavado de la piel.

5.7 Análisis cualitativo de clientes y consumidores potenciales

5.7.1 Ubicación

los clientes potenciales se encuentran en los cascos urbanos de los municipios de (Santander de Quilichao, Puerto Tejada, Villarrica, Padilla y Guachené) ubicados en la zona norte del departamento del cauca.

Figura 6.
Mapa del Cauca



Nota: en la zona Norte se señala con rojo las zonas donde se pretende trabajar, la presente imagen se toma de página web las 2 orillas



5.8 Necesidades y motivaciones:

Las necesidades de los clientes según el estudio de mercado realizado son jabones corporales que sean producidos en el sector norte caucano para mayor accesibilidad y minimización del consumidor o cliente en costos de transporte siendo esto una de las motivaciones para la compra del producto al igual por las propiedades naturales que contienen.

5.9 Que compran actualmente

los jabones corporales industriales son los productos más vendidos en el mercado ya que es el que con más frecuencia se encuentra en el mercado norte Caucaño, pero actualmente en la subregión no existe una microempresa productora y comercializadora de jabones artesanales lo que generaría un plus en el mercado, otras tendencias son los productos naturistas empleados en la piel para tratarla.

5.10 Frecuencia de compra.

Según una encuesta realizada a 70 personas distribuidas en sectores como Guachené, Padilla, Santander de Quilichao y Villa Rica, la frecuencia de compra de estos productos de Jabonería varía según el tamaño familiar o disposición donde obtenemos la siguiente frecuencia.

Tabla 3

. Nivel de frecuencia de compras en días

Según	Nivel de frecuencia en compras
Familias con más de tres personas	De 8-15 días
Familias unipersonales	De 15-20 días

5.11 Grado de fidelidad y compra.

El norte del Cauca es una región colombiana donde se despliegan varios municipios como lo es Santander de Quilichao que es la segunda ciudad más importante de la región norte caucana después de la capital Popayán para el año 2011 la población del departamento ascendió a 1.330.66 personas (gobernación del Cauca; 2013, p.19) donde se encuentra diversidad cultural y raíces y donde la población se distingue por su empatía y compañerismo.

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX(57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán



Un producto nacido dentro de estos orígenes es de gran agrado lo que genera un nivel de fidelización por parte de las personas locales y conllevan a la compra del producto. Desde su empaque eco amigable hasta su propiedades naturales y medicinales generan un grado de atención respecto al cliente sobre el producto.

5.12 Análisis de la competencia

- Competidores directos:
A continuación, se presenta una lista de los competidores, cabe resaltar que estas no se distribuyen en el norte de Cauca y que en su mayoría no están legalmente constituidas lo cual no les permitiría entrar en el mercado de cadena local.

Tabla 4.
Análisis de competidores

Competidores	Aspectos positivos	Aspectos negativos	
HERBATALICAL (Cali)	<ul style="list-style-type: none"> Posicionamiento en el mercado valluno. -Variedad -especialidad 	<ul style="list-style-type: none"> -aspecto no muy bueno del producto -legalmente no constituida 	 <p>PRECIO 12.000 110g</p>
Amaru (Manizales)	<ul style="list-style-type: none"> -posicionamiento en el mercado -envíos nacionales -variedad de productos (jabón, desodorante y velas) -divulgación de eventos 	<ul style="list-style-type: none"> Costos de envíos elevados Compra no asegurada 	 <p>PRECIO 15.000 110g</p>



Jardín de Belleza	<ul style="list-style-type: none">-Posicionamiento en el mercado-Creatividad-Empaques llamativos-Envíos nacionales	Precios elevados + envíos	
LAK	<ul style="list-style-type: none">-Envíos nacionales e internacionalesPosicionamiento en el mercado-alta demanda	-difícil contacto	Productos sustitutos (no es competencia directa ya que es un proceso industrial, sin embargo, es el producto más usado)

PRECIO; 19.000 120g



PRECIO UND. 1.800 115g

5.12.1 Ubicación.

Actualmente los competidores directos a los que se enfrenta PALAVIS son de otras ciudades, la más cercanas Cali y Manizales lo cual genera una ventaja al estar establecidos a una distancia aproximada de 39km a 288km resaltando así que no se encuentra competidores de poca o gran influencia en el norte del Cauca por lo menos reportados.

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX(57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





Clientes objetivos: personas entre 21 años a 55 con facilidad económica que consuman jabones artesanales.

6. ESTUDIO DE MERCADO

Para realizar el estudio de mercado se plantean siguientes hipótesis de investigación

- La producción y comercialización de jabones artesanales es factible y se puede implantar en las zonas urbanas de los municipios de influencia
- Las características que posee un jabón influyen en la decisión de los consumidores que residen en los municipios de influencia
- El consumo de los jabones varía según el número de personas residentes en un hogar

Se aplica la ecuación de muestreo aleatorio simple para una muestra de 9715 personas según la demanda, margen de confiabilidad del 95% es decir $z=1.96$ y error estándar de 6%

$$\frac{n = \frac{(0.5)^2}{(0.06)^2 + (0.5)^2}}{(1.96)^2} = \frac{n = 0.25}{0.0036 + 0.25}}{(1.96)^2} = \frac{134}{9715} \text{ Personas}$$

El porcentaje de personas alcanzadas es del 100% referentes a la muestra.

Figura 7

. Nivel de respuesta de la encuesta online.

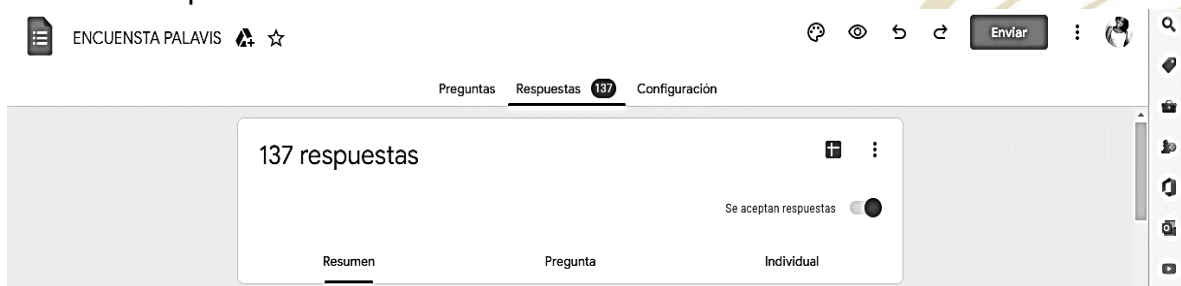




Figura 8.
contenido de la encuesta



ENCUESTA DEL PRODUCTO
PALAVIS

Por favor requerimos de tu colaboración para marcar el siguiente formato
Con el cual podremos identificar factores a mejorar y el nivel de aceptación de nuestro producto.
Le solicitamos amablemente que marque con una X según sea el Caso

1. ¿En qué municipio usted reside?

Caloto		Corinto		Miranda		Cajibío	
Santander de Quilichao		Padilla		Jámbalo		La Victoria	
Villa Rica		Buenos Aires		La Vega		El águila	
Puerto Tejada		Guachené		Las mercedes		Obando	

2. Rango de edad al cual usted pertenece.

14-20 años (Juventud)	21-55 años	Mayor de 55

3. Número de personas con las que reside

Solo	Mas de una persona

Por favor le solicitamos amablemente que responda las siguientes preguntas

- Cada cuanto se consume el jabón en su hogar

- Usaría usted nuestros productos si, no. ¿Por qué?

- ¿Qué producto de la línea de Jabones emplearías o te gusto más?

- Cambiarías algo del producto. Si la respuesta es (SI), ¿qué Cambiarías?

MUCHAS GRACIAS POR TU AYUDA.



6.1 Indicadores de la investigación

Tabla 5.

Rango de edades según encuesta de aceptación del producto.

tabla de porcentajes		
Hombre	rango de edad	
	[21-55)	50%
Mujer	[21-55)	50%

Tabla 5.1

Preferencias según los productos

preferencias del producto		
Exfoliante	44	63%
piel sensible	6	9%
control de acné y piel grasa	14	20%
control de estrías y anticelulítico	6	9%

Tabla 5.2

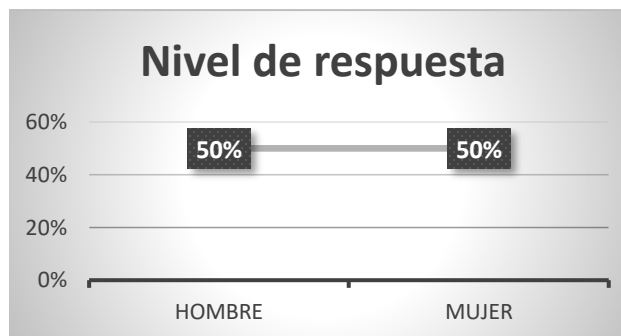
Número de personas según su composición

Número de personas en la residencia	
Una o dos personas	5%
Mas de tres personas	95%

A continuación, se tabulan los datos relacionados con el estudio de mercado realizado a 70 personas residentes del Norte del Cauca. Donde tenemos las siguientes variables: (rango de Edad) (genero) (aceptación del producto) (preferencia)

Figura 8.

Grafica de nivel de respuesta



El nivel de respuesta fue de 6.8% en referencia al alcance de la encuesta que fue de 70 personas sobre la muestra de 1087 personas donde 35 hombres y 35 mujeres respondieron el cuestionario y el 100% de los encuestados.

Figura 8.1

Grafica de preferencias prod.



Se deduce por medio de la presente grafica el nivel de preferencia de los productos ofertados en el proyecto, el jabón exfoliante a base de cúrcuma ocupa el primer lugar siendo el jabón con mayor porcentaje de agrado con un 62%, el segundo lugar lo ocupa el jabón control de acné y piel grasa ocupa el 20% y un porcentaje igualitario para el control de estrías y la piel sensible con un porcentaje del 9%.

Figura 8.2

Grafica de nro personas según residencia



Tabla 5.3

Rango de consumo en jabones corporales

Rango de consumo

De 2 – 6 días 100%

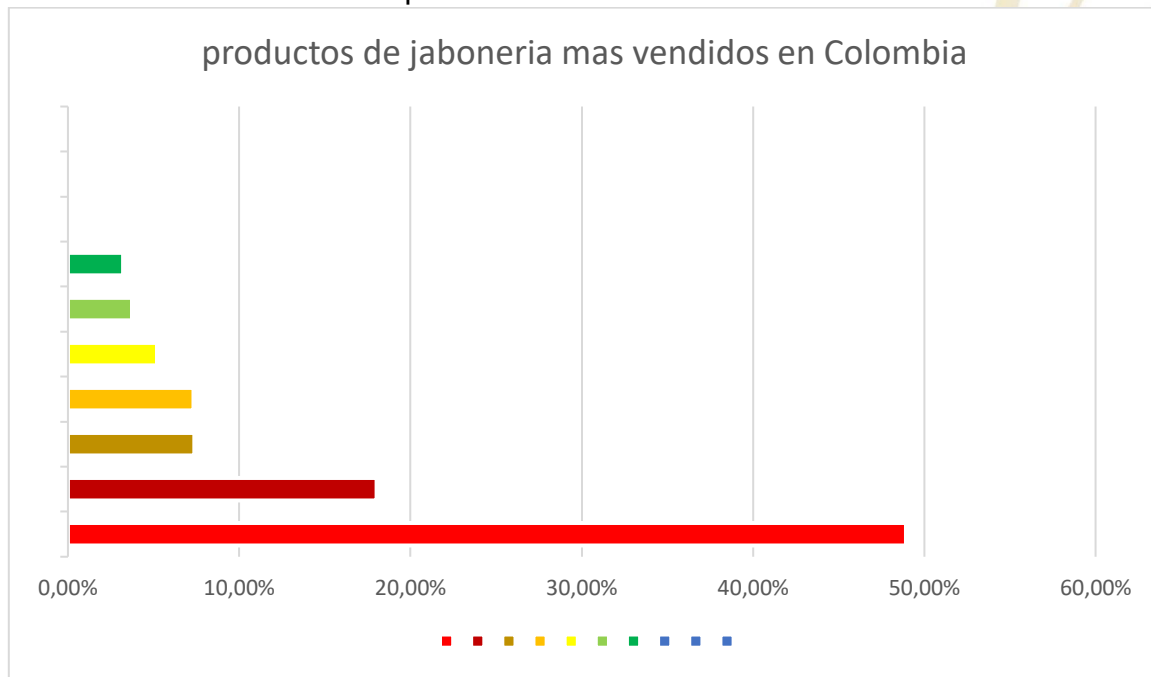
Mas de tres personas 95%

6.2 Sector donde pertenece el proyecto y estimación de tamaño de mercado.

Primordialmente se investiga sobre el mercado a nivel nacional para determinar el nivel de uso del jabón corporal industrial y ecológico. Donde se toman los datos más recientes del sistema de inteligencia comercial de Colombia y se obtiene la siguiente gráfica.

Figura 9.

Grafica en relación con los productos más vendidos en Colombia



Nota: tomado de Sistema de Inteligencia Comercial de Legiscomex.com

Tabla 6. Convención grafica

Convenciones de grafica



Preparaciones tensoactivas para lavar (incluye preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por mayor



●	Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos de tocador (incluso los medicinales), en barra, panes, trozos o piezas.	Convención al que pertenece la línea PALAVIS
●	Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema acondicionados para la venta al por menor.	
●	Los demás jabones productos, preparaciones orgánicas tensoactivos y papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados recubiertos o revestidos de jabón y detergente	Convención al que pertenece las láminas de jabón control de acné y piel grasa
●	Jabón en otras formas	
●	Los demás agentes de superficie orgánicos.	
●	Aniónicos acondicionados para la venta al por menor	
●	Los demás tensoactivos preparados para lavar y preparaciones de limpieza	

Luego de entender la convención donde pertenece el proyecto a nivel nacional se entra en el nivel departamental donde está dirigido que inicialmente es el Cauca Donde por medio de búsquedas estandarizadas en la red no fue posible hallar una empresa que se dedique a la producción y comercialización de estos productos por lo que es un punto positivo a favor del proyecto entendiendo así que los productos de la línea de aseo provienen de las empresas aledañas al Cauca como lo es el Valle del Cauca, Bogotá, Barranquilla entre otras, a continuación, se presenta una lista de las empresas productoras de jabón ecológico e industrial.

Tabla 7.

Tabla en relación con los competidores

NOMBRE DE LA EMPRESA	CIUDAD DE ORIGEN	CONCEPTO
Jardín Belleza	Cali, valle del Cauca	Fabricación y comercialización de jabones ecológicos
AMARU	Cali, Valle del Cauca	Fabricación y comercialización de jabones ecológicos
Jabonería Leydis	Calle 131 Bogotá Colombia	Fabricación de jabones y detergentes

Sedes administrativas: Claustro San José Calle 5 No. 8-58 - Los Robles Km 8 vía al sur
Sede Norte del Cauca: Calle 4 No. 10-50 Santander de Quilichao

Popayán, Cauca, Colombia

PBX (57-2) 8320225 | www.fup.edu.co | Fundación Universitaria de Popayán





		preparados para limpiar, perfumería y preparado de tocador
Herbatical	Cali Valle	Fabricación y comercialización de jabones ecológicos
Jabonería Roa Ltda.	Crra 52ª Bogotá Colombia	Fabricación de jabones y detergentes para limpiar, perfumería y preparado de tocador
Jabonera oficial	Tienda virtual	Cosméticos naturales con ingredientes de la biodiversidad colombiana
Jabones artesanales Calo	Calera, Cundinamarca	Emplea miento de aceites usados para producción de jabones artesanales
Jabonería Tusica	Vía 40 64 02 Barranquilla	Fabricación de jabones y detergentes preparados para limpiar, perfumería y preparado de tocador

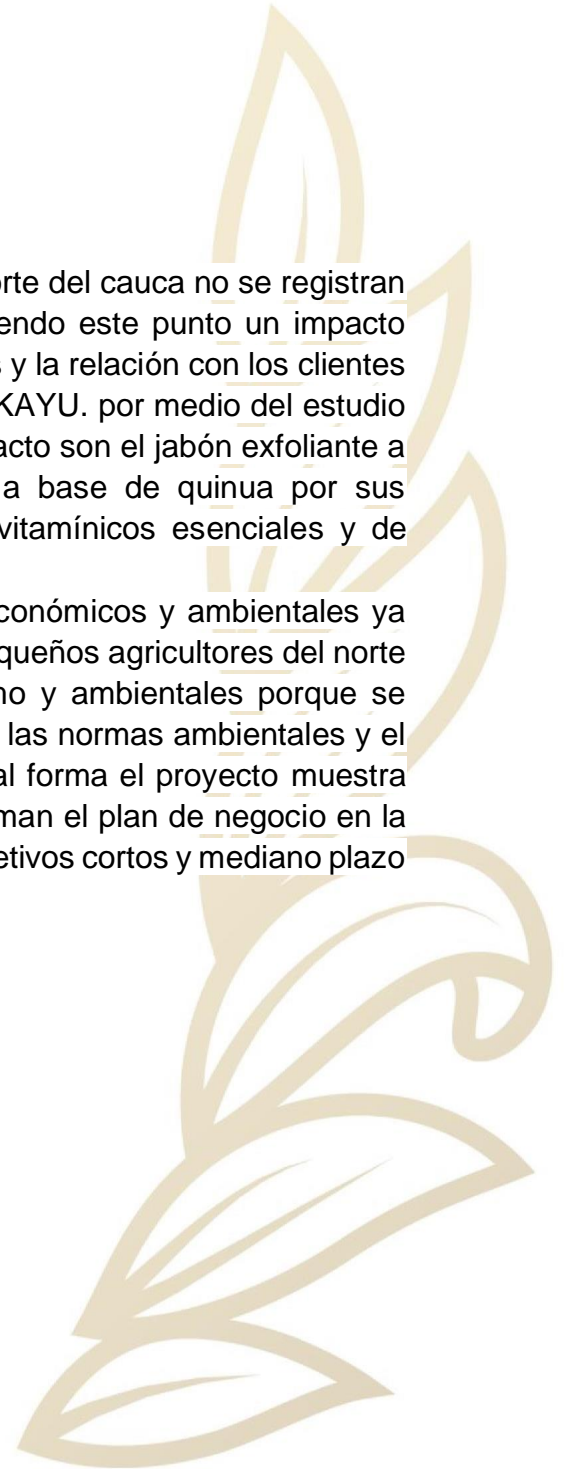
Al investigar y analizar que no fue posible identificar o encontrar una empresa o emprendimiento que realice este tipo de productos dentro del Cauca se procede a determinar la demanda respecto a la subregión donde se enfoca el proyecto teniendo en cuenta que el objetivo primordial son las zonas de influencia del norte Cauca como, padilla, puerto tejado, Guachené, Villa Rica y Santander de Quilichao (cascos urbanos)



6.3 Conclusiones del estudio del mercado

Para la realización del proyecto se resalta que en el norte del Cauca no se registran emprendimientos de jabones en barra artesanales siendo este punto un impacto positivo para el emprendimiento igualmente los precios y la relación con los clientes son puntos importantes que diferencian a la empresa KAYU. por medio del estudio de mercado se determina que el jabón con mayor impacto son el jabón exfoliante a base de cúrcuma y el jabón para la piel sensible a base de quinua por sus propiedades naturales y medicinales lo que aporta vitamínicos esenciales y de mayor interés en las personas.

La implementación del negocio adiciona beneficios económicos y ambientales ya que primeramente la materia prima se compra a los pequeños agricultores del norte del Cauca, cadenas químicas pertenecientes al mismo y ambientales porque se emplean recursos naturales, el procesamiento respeta las normas ambientales y el producto es amigable con el medio ambiente. De igual forma el proyecto muestra resultados adecuados en todos los puntos que conforman el plan de negocio en la etapa de prefactibilidad lo que permitiría cumplir los objetivos cortos y mediano plazo planteado por la empresa.





7. PLAN DE OPERACIONES Y CALIDAD

7.1 Proceso productivo.

Estado inicial.

Insumos: aceites esenciales, aceite de palma, vitamina E, plantas medicinales, Soda caustica, glicerol compacto

Suministros: el principal y suministro que se emplea son las fuentes de energía para la maquina mezcladora y agua para destilar.

Transformación:

Proceso: para iniciar con el proceso se debe hacer las respectivas **medir correctamente los ingredientes** con las cantidades necesarias de aceites y lejía, Para ello se utiliza la calculadora de saponificación.

La lejía se obtiene al mezclar la soda con el agua destilada para la mezcla se emplea los implementos de seguridad ya que este genera una reacción fuerte y un tanto caliente, mientras se deja reposar la mezcla de lejía a una temperatura accesible se procede a **filtrar los aceites** y verter en la **maquina mezcladora** junto a la lejía, se mezcla hasta obtener la traza deseada y se procede a verter los adictivos, bien sea fragancias, colorantes o esencias, en este caso la empresa KAYU no emplea colorantes ya que se obtiene un color natural de las plantas.

Cabe resaltar que las plantas medicinales que se emplean vienen en su mayoría en polvo, un ejemplo claro es la cúrcuma lo cual se adiciona a la traza y le da un color dorado, café o naranja de manera natural.

Para finalizar se cubre los moldes artesanales con papel de hornear y se vierte

la mezcla para dejar reposar de 12 a 14 horas y empezar con el **proceso de cortado** usando implementos artesanales. Finalmente se graban los jabones con la marca y se deja **curar** por 3 a 4 semanas.

Terminado el proceso y el tiempo de curado se realizan las respectivas pruebas de calidad para determinar que el pH del producto sea el adecuado.

Figura 10. Proceso de moldeado





FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

Equipo productivo: batidora, recipientes de plástico, termómetro, balanzas, cucharas plásticas, colador, moldes de madera o silicona, medidor de pH, cortadora artesanal, gotero.

Organización: para todo el proceso de producción requiere inicialmente de dos personas, al menos una capacitada y el otro como auxiliar operativo

Producto final:

Productos obtenidos: finalmente obtenemos un jabón con buena consistencia, dureza, olor agradable y espumoso gracias a sus propiedades esenciales.

Subproductos: N/A

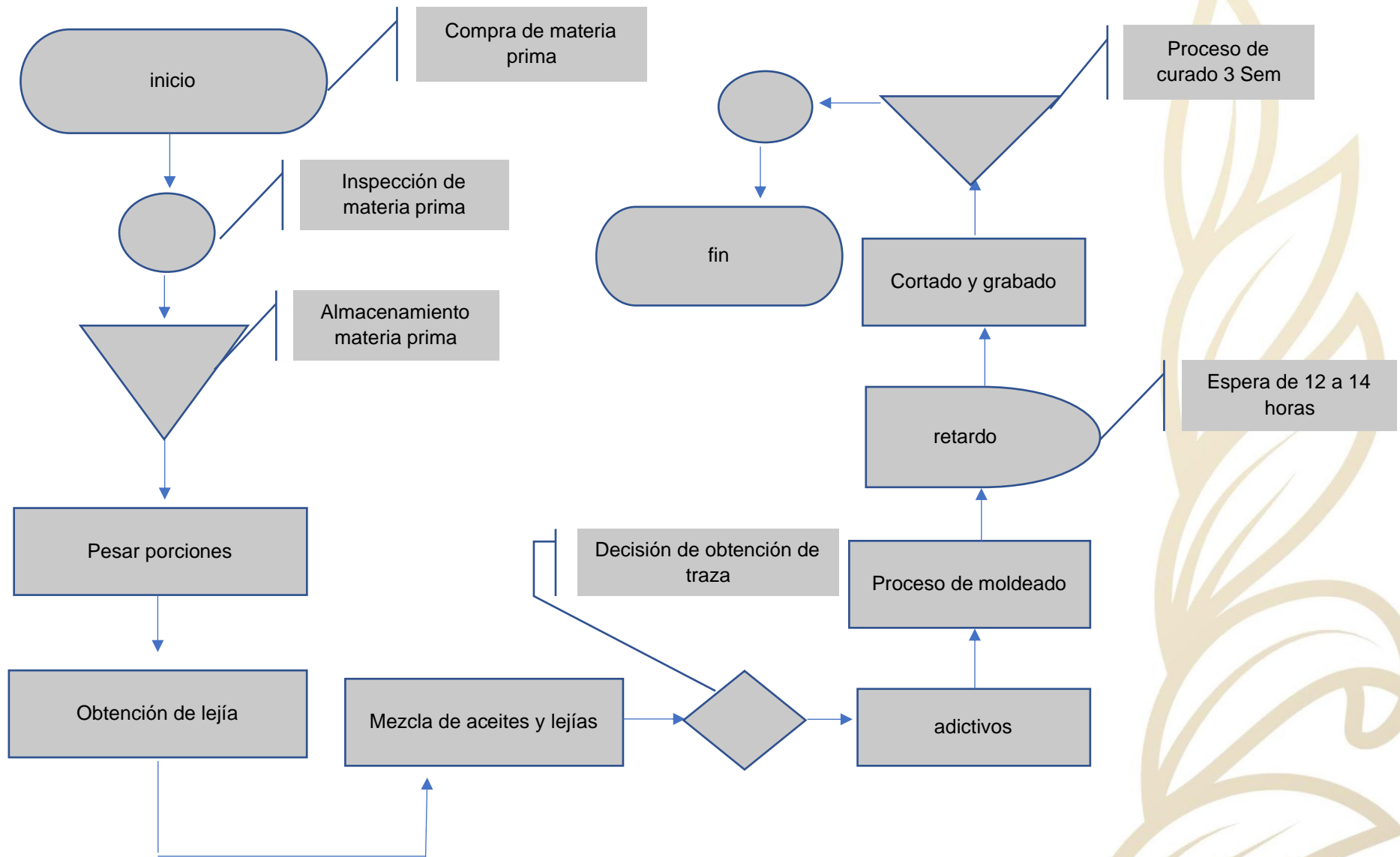
Residuos o desechos: en este caso los pequeños residuos de jabón son reutilizables en el proceso no solo de nuestro producto si no en general, en la industria jabonera usualmente los residuos de jabones son reutilizables a no ser que se realice un mal procedimiento interno que perjudique las propiedades del jabón de ser así el jabón debe de ser desechado, aunque estos casos son casi nulos, pero no imposibles.

Figura 10.1
producto terminado





7.2 Descripción y representación gráfica del proceso productivo





7.3 Diseño del sistema de producción

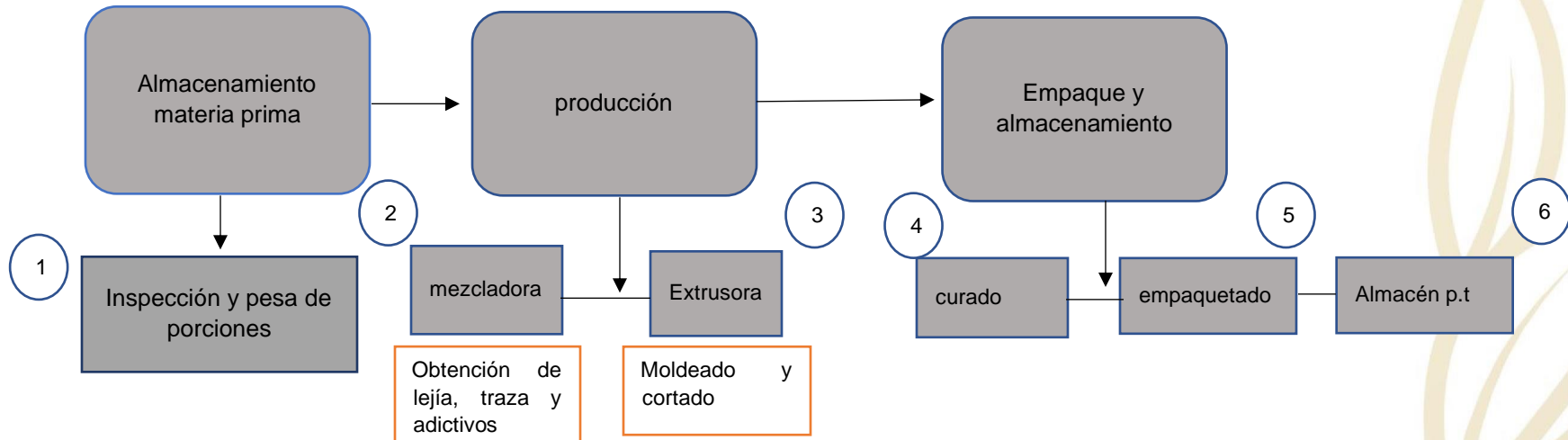
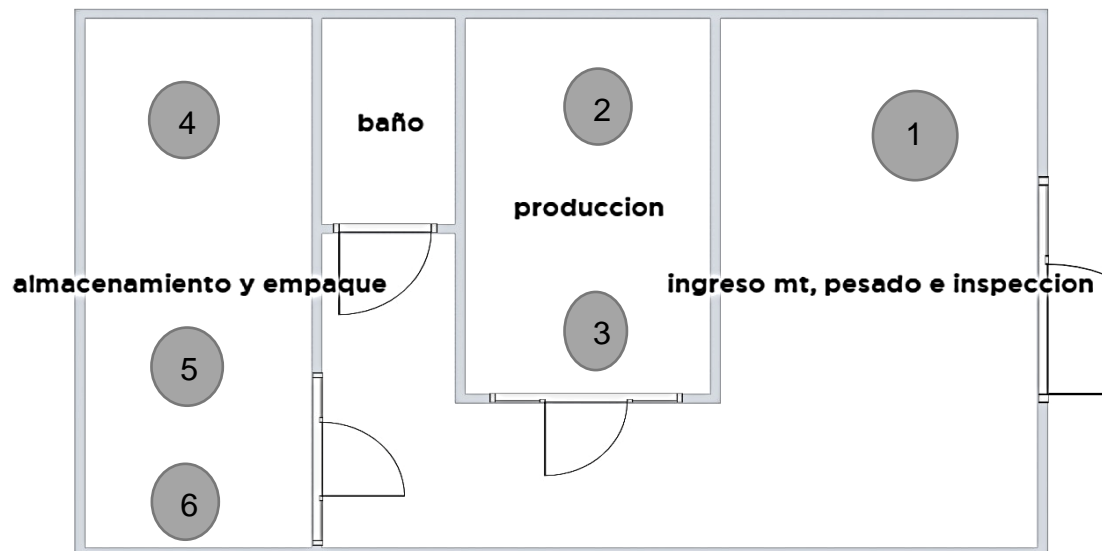


figura 11.
Distribución en planta



Cabe resaltar que la empresa cuenta con un establecimiento propio por ende se realiza la distribución del espacio con forme a las medidas y distribución actual del local



figura 12. Anexo(a)distribución en planta

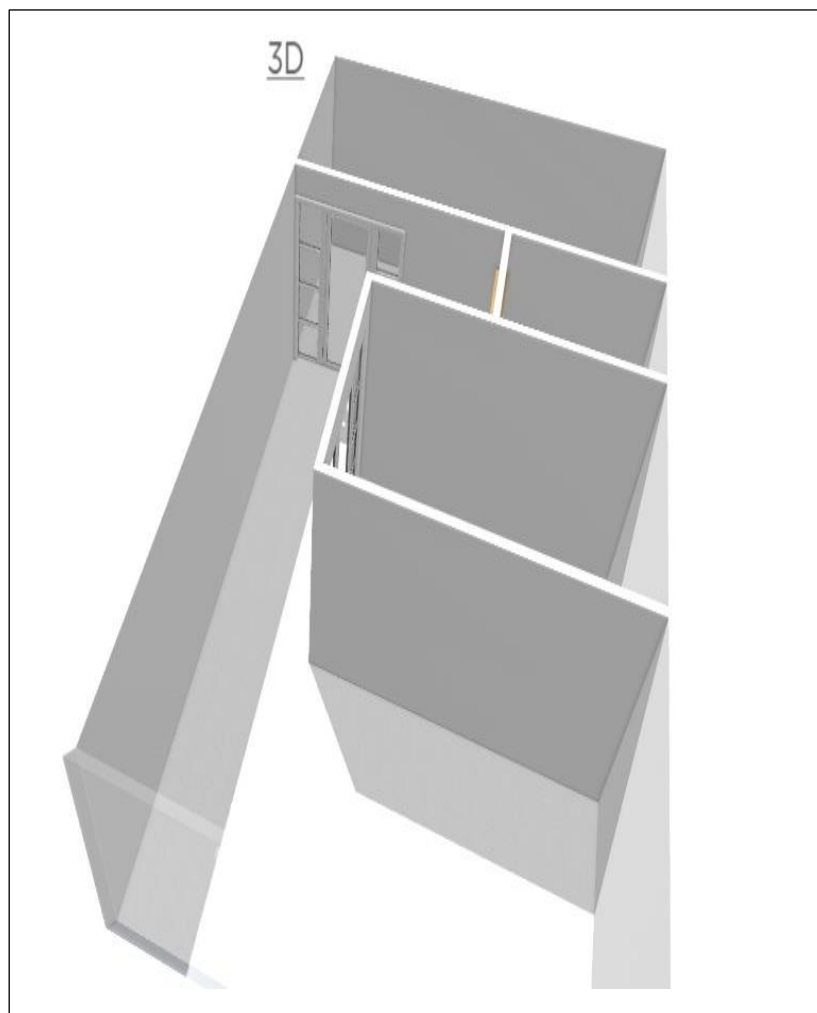


figura 12.1 Anexo (b) distribución en Planta





Tabla 8. Determinación de las materias primas e insumos para la producción.

Lista de proveedores	Localidad	Insumos que proveen	contacto
1. Sultán Quilichao	1. Santander de Quilichao	glicerol comparto, soda caustica,	https://moldeamos.com/
2. Es cosméticos	2. Bogotá	Aceites esenciales, vitamínicos.	https://www.ecosmetics.com
3. Moldeamos	3. Bogotá		https://www.beorganicolombia.com/
4. Be orgánico	4. Manizales		
Pequeños Agricultores	Villa Rica y Santander de Quilichao	Plantas medicinales	Galeria santander de quilichao, villa Rica Cauca
•Villa Colors •Fuente propia	•Villa Rica	Empaques	• 314 5116104 grafico villa Rica •
•Industria caleña	•Cali	•Aceite de palma	• 310 349 2148 jenny aguilar Aceite
Carpinteros Quilichao	Santander de Quilichao	•Moldes en maderas	• Frente a la fundacion univertiraria de popayan sede Norte



7.4 localización y tamaño de la empresa

Se procede a emplear el método de calificación por puntos para justificar la escogencia de la ubicación del proyecto.

En el departamento del Cauca se adelantaron los estudios de factibilidad en cuanto a la ubicación de la empresa donde se identifica tres posibles zonas de la subregión norte Cauca las cuales son: Santander de Quilichao, Padilla y Villa Rica las cuales en el presente ejercicio se clasificaron como zona 1, zona 2 y zona 3.

Zona 1 (Santander Q); esta zona cuenta con buenas vías de acceso presenta gran congestión vehicular, los costos de arrendamientos y servicios son altos y un nivel bajo de Seguridad.

Zona 2(PADILLA) esta zona cuenta con vías de acceso en regular estado ya que las carreteras tienen grandes huecos, cuenta con poco flujo vehicular, costos de arrendamiento aceptables al igual que los servicios públicos y el nivel de seguridad es muy bueno.

Zona 3 (Villa Rica); arrendamientos a bajo costos, servicios públicos aceptables, sin demasiado flujo vehicular, excelentes vías de acceso y buena seguridad.

Por medio del método de calificación por puntos se determinará cual sería la zona más conveniente para instalar las plantas de producción teniendo en cuenta las siguientes variables;

- Vías de acceso (ponderación 40%), costos de arrendamiento (ponderación 35%), accesibilidad a clientes (ponderación 5%), costos de servicios públicos (ponderación 15%), seguridad (ponderación 5%).

Tabla 9 . Calificación de zonas

Alternativa	Vías de acceso	Costos de arrendamiento	de Accesibilidad a clientes	Costos servicios	seguridad
Zona 1	5	1	2	1	3
Zona 2	2	4	4	4	5
Zona 3	5	5	5	5	4

Tabla 9.1 ponderación de zonas

alternativa	Vías de acceso (40%)	Costos de arrendamiento (35%)	de Accesibilidad a clientes (5%)	Costos servicios (15%)	Seguridad (5%)	sumatoria
Zona 1	2	0.35	0.1	0.15	0.15	2.75
Zona 2	0.8	1.4	0.2	0.16	0.25	3.25
Zona 3	2	1.75	0.25	0.75	0.2	4.95

Por medio del método calificación por puntos se puede determinar que la zona más factible para la ubicación de la empresa KAYU es la zona tres (Villa Rica), pues cumple con los requerimientos ponderados.

7.5 Maquinaria y tecnología requerida

Extrusora de Jabon;

la extrusora es una maquina de accion del prensado, modelado, presion y empuje donde el resultado es un molde totalmente nuevo que tendra la forma deseada según sea el diseño utilizado en la maquina que permite pbtener un molde de manera mucho mas rapida y continua agilizando el proceso y aprovechando al maximo la materia prima (Tecnobiometric; 2019)

Figura 13. Extrusora de jabón



s Km 8 vía al sur

Mezcladora industrial

Es una maquina encargada de mezclar en grandes volumenes la sustancia deseada en este caso las lejas y el acetite.

Figura 13.1
Maquina mezcladora



Moldes artesanales

Se utilizan en el proyecto para verter el jabon control de acne y piel grasa en estado liquido donde se endurecera en un par de minutos y obtendra la figura deseada, estos moldes tienen una capacidad por jabon de 115g

figura 13.2 Moldes de silicona



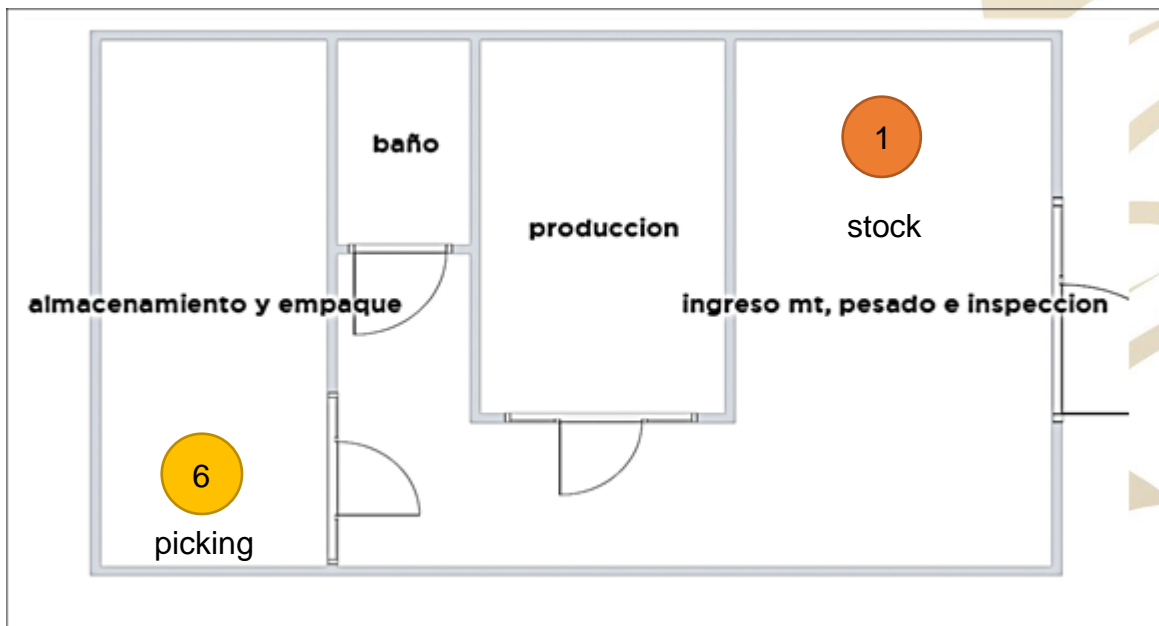
7.6 Logística de almacenamiento

La logística de almacenamiento tiene como objetivo la conservación, gestión de inventarios, almacenamiento de bienes de consumo, manipulación, medios de almacenamiento y medición (Hernández; 2004). Dentro de las principales zonas de almacenamiento el proyecto cuenta con dos que son:

Zona de descarga: es el lugar donde los vehículos hacen las descargas de mercancía procedentes de los proveedores y/o devoluciones que realizan los proveedores (García; 2014)

Zona de almacenamiento: espacio donde se almacenan productos para proceder a su expedición (García;2014). La empresa cuenta con dos áreas de zonas de almacenamiento el área de stock o reserva cuando la materia prima ingresa y es almacenada y el área de picking y despacho cuando el producto está terminado la cual se manejará por número de referencia para su categorización lo anterior se refleja en la **figura 9**.

Figura 14. distribución de planta, área de almacenamiento





8. PLAN ORGANIZACIONAL JURIDICO - TRIBUTARIO

8.1 Misión

Kayu es una empresa villaricense destacada por el aprovechamiento de las plantas medicinales mediante la producción y comercialización de jabones artesanales corporales y faciales la cual ofrece un producto agradable para el consumidor y para el medio ambiente logrando su sostenibilidad y crecimiento en el mercado de esta manera se propicia el uso de la cosmética natural para el tratamiento continuo de la piel en la población.

8.2 Visión

Para el 2027 obtener el posicionamiento de la marca PALAVIS en el mercado de los jabones artesanales corporales y faciales con base al aprovechamiento de las plantas medicinales siendo uno de los principales productores del Norte del Cauca, siendo una empresa comprometida con el medio ambiente cumpliendo las medidas de calidad, seguridad y las expectativas de los consumidores

8.3 Valores corporativos

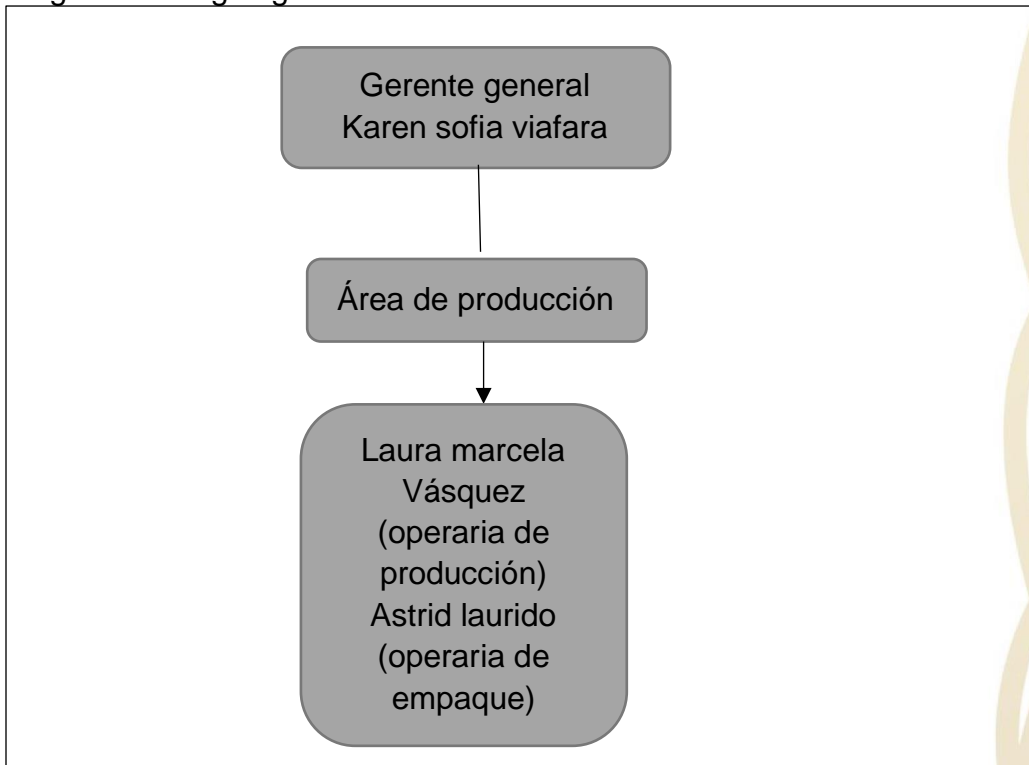
Orientación al cliente: la empresa Kayu busca a través del cliente conocer sus necesidades por tal motivo se desarrollan productos de acuerdo a las preferencias de sus consumidores basados es las necesidades.

Responsabilidad : Adoptar una cultura de responsabilidad entre toda la organización para garantizar la armonía y fortalecer el sentido de pertenencia entre trabajadores.

Condiabilidad: los productos de la empresa Kayu se caracterizan por tratar la piel de forma natural garantizando así sus propiedades medicinales y vitamínicos necesarios e informando a los consumidores los ingredientes implementados para su elaboración al igual garantizando su efectividad natural por medio de un procesamiento artesanal.

8.4 Organigrama de la empresa

Figura 15. Organigrama



Funciones, modalidad contractual y remuneracion

Gerente general

Nombre: karen sofia viafara guataquirá

Funciones:

Liderar procesos internos y externos de la empresa

Representar legalmente a la empresa ante las autoridades

Responsable por la organización y operaciones realizadas ante los accionistas.

Llevar el análisis de ingresos y egresos

Análisis y creación de libros contables de la empresa

Realización de balances.

Cuantificar horas extras

Pagos de nóminas

Afiliaciones al SSS

Velar por la salud del trabajador



Modalidad contractual: contrato escrito a termino indefinido.
Analista de calidad y medicion de la materia prima en produccion

Remuneracion: 2.492.280 de lunes a Sabado
Cotizacion por seguridad social 8.5% (211.843,8)

Produccion:

Nombre:Laura Marcela vaquez Laurido

Funciones:

Operar las diversas maquinas con el fin de llevar a cabo la correcta realizacion del producto.

Seguir las normas de calidad según los requerimientos de la empresa

Remuneracion: 1.000.000 + Auxilio de transporte

Cotizacion por seguridad social 8.5% (85.000)

Modalidad contra actual: contrato escrito a termino indefinido de lunes a viernes donde se seran distribuidas 48 horas por semana

Nombre: Astrid Laurido Palacios

Funciones:

Cortar y empacar el producto según las normas de calidad establecidas

Seguir las normas de calidad según los requerimientos de la empresa

Remuneracion: 1.000.000 + auxilio de transporte

Cotizacion por seguridad social 8.5% (85.000)

Modalidad contractual: contrato escrito a termino indefinido de lunes a viernes donde seran distribuidas 48 horas por semana

9. PLAN FINANCIERO.

A continuación, se muestra en tabla.

9.1 Supuestos iniciales del proyecto.

9.2 Costos

9.3 Capital de trabajo

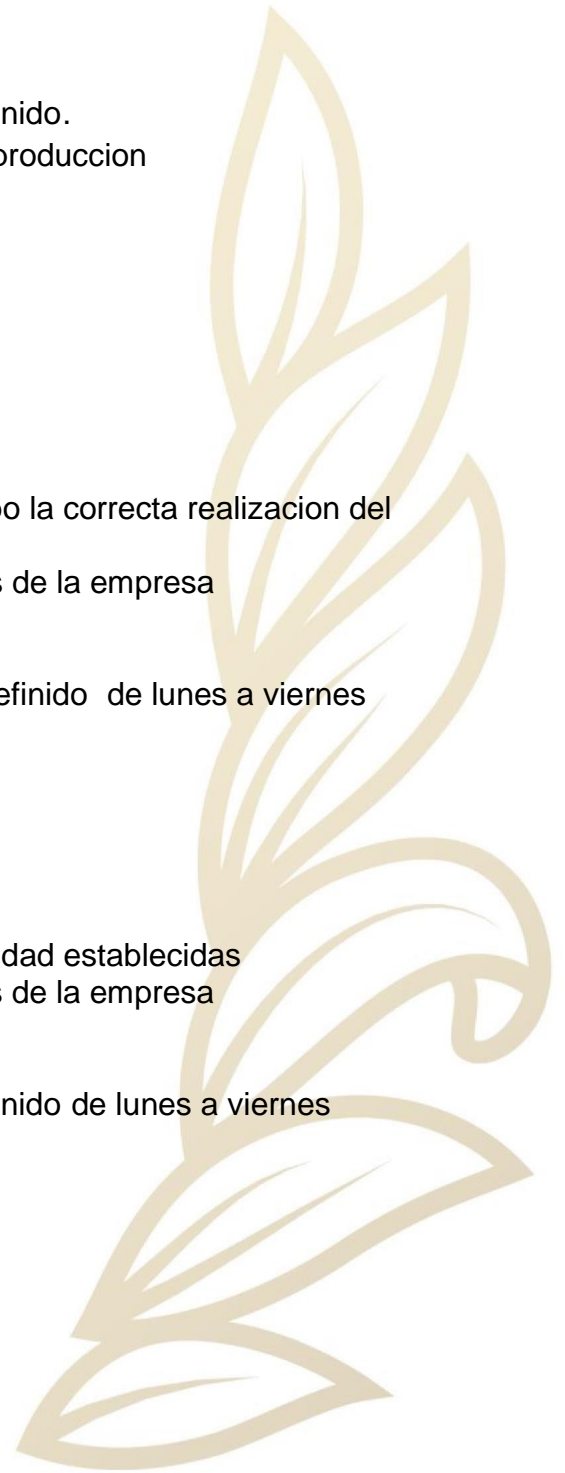




Tabla 10. Inversión preoperativa

inversiones preoperativas	
olla industrial	\$ 300.000,00
estufa industrial	\$ 1.200.000,00
recipientes	\$ 100.000,00
Extrusora	\$ 12.000.000,00
cucharones	\$ 50.000,00
Espátulas	\$ 80.000,00
Colador	\$ 50.000,00
adecuación locativa	\$ 500.000,00
tramites de legalización	\$ 10.000.000,00
Medidor ph	\$ 150.000
Total	\$ 24.430.000,00

Tabla 10.2 costos fijos

costos fijos mensuales	
costo	
trabajadores (3)	\$ 4.707.123,00
marketing	\$ 100.000,00
servicios gas	\$ 100.000,00
servicio de energía	\$ 100.000,00
servicio agua	\$ 50.000,00
empaques	\$ 1.000.000,00
total	\$ 6.057.123,00

tabla 10.1 costos variables

costos variables materia prima mensual	
costo	
aceite de palma	\$ 1.500.000,00
soda	\$ 350.000,00
esencias florales	\$ 150.000,00
esencia talco baby	\$ 150.000,00
esencia naranja	\$ 150.000,00
cúrcuma	\$ 30.000,00
quinua	\$ 30.000,00
caléndula	\$ 20.000
tomillo	\$ 30.000,00
vitamina e	\$ 80.000,00
glicerol compacto	\$ 900.000,00
total	\$ 3.390.000

Tabla 10.3 dotación

dotación cada seis meses (costos fijos)	
gafas	\$ 15.000,00
guantes	\$ 50.000,00
tapaboca lavable	\$ 30.000,00
batas	\$ 180.000,00
botas	\$ 180.000,00
total	\$ 455.000,00

Tabla 11. Capital de trabajo para sostenerse a 3 meses

Concepto	mes 1	mes 2	mes 3	total
costos fijos	\$ 6.057.123,00	-	-	6.057.123,00
Dotación	\$ 455.000,00	-	-	455.000,00
costos variables	\$ 3.390.000,00	-	-	3.390.000,00
inversión preoperativa	\$ 24.430.000,00	-	-	24.430.000,00
gastos de transporte	\$ 400.000,00	-	-	400.000,00
Gastos de papelería	\$ 100.000,00	-	-	\$ 100.000,00
total				34.832.123,00



9.4 Sistema de financiamiento.

- Prestamos bancarios
- Angeles inversionistas
- Plataformas Outsourcing
- Aplicación a financiaciones de proyectos por el estado
- Capital propio

9.5 Flujo de Caja

Según el estudio de mercado la empresa podría vender el 85% de sus productos según su oferta y recordando que es de 3060 productos mensuales se estableció según el estudio el porcentaje de participación de cada uno para determinar el precio total.

Tabla 12. Cuantificación de precio total de la mercancía ofertada

producto	% participación	Producción mensual	Precio	total
Jabón exfoliante	40%	1.224	4.000 \$	4.896.000
Jabón piel sensible	40%	1.224	4.000 \$	4.896.000
Jabón facial	20%	612	14.000 \$	8.568.000
Total				18.360.000
Ofertado el 85% de la mercancía				15.606.000

Teniendo como referencia la tabla anterior y los costos establecidos se realiza la tabla de flujo de caja donde se toma los ingresos y egresos de lo que sería el primer mes.

Para el estado de resultados se realiza la predicción del primer año donde se toma los costos y gastos mensuales que se establecieron anteriormente y se proyectan para doce meses.

9.6 Flujo de Caja y estado de resultados



Tabla 13. Flujo de caja de la empresa KAYU y estado de resultados

Flujo de caja		MES 0	
Saldo inicial			0
Ingresos			
Ventas en efectivo	\$	15.606.000,00	
Cobros de ventas a crédito	\$	-	
Cobros por ventas de activo fijo	\$	-	
Total, Ingresos	\$	15.606.000,00	
Egresos			
Compra de mercancía	\$	3.390.000	
Pago de nómina	\$	4.528.620,00	
Pago de Seguridad social	\$	381.843,00	
Empaque	\$	1.000.000,00	
Papelería	\$	100.000,00	
Pago de servicios públicos	\$	250.000,00	
Pago de publicidad	\$	100.000,00	
Total, Egresos	\$	9.750.463,00	
Flujo de caja económico	\$	5.855.537,00	

		año 0	
<u>VENTAS OPERACIONALES</u>		\$	1
venta de mercancía		\$	162.302.400
= VENTAS NETAS		\$	162.302.400
COSTOS			
material directo		\$	40.680.000
costos indirectos de producción		\$	12.000.000
= UTILIDAD BRUTA		\$	109.622.400
GASTOS OPERACIONALES			
<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>		\$	63.435.556
compra de mercancía		\$	910.000
Honorarios		\$	54.343.440
Impuestos y contribuciones		\$	4.582.116
servicios		\$	3.000.000
publicidad		\$	600.000,00
GASTOS OPERACIONALES		\$	4.800.000
transporte		\$	4.800.000
= UTILIDAD OPERACIONAL		\$	41.386.844
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$	41.386.844

Nota: para el flujo de caja se emplearon los valores de los costos especificados en la tabla 8, 8.1, 8.2 y 9 de igual manera para el estado financiero del año 1 teniendo en cuenta que se proyectan a 12 meses.



9.6.1 Proyección a tres años

Para la proyección de ventas se realiza con base a los objetivos plasmados del un incremento anual de por lo menos 1 %, para la proyección de compras se tiene en cuenta que los costos no podrían ser iguales todos los años, así que se plasma un incremento anual de 4.58% en base a los años anteriores, ya que según las estadísticas del DANE es el porcentaje de inflación.

Tabla 14. Proyección a tres años

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>VENTAS OPERACIONALES</u>				
venta de mercancía	\$ 162.302.400	\$ 163.925.424	\$ 165.564.678	\$ 167.220.325
= VENTAS NETAS	\$ 162.302.400	\$ 163.925.424	\$ 165.564.678	\$ 167.220.325
<u>COSTOS</u>				
material directo	\$ 40.680.000	\$ 42.543.144	\$ 43.394.007	\$ 44.261.887
costos indirectos de producción	\$ 12.000.000	\$ 12.549.600	\$ 12.800.592	\$ 13.056.604
= UTILIDAD BRUTA	\$ 109.622.400	\$ 108.832.680	\$ 109.370.079	\$ 109.901.834
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>				
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 63.435.556	\$ 66.340.904	\$ 67.667.723	\$ 69.021.077
compra de mercancía	\$ 910.000	\$ 951.678	\$ 970.712	\$ 990.126
Honorarios	\$ 54.343.440	\$ 56.832.370	\$ 57.969.017	\$ 59.128.397
Impuestos y contribuciones	\$ 4.582.116	\$ 4.791.977	\$ 4.887.816	\$ 4.985.573
servicios	\$ 3.000.000	\$ 3.137.400	\$ 3.200.148	\$ 3.264.151
publicidad	\$ 600.000,00	\$ 627.480	\$ 640.030	\$ 652.830
GASTOS OPERACIONALES	\$ 4.800.000	\$ 14.400.000	\$ 24.000.000	\$ 33.600.000
transporte	\$ 4.800.000	\$ 5.019.840	\$ 14.619.840	\$ 24.219.840
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 41.386.844	\$ 28.091.776	\$ 17.702.357	\$ 7.280.757
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 41.386.844	\$ 28.091.776	\$ 17.702.357	\$ 7.280.757



9.7 Punto de equilibrio

Tabla 14. Punto de Equilibrio

INFORMACION COSTOS Y VENTAS		
Costos fijos	trabajadores (3)	\$ 4.707.123,00
	marketing	\$ 100.000,00
	servicios gas	\$ 100.000,00
	servicio de energía	\$ 100.000,00
	servicio agua	\$ 100.000,00
	empaques	\$ 1.000.000,00
	papelería	\$ 100.000,00
	10	Total

Costos Variables	aceite de palma	\$ 1.500.000,00
	soda	\$ 350.000,00
	esencias florales	\$ 150.000,00
	esencia talco baby	\$ 150.000,00
	esencia naranja	\$ 150.000,00
	cúrcuma	\$ 30.000,00
	quinua	\$ 30.000,00
	caléndula	\$ 20.000,00
	tomillo	\$ 30.000,00
	vitamina e	\$ 80.000,00
	glicerol compacto	\$ 900.000,00
	total	\$ 3.390.000

Producto	Precio de venta x unidad	Costo Variable x unidad	Ventas Estimadas por Prod/Mes	
exfoliante	4.000	3.760	1.040	Unidades / mes
piel sensible	4.000	3.760	1.040	Unidades / mes
control de acné y grasa	14.000	10.519	520	Unidades / mes
Total			2.600	



	Materia Prima	Participación Costos Variables.	TOTAL
exfoliante	500	3259,62	3.760
piel sensible	500	3259,62	3.760
control de acné	4.000	6519,23	10.519

tabla 15 ecuacion de punto de equilibrio

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Contrib. Mag. Ponderada})}$$

Cálculos y Formulas

Contribución Marginal Unitaria	% de Participación en las ventas	Contribución Marginal Ponderada	Cantidad de Equilibrio General	Cantidad de Equilibrio x Prod
240	40%	96	6986	2.750
240	40%	96		2.750
3481	20%	696		1.375
	100%	888		6.874

Nota: Según los calculos para alcanzar el punto de equilibrio es necesario producir 6.986 productos



9.8 TIR y VPN

Figura 16. Formulas para hallar VPN Y TIR de un proyecto

$$VPN = \sum_{t=0}^n \frac{Ft}{(1+i)^t} \quad TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	\$ 18.358.776,21	TASA DE RETORNO (TIR)	97%
----------------------------------	-----------------------------------	------------------------------	------------

año	flujo de caja	valor presente
0	-\$ 5.855.537,00	-\$ 5.855.537,00
1	\$ 5.914.092,370	\$ 5.527.189,13
2	\$ 5.873.279,277	\$ 5.129.949,58
3	\$ 5.914.269,793	\$ 4.827.805,88
4	\$ 5.914.679,698	\$ 4.512.280,82
5	\$ 5.914.683,797	\$ 4.217.087,80

Para hallar la el valor presente neto se emplea la fórmula de Excel = (año 0 + VNA (interés; selección flujo de caja año 0 hasta el último año))

valor presente = flujo de caja/ (1+7%)^año

Para hallar la TIR se emplea la fórmula de Excel = TIR (selección flujo de caja año cero hasta el último;(interés))

Interés propuesto del 7%
Objetivo de crecimiento anual según objetivos y estudio de mercado 1%.
Para el año cero se toma el valor de flujo de caja especificado en la tabla.

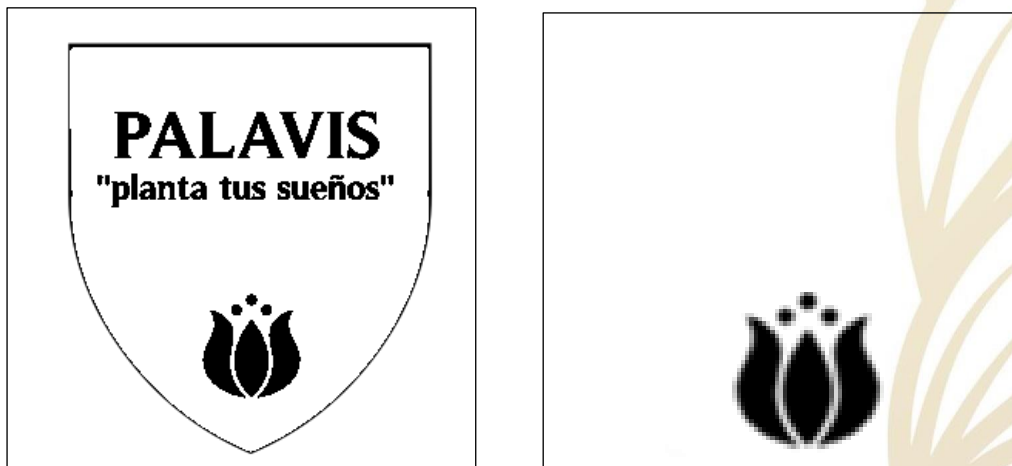
10. MARKETING

PALAVIS es la marca de jabón del proyecto KAYU la cual tiene como “planta tus sueños” a continuación se plantea la propuesta de logo, eslogan y empaque.

10.1 Estrategia de producto

10.1.1 Marca y eslogan

Figura 17. Marca y eslogan de la empresa



10.1.2 Empaque

figura 17.1 empaque actual del producto





FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

Figura 17.2 empaque actual



Figura 17.3 Propuesta empaque



Nota: la propuesta de empaque es para la producción en masa, lo que se desea lograr es la estructura y material de empaque de la figura mas la personalización e impresión de la marca es distinta a planteada.

10.2

Penetración y comercialización





FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

PALAVIS

IDENTIFICACIÓN DE CAMPAÑA

NOMBRE DE CAMPAÑA: PALAVIS planta tus sueños

· **PRODUCTO AL QUE SE VA A REALIZAR LA CAMPAÑA:** Jabones corporales y faciales a base de plantas medicinales.

· **ENTREGA:** Avances de campañas publicitaria a la entidad correspondiente y propietaria de la microempresa.

· **CONTACTO:** Propietaria: karen Sofia Viafara

DATOS DE CONTACTO

Cel. 3207800201

Correo. Kasovi13@hotmail.com

Dirección. Crra 5ª #3-47 villa Rica – Cauca

NECESIDAD DE LA CAMPAÑA

· **ANTECEDENTES:** finalidad principalmente de un prototipo enriquecido en vitaminas al igual que minimizar los daños causados por el mal trato de nuestro cuerpo y la radiación solar.

· **NECESIDAD DE LA MARCA:** dejar una gran huella en nuestra diversidad de clientes, y que permita el consumo de nuevo y haya diferencia hacia la competencia.

· **PROYECTO A REALIZAR:** la activación de las redes sociales por medio de ellas mostrar los productos y así llegar a más personas y visibilizando la marca y los beneficios que tiene.

ARQUETIPO DEL CLIENTE

- **INSIGHTS:** Acercar al cliente e involucrarlo en la reactivación de las TIC para una mayor facilidad de consumo.

- **ESTRUCTURA DEL MENSAJE A COMUNICAR:** Se realizará Post Publicitarios con el objetivo de invitar a evento (Café) Donde se exhibirá el producto, se realizará charlas sobre los beneficios del producto, y se vincularan clientes fijos.

· **RACIONAL:** Resaltar los beneficios del producto y relacionar la población de consumo para los compradores mayoristas.

· **EMOCIONAL:** Generar la necesidad del producto desde la variedad en sus propiedades y beneficios.

· **REASON WHY:** Para la reactivación de las TIC como medio de comunicación y acercamiento del cliente para con el producto. Al igual la actividad de (TARDE DE CAFÉ) Quiriendo integrar a los clientes y nuevos clientes, capacitándolos sobre los beneficios del producto quiriendo promocionar la marca y quiriendo llegar a mayor público.



LO QUE NO SE DEBE DAR A ENTENDER

- **POSIBLES OBSTÁCULOS EN LA COMUNICACIÓN:** No se genera cambios en: Precio, componentes, etc. Sino que se Reactiva la marca con mayor alcance al público.
- **PIEZAS A DESARROLLAR:** crear un post para Instagram donde muestre a las personas una invitación se llamará COFFEE BATH con tonalidades cálidos en la naturaleza, con el producto a ofrecer y sus beneficios y necesidades de cada cliente y con la fecha y hora donde se hará la presentación.
- **GUÍAS EJECUCIONALES:** habrá un grupo de impulsadoras que enseñaran y explicaran todo acerca de la marca y el producto.
- **LEGALES: PALAVIS ingredientes:** hidróxido de sodio%, agua destilada ml, aceite base (coco, manteca, resino) kg, plantas medicinales, vitamina E.
- **CRONOGRAMA DE ENTREGA:**

FECHA	HORA	ACTIVIDAD	FINALIDAD
9 de julio	5pm	Se expondrá el producto natural los tipos de jabones y luego ensayo de ellos.	Que el producto se dé a conocer más y su consumo vaya aumentando y los clientes encuentren el producto necesario a partir de la necesidad de cada uno.
6 de agosto	5pm	Se expondrá el producto natural los tipos de jabones y luego ensayo de ellos.	Que el producto se dé a conocer más y su consumo vaya aumentando, y el producto llegue a más gente



11. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio de mercado realizado en Colombia el sector de la cosmética natural y aseo ocupa el quinto lugar en participación del mercado en toda Latinoamérica (cámara de la industria cosmética y aseo – ANDI, 2017) esto se debe a que hoy en día la población se enfoca a consumir productos que sean amigables con el medio ambiente y naturales. En Colombia se han establecido diversas normas que favorece a la conservación y preservación de recursos naturales como se evidencia en el código nacional de recursos naturales, renovables y de protección del medio ambiente donde se plantean normas y ayudas que fortalecen e impulsan a nuevos emprendedores a crecer por medio de aplicativos nacionales, departamentales y locales.

Se concluye que el proyecto es viable ya que posee elementos adecuados para un desarrollo positivo, los jabones PALAVIS cumplen con los parámetros estándar para su buen consumo, su formulación y empaque es eco amigable lo que concientiza a las personas e incrementa el nivel de interés por el buen trato al medio ambiente, los bajos costos son la clave para que el producto sea accesible al consumidor esto se da gracias a la localización y biodiversidad de la zona en la cual está establecido el proyecto al igual porque su procesamiento es en frío lo que genera menores costos.

Los productos PALAVIS son aceptados por los consumidores ya que con los estudios realizados se puede concluir que más del 99% de la muestra reflejan aspectos positivos de aceptación, el mercado norte caucano no se encuentra saturado y la implementación del proyecto impactaría de buen modo en aspectos sociales, económicos y ambientales en las zonas.

El proyecto refleja un resultado favorable en todas sus fases teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la empresa es la producción en masa adquiriendo así la maquinaria necesaria para su buen funcionamiento supliendo la demanda y llegando al punto de equilibrio en un par de años. Con los resultados de la etapa de prefactibilidad se determina que es muy probable cumplir con los objetivos planteados a corto, mediano y largo plazo.

Por último se destaca que en las zonas del Norte del Cauca no fue posible encontrar emprendimientos de este tipo por lo que se concluye que no existen proyectos de esta índole en las zonas siendo un impacto positivo para la empresa.



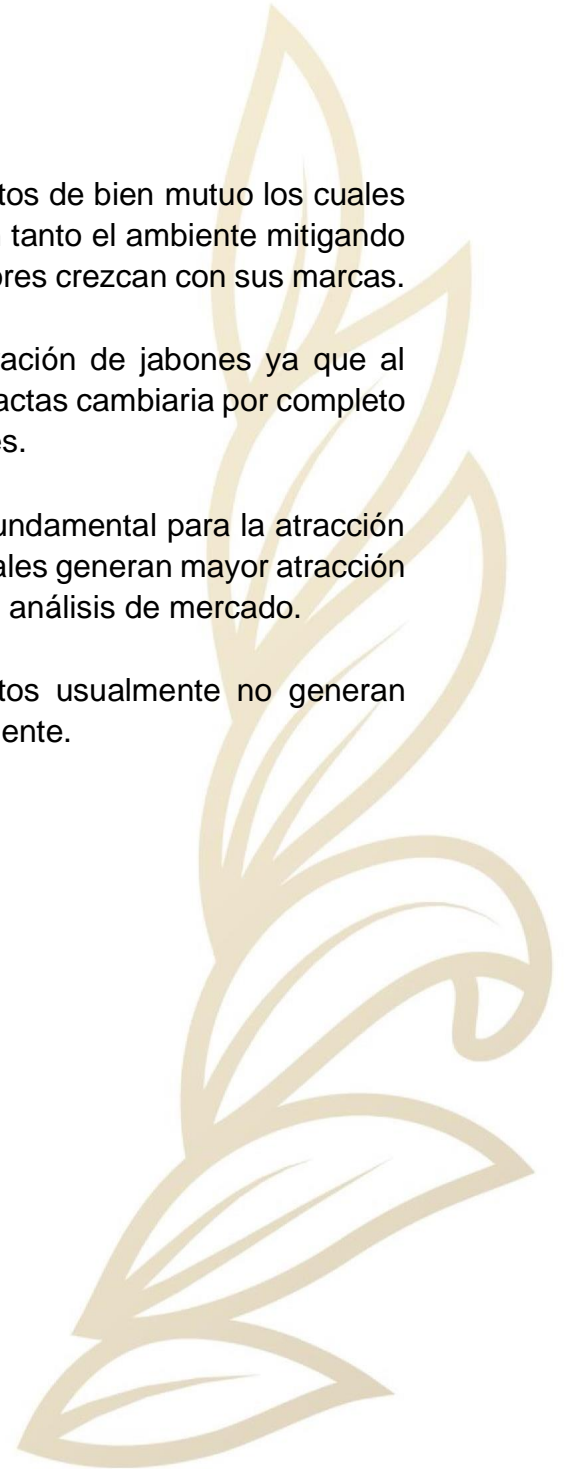
12. RECOMENDACIONES

Es fundamental promover proyectos de emprendimientos de bien mutuo los cuales reciban apoyo de parte del gobierno ya que benefician tanto el ambiente mitigando impactos negativos y ayuda a que nuevos emprendedores crezcan con sus marcas.

Se recomienda tener estudios previos para la elaboración de jabones ya que al realizar un mal procedimiento o el no tener medidas exactas cambiaria por completo el resultado final lo cual influiría en el PH de los jabones.

La imagen y estética en los productos son una base fundamental para la atracción de clientes combinar estos factores con orígenes naturales generan mayor atracción al consumidor esto según los estudios realizados en el análisis de mercado.

Promover el uso de productos naturales ya que estos usualmente no generan desechos químicos y ayudan a proteger el medio ambiente.





13. REFERENCIA

Máquinas Extrusoras de plástico. Qué son y para qué sirven. (2019, 18 enero).

TecnoBioMetric. Recuperado 8 de octubre de 2022, de <https://www.tecnobiometric.com/maquinas-extrusoras-de-plastico-que-son-y-para-que-sirven/>

Díaz, J. (2020, abril 6). *Trámites y certificados necesarios para crear una empresa en Colombia.* Emprendices. <https://www.emprendices.co/tramites-certificados-crear-empresa-colombia/>

Tomado de: YD maquinas industrial

García Sarmiento, M. P., & Ruiz Gaitán, M. A. (2020). Plan de negocio para la producción y comercialización de jabón artesanal corporal a partir de aceites vegetales reciclados en la ciudad de Tunja.

Canvanizer. (s. f.). CANVA. Recuperado 15 de marzo de 2022, de <https://canvanizer.com/>

P, A. (2022, 7 marzo). *Lean Startup y Marketing Online | Formación y Consultoría.*

Innokabi. Recuperado 15 de marzo de 2022, de <https://innokabi.com/>



Centro de memoria histórica. (s. f.). [Grafico]. municipios del Norte del cauca.

<https://centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/recorridos-por-paisajes-de-la-violencia/img/cauca/mapa-municipios-topografia.jpg>

Ortiz, M. (2014, 14 abril). *Flujo de caja en Excel.* <https://exceltotal.com/flujo-de-caja-en-excel/>

Our Kraft brown box is made to securely hold your soap and its fragrance. (2022, 25 octubre). <http://juliannfjim8.blogspot.com/>

MSN | Nieuws van de Dag | Nieuws, Sport, Weer, Horoscoop | Hotmail | Outlook inloggen. (s. f.). MSN. Recuperado 25 de octubre de 2022, de <http://www.msn.com/nl-nl/?!>

Valor Presente Neto - VPN. (s. f.). Finanzas en Linea. Recuperado 25 de octubre de 2022, de <https://www.finanzasenlinea.net/2019/01/valor-presente-neto-vpn.html>

Plantilla Excel: Estados Financieros (NIIF) 2022. (2022, 1 mayo). Tu Excel Online. <https://www.tuexcel.online/contabilidad/estados-financieros-niif>

Tipos de contratos laborales que existen en Colombia y en qué consiste cada uno. (2020,5diciembre).



infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2020/12/05/tipos-de-contrato-laborales-que-existen-en-Colombia-y-en-que-consiste-cada-uno/>

Cosmética Natural. (s. f.). Amaru Portabebés. Recuperado 26 de octubre de 2022, de <https://www.amaru.co/cosmetica-natural>

indicadores socioeconomicos villa rica cauca - Zoeken. (s. f.). Recuperado 29 de octubre de 2022, de

<https://www.bing.com/search?q=indicadores+socioeconomicos+villa+rica+cauca>

Indicador socio económico de Padilla 2013. (2015, 13 abril). Gobernación del Cauca. <https://anterior.cauca.gov.co/informes/indicador-socio-economico-de-padilla-2013>

indicadores socioeconomicos puerto tejada - Zoeken. (s. f.). Recuperado 29 de octubre de 2022, de <https://www.bing.com/search?q=indicadores+socioeconomicos++puerto+tejada>

Pérez, F. (2018, 12 septiembre). *Estudio socioeconómico de Santander de Quilichao*. <https://repository.agrosavia.co/handle/20.500.12324/22687>

Indicador socio económico de Guachené 2013. (2015, 13 abril). Gobernación del Cauca. <https://anterior.cauca.gov.co/informes/indicador-socio-economico-de-guachene-2013>



Indicadores Económicos. (s. f.). Recuperado 29 de octubre de 2022, de

<https://www.dane.gov.co/index.php/67-espanol/servicios-dane/indicadores-economicos>

La inflación anual de Colombia a octubre alcanzó el 4,58 %. (2021, 6 noviembre).

infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/11/06/la-inflacion-anual-de-colombia-a-octubre-alcanzo-el-458/>

Chirani, M. R., Kowsari, E., Teymourian, T., & Ramakrishna, S. (2021).

Environmental impact of increased soap consumption during COVID-19 pandemic: Biodegradable soap production and sustainable packaging.

Science of the Total Environment, 796, 149013.

<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.149013>

