Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Jabón a base de Aceites Comestibles Reutilizables en el Municipio de Aguachica, Cesar

Reyes Reyes Danna Lorena
Vergara Rodríguez Dayanis Maireth

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2022

Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Jabón a base de Aceites Comestibles Reutilizables en el Municipio de Aguachica, Cesar

Reyes Reyes Danna Lorena

Vergara Rodríguez Dayanis Maireth

Director

Yazmin Hernández Álvarez

Magister en Desarrollo Empresarial

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica

Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas

Programa de Administración de Empresas

Aguachica, Cesar

2022

Nota de Aceptación

_____

_____

_____

_____

Director del proyecto

Evaluador 1

Evaluador 2

Aguachica-Cesar, Fecha de sustentación (con Día 20 de Mes 12 del Año 2022).

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado primeramente a Dios, nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional, enseñándonos a luchar y hacer realidad nuestros sueños, sin importar las circunstancias.

Reyes Reyes Danna Lorena

Vergara Rodríguez Dayanis Maireth

Agradecimientos

En primer lugar, dar las gracias a Dios, a nuestros padres Wilfer Reyes-Lorena Reyes (Danna Reyes) y Francisco Vergara-Zenaida Rodríguez (Dayanis Vergara) por su apoyo incondicional. A la docente Yazmin Hernández por ser participe en este proceso y brindarnos su tiempo, sin ellos no se habría llevado a cabalidad este proyecto. Gracias por el amor, la dedicación, la comprensión y por permitirnos hacer realidad el sueño de ser Administradoras de Empresas. Con la ayuda de nuestros familiares y en especial de la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica, que ha sido de gran ayuda para formarnos como profesionales damos por terminado este proyecto.

Tabla de Contenido

Pág.

Introducción 19
1. Título 21
1.1 Planteamiento del Problema 21
1.2 Objetivos 22
1.2.1 Objetivo general. 22
1.2.2 Objetivos específicos 22
1.3 Justificación 23
1.3.1 Valor teórico. 24
1.3.2 Relevancia social. 24
1.3.3 Implicaciones prácticas. 24
1.3.4 Utilidad metodológica. 25
1.4 Delimitación 25
1.4.1 Delimitación teórica-temática. 25
1.4.2 Delimitación temporal. 26

1.4.3 Delimitación contextual. 26

2 Marco Referencial 29
2.1 Antecedentes 29
2.1.1 Antecedentes históricos. 29

2.1.2 Antecedentes investigativos. 30

2.2 Marco Teórico 32
2.3 Marco Conceptual 35
2.3.1 Definición de conceptos 35

2.4 Marco Legal 36
3 Aspectos Metodológicos de la Investigación 38
3.1 Enfoque y Tipo de Estudio 38
3.2 Diseño de la Investigación 39
3.3 Formulación de Hipótesis 39
3.4 Sistema de Variables 40
3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra 40
3.5.1 Población 40

3.5.2 Método de muestreo. 41

3.5.3 Determinación de la muestra. 41

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información. 42

3.6.1 Fuentes de información primarias. 43

3.6.2 Fuentes de información secundaria. 43

3.7 Procedimiento 43

3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información 44

4 Esquema Temático 45

4.1 Objetivo: Identificar Mediante un Estudio de Mercado el Nivel de Aceptación que tendrá la Empresa, Mercado Meta, Canales de Distribución, entre otros 45

4.1.1 Mercado Meta. 53

4.1.2 Marketing Mix. 54

4.1.3 Identificación y análisis de la competencia. 58

4.1.4 Canales de Distribución. 58

4.1.5 Proyección de ventas a 5 años. 60

4.2 Objetivo: Determinar los Requerimientos Técnicos y Administrativos para la Puesta en Marcha de la Misma 60

4.2.1 Requerimientos Técnicos 61

4.2.2 Macrolocalización 61

4.2.3 Microlocalización. 62

4.2.4 Diagrama de flujo del proceso de producción 63

4.2.5 Materia prima del producto..... 66

4.2.6 Máquinas de producción..... 67

4.2.7 Determinación de precio del jabón artesanal. 74

4.2.8 Muebles y enseres. 75

4.2.9 Distribución de la planta. 76

4.3 Requerimientos Administrativos..... 76

4.3.1 Tipo de empresa y objeto social..... 76

4.3.2 Nombre. 77

4.3.3 Logotipo. 77

4.3.4 Misión. 78

4.3.5 Visión. 78

4.3.6 Valores. 78

4.3.7 Estructura organizacional..... 79

4.3.8 Manual de funciones 80

4.3.9 Costos y gastos de administración. 83

4.4 Objetivo: Establecer el Impacto Ambiental que Pueda Llegar a Generar la Empresa……..84

4.4.1 Normatividad Ambiental 84

4.5 Objetivo: Elaborar un Estudio Financiero para Conocer la Viabilidad Económica de la Empresa 85

4.5.1 Análisis 88

Discusión 90

Conclusiones 91

Recomendaciones 92

Bibliografía 93

Lista de Figuras

Figura 1 Mapa del Municipio de Aguachica, Cesar 27

Figura 2 Población de Aguachica, Cesar 28

Figura 3 Que tipo de Jabón de tocador prefiere 46

Figura 4 Cuantos jabones consume mensualmente 47

Figura 5 ¿Cuál es la característica que busca entre las opciones del mercado? 47

Figura 6 ¿Que lo motivaría a cambiar la marca de jabón que utiliza actualmente? 48

Figura 7 ¿Ha utilizado jabones artesanales y/o naturales? 49

Figura 8¿Cuál ha sido la razón para no utilizar este tipo de jabón? 49

Figura 9 ¿Estaría dispuesto a cambiar el jabón que utiliza por uno artesanal? 50

Figura 10 ¿Considera importante que se elabore un jabón a base de aceite reciclado, como contribución a la preservación del medio ambiente? 51

Figura 11 ¿Qué precio pagaría por este tipo de jabón? 51

Figura 12 ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre este tipo de jabón? 52

Figura 13 Canales de distribución del Jabón artesanal 59

Figura 14 Macrolocalización del municipio de Aguachica, Cesar 62

Figura 15 Diagrama de flujo del proceso productivo 63

Figura 16 Estufa industrial 67

Figura 17 Mesón industrial 68

Figura 18 Olla en acero 68

Figura 19 Moldes 69

Figura 20 Balanza gramera 70

Figura 21 Set de cucharas de madera 71
Figura 22 Balde en acero 71
Figura 23 Coladores 72
Figura 24 Embudo 72
Figura 25 Caja de plástico 73
Figura 26 Toallas absorbentes 73
Figura 27 Toallas de tela 74
Figura 28 Distribución de la planta 76
Figura 29 Estructura organizacional 79

Lista de Tablas

Tabla 1 Sistema de variables 40

Tabla 2 Método estadístico para determinar la muestra 41

Tabla 3 Presentación del producto 55

Tabla 4 Presentación del producto, Contenido, Precio por unidad 56

Tabla 5 Proyección de ventas a 5 años 60

Tabla 6 Materia prima del producto 66

Tabla 7 Determinación de precio del jabón artesanal 75

Tabla 8 Muebles y enseres 75

Tabla 9 Perfil de cargos gerente general 80

Tabla 10 Perfil de cargos jefe financiero 81

Tabla 11 Perfil de cargos jefe de producción 81

Tabla 12 Perfil de cargos jefe de ventas 82

Tabla 13 Costos de administración de personal (Nomina) 83

Tabla 14 Gastos administrativos 83

Tabla 15 Costos de producción 86

Tabla 16 Presupuesto de inversión 86

Tabla 17 Estado de resultados 87

Tabla 18 Balance general 87

Tabla 19 TIR y VPN 88

Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta**……pág.** 101

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo general proponer la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el Municipio de Aguachica Cesar, dado que por la cultura de esta población, el consumo de frituras es alta y esto genera una gran producción de residuos de aceites vegetales, las cuales se les da una inadecuada disposición tirándolo por los sifones o en la basura y al final terminan en quebradas, ríos o cualquier fuente hídrica; ocasionando daños irreversibles al planeta. Frente al proceso de este trabajo se realizó un análisis de la problemática del municipio y se describió el problema identificando, el impacto social y el mercado potencial. Este proyecto es una investigación mixta o multimodal porque permite integrar variables cualitativas y cuantitativas que brinden un amplio panorama del objeto de estudio; siendo de tipo descriptivo, ya que su propósito es identificar las características, propiedades, dimensiones y regularidades del fenómeno. Por consiguiente, se realiza un cálculo poblacional para el estudio de mercado y el resultado arrojo que ha 383 habitantes de Aguachica puede ser aplicada; Teniendo en cuenta el desarrollo de los objetivos, el primero que corresponde al estudio de mercado, demuestra que el producto tendrá gran aceptación y que la propuesta es viable comercialmente; en el caso del estudio técnico y administrativo da paso a la estructuración y consolidación física de la empresa para lograr impactar con las correctas funciones y la sincronización de los procesos; seguidamente se investiga sobre el impacto ambiental y se identifica aspectos positivos que tiene la naturaleza al realizar este proyecto el cual se alinea con los estándares de calidad exigidos ; seguidamente con el estudio financiero la empresa tendrá una rentabilidad sobre el 50% de utilidad y puede aspirar a alcanzar una ventaja competitiva frente al mercado.

Palabras clave: Aceite, Artesanal, Consumidor, Jabón, Reciclar.

Abstract

The general objective of this research is to propose the creation of a company that produces and markets soap based on reusable edible oils in the Municipality of Aguachica Cesar, given that due to the culture of this population, the consumption of fried foods is high and this generates a great production of waste vegetable oils, which are disposed of inappropriately by throwing them into siphons or in the trash and ultimately ending up in streams, rivers or any water source; causing irreversible damage to the planet. Faced with the process of this work, an analysis of the problems of the municipality was carried out and the problem was described, identifying the social impact and the potential market. This project is a mixed or multimodal investigation because it allows the integration of qualitative and quantitative variables that provide a broad overview of the object of study; being of a descriptive type, since its purpose is to identify the characteristics, properties, dimensions and regularities of the phenomenon. Therefore, a population calculation is made for the market study and the result that has 383 inhabitants of Aguachica can be applied; Taking into account the development of the objectives, the first that corresponds to the market study, shows that the product will have great acceptance and that the proposal is commercially viable; in the case of the technical and administrative study, it gives way to the structuring and physical consolidation of the company to achieve an impact with the correct functions and the synchronization of the processes; Next, the environmental impact is investigated and positive aspects of nature are identified when carrying out this project, which is aligned with the required quality standards; Then, with the financial study, the company will have a profitability of over 50% of utility and can aspire to achieve a competitive advantage over the market.

Keywords: Oil, Artisanal, Consumer, Soap, Recycling.

Glosario

Aceite vegetal: Se utiliza para la alimentación, también, son utilizadas con fines industriales dependiendo del tipo de materia prima se utiliza un método u otro para su extracción y elaboración. Esto es así porque es necesario separar el líquido (aceite) de la parte sólida (BUNGE, 2022).

Artesanal: Son todos aquellos productos elaborados mediante técnicas tradicionales o manuales, sin que intervenga un proceso industrial (Significados artesanal, 2022).

Consumidor: Son las personas que consume o utiliza los bienes que se ofrecen para satisfacer las necesidades o deseos. El consumidor no necesariamente tiene que ser recurrente, puede ser quien compra el producto o servicio para satisfacer sus necesidades o deseos una única vez (RevistaPyM, 2022).

Empresa: Es una organización de una, dos o más personas que tienen una actividad profesional y unos objetivos comunes orientados a la ganancia de beneficios (StelOrder, 2022).

Jabón: Es un producto que sirve para la higiene personal y para lavar determinados objetos, satisfaciendo las diferentes necesidades de las personas y brindando beneficios de calidad en diferentes aspectos. (Quimica, 2022).

Materia prima: Es un material básico, utilizado como compuesto principal para la fabricación de productos de consumo, que satisfacen una demanda en el mercado, y se adquiere pagándolo a un precio determinado. (CEUPE, 2022).

Reciclar: Es una práctica eco-amigable que consiste en transformar un desecho o cosa inservible para así aprovecharlo como recurso, de esa manera, se podrá introducir nuevamente en el ciclo de vida sin tener que recurrir al uso de nuevos recursos naturales (Ecologiaverde, 2022).

Viabilidad: Es esencial para garantizar el éxito de un nuevo producto antes de lanzarlo al mercado, descubrir si su creación es factible y si se trata de un proyecto rentable (Infinitia Industrial, 2022).

Soda caustica: Es un componente de mayor importancia empleado en la industria papelera, farmacéutica, alimenticia, jabonera y química. También conocido como hidróxido sódico o de sodio (QuimPac, 2022).

Saponificación: Es la relación química que existe entre un portador de residuos de ácidos grasos y una base o alcalino. De esa forma, se obtiene como producto principal la sal de dicho acido y de la base mencionada (Equipos y Laboratorios de Colombia, 2022).

Plan de contingencia: Son las estrategias que implementa una organización para responder de forma efectiva ante cualquier emergencia (IFRC, 2022).

Introducción

El uso excesivo de aceites vegetales que contaminan el medio ambiente, la falta de conciencia de las personas al desechar el aceite y darle una inadecuada disposición tirándolo por los sifones, terminando en quebradas, ríos, etc. Ocasionando daños irreversibles en la fauna y flora por no darle la disposición apropiada al aceite usado de cocina; es uno de los mayores problemas que existen en el mundo. De allí nace la idea de crear un producto artesanal que sea innovador y de buena calidad, que garantice el cuidado y la protección de las personas que lo utilicen, que sea biodegradable y amigable con el ambiente.

Con el fin de reciclar el aceite vegetal que ya no se utiliza y transformarlo en un jabón de uso corporal para las personas del municipio de Aguachica, Cesar. Se permiten brindar soluciones para disminuir la contaminación ambiental y que tanto las personas como las industrias tomen conciencia sobre la importancia de reciclar gran parte de los desechos para fabricar bienes de consumo. Por tal razón, se da a conocer la propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el municipio de Aguachica, Cesar. Para poder cumplir con el alcance de este proyecto se ha llevado a cabo diferentes actividades que incluyen un estudio de mercado, la determinación de los requerimientos técnicos y administrativos, el impacto ambiental que se puede generar y un estudio financiero para conocer la viabilidad de la empresa.

Mediante los procesos que se mencionan anteriormente, se pretende que los habitantes del municipio comprendan la magnitud del problema que ocasionan si no se les da el uso adecuado a los aceites. Asimismo, se logrará conocer a fondo las expectativas que puedan llegar a tener las personas respecto al jabón artesanal y de esa forma suplir sus necesidades a la hora de adquirir el producto. También se espera que con este proyecto se puedan brindar oportunidades laborales para mejorar la calidad de vida y de todas las personas que deseen hacer parte de este proceso.

Finalmente, con el apoyo de los 4 capítulos que tiene este proyecto se llevara a cabalidad lo siguiente: En el primer capítulo se puede observar el título del proyecto, el planteamiento del problema, el objetivo general y los objetivos específicos, la justificación, las delimitaciones (teóricas, temporal y contextual). En el segundo capítulo se evidencia el marco referencial que tiene a su disposición los antecedentes históricos, investigativos y del orden nacional. De igual manera, está el marco teórico que representa las teorías que serán de mayor importancia en este proceso, por ende, el marco conceptual y marco legal también se encontrarán en este apartado

En el tercer capítulo se da cumplimiento a los aspectos metodológicos de la investigación, como lo son: el enfoque y tipo de estudio, el diseño de la investigación, la formulación de hipótesis, el sistema de variables, la población junto con su tipo de muestreo y muestra, las fuentes o técnicas para la recolección de la información, etc. En el cuarto y último capítulo, se da a conocer el desarrollo de los objetivos, la manera en la que se logró ejecutar correctamente este proyecto; teniendo en cuenta el nivel de aceptación que tendrá la empresa, el mercado meta, canales de distribución y la proyección de ventas, los requerimientos técnicos y administrativos para la puesta en marcha de la misma. Igualmente, se tiene en cuenta el impacto ambiental que pueda llegar a generar la empresa y el estudio financiero para conocer la viabilidad económica del proyecto.

1. Título

Propuesta para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Jabón a base de Aceites Comestibles Reutilizables en el Municipio de Aguachica, Cesar

1.1 Planteamiento del Problema

Una de las mejores estrategias que existen en el mundo para crecer económicamente es la creación de empresas, ser independiente y tener una mejor calidad de vida acorde a las perspectivas humanas. Implica desarrollar una cultura de emprendimiento que logre encontrar en una necesidad la oportunidad de comenzar un nuevo negocio, los emprendimientos son fuentes de progreso para un país ya sea de manera tecnológica, económica o social; se puede decir que uno de los más grandes beneficios de la creación de empresas es que ofrecen productos o servicios innovadores (zamora-boza, clarisa solange, 2022).

Según la revista introducción a la química industrial manifiesta que "al botar 1 litro de aceite usado de cocina podemos observar que contiene aproximadamente 5.000 veces más carga contaminante el agua residual que circula por las alcantarillas y puede llegar a contaminar 40.000 litros de agua que equivale al consumo de agua anual de una persona en su domicilio". El aceite usado de cocina al unirse con cualquier tipo de detergentes o jabones de uso doméstico forma "bolas de grasa" afectando a las alcantarillas y ocasionando atascamientos irreparables, de igual forma ocurren problemas en las redes de saneamiento y sobrecostes en las estaciones depuradoras de aguas residuales (Ángel Vian Ortuño, Editorial Reverté).

En el municipio de Aguachica, Cesar el alto índice de desempleo conllevaba a que las personas tomen la iniciativa de generar empleos por medio de emprendimientos y de esa manera, potencializar sus ingresos económicos. El incremento de ventas de frituras, genera una gran cantidad de aceite quemado, el cual no se usa y termina en los sifones o en la basura contaminando el medio ambiente, causando daños irreparables a la tierra.

Finalmente, el problema no es la utilización y consumo frecuente del aceite; sino su disposición final al momento de ya no consumir más el aceite vegetal, ya que esta inadecuada disposición genera impactos negativos al ambiente y en la salud de las personas. Con esta propuesta se busca dar solución a un problema al mal tratamiento de estos residuos y por otro lado al alto desempleo que existe en el municipio. Convirtiendo un problema en una oportunidad de negocio. Por otro lado, desde la administración realizar este estudio resuelve otro problema y es que la idea de negocio cuente con los estudios necesarios y requeridos para saber si es viable crear o no esta empresa. Esto nos lleva al planteamiento de la siguiente pregunta.

¿Será factible crear una empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el municipio de Aguachica, Cesar?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Proponer la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el Municipio de Aguachica, Cesar.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar mediante un estudio de mercado el nivel de aceptación que tendrá la empresa, mercado meta, canales de distribución, entre otros.

- Determinar los requerimientos técnicos y administrativos para la puesta en marcha de la misma.

- Establecer el impacto ambiental que pueda llegar a generar la empresa.

- Elaborar un estudio financiero para conocer la viabilidad económica del proyecto.

1.3 Justificación

Hoy en día se presenta un problema en cuanto a contaminación ambiental, una de estas dificultades es el consumo excesivo del aceite vegetal y las consecuencias de la disposición final de este producto. La propuesta para crear una empresa dedicada a la elaboración de jabones de uso corporal a base de aceites usados para el municipio de Aguachica, Cesar. Surge como idea de negocio porque satisface las necesidades de las personas siendo este un producto con características únicas e innovadoras, pero sobre todo con beneficios que contribuye positivamente a una población en general y en especial al medio ambiente. Esta investigación se hará con el fin de conocer a fondo la utilidad que tiene dicho producto y de tal modo; cumplir con los requisitos establecidos por la UPC Seccional Aguachica para llevar a cabo el proyecto de grado.

Esta idea de negocio se realiza con la finalidad de emprender una actividad que genere oportunidades de empleo y que también permita que las personas empiecen a concientizarse por mejorar su cultura de tal modo que contribuyan a la preservación del medio ambiente, dando a conocer los beneficios de la elaboración de dicho producto, el cual es biodegradable, por lo que no contamina ya que se les da una propuesta de cómo cuidar y proteger el espacio que nos rodea, asimismo, favorecer el bolsillo de las familias. Son muchos los problemas que se generan al verter el aceite usado en los fregaderos o tirarlo a la basura y lo anterior puede ser originado por la falta de educación en temas ambientales, ausencia de herramientas de reciclaje, poca conciencia ambiental, motivación o falta de procesos de reutilización.

Por ende, este proyecto al ser implementado de forma correcta traerá consigo beneficios efectivos tanto para el medio ambiente como para las personas; por medio del aprovechamiento del aceite vegetal se podrá elaborar los jabones en barra de uso corporal con ingredientes naturales que se extraen del reciclaje de esos aceites usados que ya no se utilizan y al ser transformados en productos artesanales se lograra un impacto positivo a nivel económico, cultural, social, entre otros. Por tal razón, se buscará el apoyo de las familias del municipio incluyendo las empresas, las tiendas de barrio, los almacenes de cadena, los restaurantes y todos los establecimientos que contribuyan al desarrollo y ejecución del mismo.

1.3.1 Valor teórico.

Esta propuesta de elaboración de jabones da un giro importante en el desarrollo sostenible principalmente en el municipio puesto que, se estará realizando un producto que cumple con estándares de calidad y asequibilidad en la sociedad el cual fomenta la calidad de vida mediante un producto biodegradable disminuyendo la contaminación ambiental. Teniendo como resultado la elaboración de jabones artesanales a base de aceites comestibles reutilizables, promoviendo en Aguachica, Cesar una cultura ecológica y comprometida con el medio ambiente. Por último, respecto a la economía del municipio de Aguachica se obtendría resultados positivos debido a que la materia prima del producto es producida en los hogares de la región del Cesar, permitiendo un trabajo en conjunto con los comerciantes, agricultores y consumidores.

1.3.2 Relevancia social.

Con este proyecto se plantea la propuesta de crear jabones artesanales a base de aceite de cocina reutilizado en el municipio de Aguachica, Cesar mediante el cual la población se beneficiará en muchos aspectos a nivel económico, social y cultural. Brindando nuevas oportunidades de empleo para mejorar la situación económica de las personas, de igual forma, implementar campañas que permitan concientizar a las personas sobre la adecuada disposición final que se le debe dar a los aceites que ya no se utilizan y así, aprenderán a reciclarlos adecuadamente. Esto también ayudara a reducir la contaminación de las aguas residuales para que no afecten de manera directa el medio ambiente.

1.3.3 Implicaciones prácticas.

Este proyecto tendrá muchos beneficios puesto que en la actualidad la falta de concientización de las personas y las industrias ha traído consigo la producción de innumerables desechos orgánicos e inorgánicos. Uno de los desechos que más generan las viviendas de Aguachica es el aceite de cocina usado, el cual, en muchas ocasiones es vertido por los sifones, terminando en quebradas y ríos. Igualmente, lo que se busca es elaborar un jabón de tocador cuya

materia prima principal sea el aceite de vegetal utilizado. De esta manera, se pretende hacer conciencia tanto en las personas del municipio como en las empresas del mismo.

1.3.4 Utilidad metodológica.

Para el desarrollo de este trabajo se realizó un análisis de la problemática actual y se describió el problema identificando el impacto social y el mercado potencial. Se diseñaron las estrategias para posicionar la idea de negocio en el municipio de Aguachica, Cesar. De igual forma, se realizó la proyección operativa y financiera para la puesta en marcha de la elaboración de los jabones artesanales con aceites reutilizados.

Toda esta disposición final de los aceites está ocasionando daños en la fauna y la flora, por lo que se debe tomar conciencia y brindar soluciones a la problemática ambiental que actualmente sufre nuestro planeta y principalmente nuestro municipio de Aguachica. Lamentablemente, muchos de los hábitos de los seres humanos han causado graves problemas con daños irreversibles al ambiente. El uso indiscriminado de los recursos naturales, la falta de consciencia, y la desinformación en cuanto al manejo de residuos hacen parte de las causas que hoy en día dañan de manera continua al planeta.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

Línea de investigación: Gestión Funcional.

Eje Temático: Emprendimiento e innovación, formación y creación de empresas.

Aguachica, Cesar necesita personas emprendedoras capaces de darle un giro innovador y estratégico a la sociedad, utilizando recursos propios a los cuales no le damos la disposición correcta; generando contaminación excesiva al medio ambiente, desechando el aceite que ya no

se necesita por el alcantarillado. Por esta razón y por muchas otras más, nace la idea de plantear un proyecto que sea contributivo con el ambiente y con el uso doméstico que le puede dar cada habitante del municipio.

El propósito de esta línea es aportar al ambiente y a las familias de Aguachica, Cesar beneficios en menos contaminación e incentivos a los hogares; reciclando los aceites utilizados, planteando modelos de eficiencia y eficacia en el desarrollo de las diferentes actividades que se lleven a cabo, fomentando estrategias que permitan llegar al punto clave de cada proceso que se realice para lograr los objetivos establecidos o las metas que se desean alcanzar.

1.4.2 Delimitación temporal.

El trabajo de grado se desarrollará en un lapso de tiempo de 12 meses. Inició el día 31 de marzo del año 2020 y deberá culminar los primeros días de diciembre del año 2022.

1.4.3 Delimitación contextual.

El presente estudio de investigación se desarrollará en el municipio de Aguachica, ubicado en el departamento del Cesar Colombia. Siendo la segunda ciudad más poblada que sobrepasa los 100.000 mil habitantes incluyendo la población flotante. Ha logrado constituirse como un importante centro urbano en la región del Magdalena Medio, siendo un punto de convergencia para el mercado. Las características climatológicas de una región son importantes ya que ayudan a identificar épocas de siembra, período de riesgos de inundaciones y derrumbes, a determinar las especies agronómicas y forestales que pueden ser incorporadas a la región y a planificar el uso adecuado de las cuencas hidrográficas. Los factores climáticos en el municipio están determinados por la topografía, la temperatura, el nivel de precipitación, la humedad relativa, la evaporación y evapotranspiración, la radiación solar, y los vientos entre otros.

Figura 1 Mapa del Municipio de Aguachica, Cesar



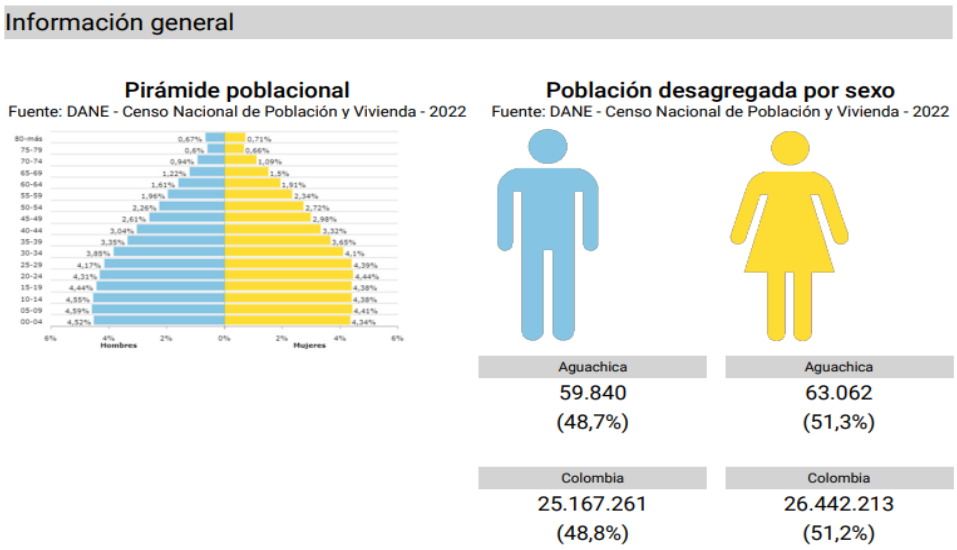
Fuente: (maps, 2021)

La economía de Aguachica, Cesar gira alrededor de los sectores agropecuarios, agroindustria y el comercio, lo cual ha permitido el surgimiento de una serie de servicios de apoyo como los financieros, el transporte y otros servicios empresariales dirigidos a toda la población regional. La posición geográfica estratégica del municipio ha sido trascendental para la venta de productos y servicios que aborda potenciales clientes alrededor del Sur de Bolívar y el Sur del Cesar, los cuales han fijado su confianza en actividades comerciales formales y con prosperidad notable. El concepto de microempresario ha estado creciendo, cada vez más con proyectos de emprendimiento y competitividad que generan nuevas microempresas, algunas estables en el tiempo y otras apoyadas por el estado.

Dicho lo anterior, mediante la propuesta de crear una empresa productora de jabones a base de aceites usados de cocina, lo que se pretende es concientizar a las personas sobre el correcto uso que se le debe dar a un aceite que ya no van a utilizar y que tiran por el fregadero puesto que,

estarán ocasionando daños irreparables al medio ambiente por no saber reciclar o desechar los aceites de forma correcta. Al mismo tiempo, se logrará disminuir la contaminación de aguas en ríos, quebradas, etc. que se producen cuando se desechan los aceites de cocina. Pero, lo primordial es crear oportunidades laborales que contribuyan al desarrollo económico y social del municipio de Aguachica, Cesar generando alternativas de mejora para que los aceites vegetales obtengan un destino final que sea útil, convirtiéndolos en productos de aseo para los hogares y así, satisfacer las necesidades de todos los individuos.

Figura 2 Población de Aguachica, Cesar



(TerriData, 2022)

En la imagen anterior se puede evidenciar diferentes gráficos que hacen relación a la población del municipio, representando aproximadamente 122.902 habitantes para el año 2022 como muestra el grafico. No obstante, se estima que las cifras han aumentado notablemente en los últimos años debido a una tendencia de crecimiento poblacional en el municipio; superior al promedio nacional. Se estima que Aguachica ha logrado constituirse como un importante centro urbano en la región del Magdalena medio, siendo centro de diversas actividades económicas

regionales de Norte de Santander, occidente de Santander, sur de Bolívar, sur y centro del Cesar (TerriData, 2022).

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes históricos.

La industria del lavado, que engloba la fabricación del jabón y el detergente, entre otros productos de higiene personal, cuenta con más de 20.000 años de antigüedad. Podemos decir que el jabón jamás se descubrió, sino que evolucionó gradualmente de mezclas simples de materiales alcalinos y grasos hasta lo que es hoy en día. La industria del jabón prosperó en las ciudades costeras del mediterráneo, como España e Italia, favorecidas por la abundante presencia del aceite de oliva. Destaca en el siglo XV la aparición del jabón de Marsella, preparado con una mezcla de grasas vegetales.

Hasta el comienzo del siglo XIX, se creyó que el jabón era una mezcla mecánica de grasas y álcalis, y fue en esta época cuando se propagó el uso del jabón en Europa para luego ir extendiéndose por todo el mundo. Hasta que Nicolás Leblanc (1791) descubrió un método rebajado para fabricarlo a partir de la sal, produciendo carbonato de sodio a bajo costo a partir de cloruro de sodio, las personas utilizaban muy poco el jabón por ser un producto con un valor económico muy alto. Además, los descubrimientos de Luis Pasteur demostraron que el aseo personal reducía la expansión de enfermedades. Todo esto permitió importantes avances y la profesionalización de la fabricación y expansión del jabón (Guerrero González, 2021).

En el siglo XX, los alemanes fueron los primeros que produjeron “jabones sintéticos” o detergentes durante la primera guerra mundial. Se componían de sulfonatos de alquil-naftaleno de cadena corta, que eran buenos agentes humectantes pero malos en acción detergente. Este hecho inició el interés mundial por el desarrollo de nuevos jabones que en la actualidad continúa vigentes. En la segunda mitad del siglo XX continuó el desarrollo de productos de limpieza químicos y fáciles de usar por las que algunas innovaciones fueron los polvos para lavadoras automáticas, los suavizantes de ropa, los detergentes con blanqueador, polvos con enzimas, quita manchas, detergentes concentrados, jabones en barra, etc. Todo ese desarrollo de productos químicos estimuló también la preocupación por sus efectos en el medio ambiente. Aparecieron las primeras plantas de tratamiento de aguas y una mayor conciencia medioambiental puso en entredicho la inclusión de algunos compuestos químicos dañinos de los detergentes, como los fosfatos, y animó el desarrollo de los ingredientes biodegradables, que se eliminan con facilidad y pueden ser asimilados por algunas bacterias.

El jabón es soluble en agua y, por sus propiedades detergentes, se usa comúnmente en productos destinados a la higiene y cuidado personal para lavar determinados objetos o tejidos. Habitualmente se presenta en forma de pastilla, en polvo, en crema o en líquido, aunque es sólido en estado natural a temperatura ambiente. En la actualidad, aún existe una gran variedad de aceites vegetales a nivel mundial los cuales se encuentran al alcance de la sociedad por su gran participación en los mercados, supermercados y bodegas, siendo este un producto indispensable en las cocinas de todas las casas, restaurantes, almacén de cadena, empresas, etc.

2.1.2 Antecedentes investigativos.

2.1.2.1 Del orden internacional.

De acuerdo con Analía Blanco (2013) el Jabón de aceite vegetal usado “limpiaverde” tecnológico nacional de México (febrero de 2018) con tan solo un litro de aceite se obtienen 850 gramos de jabón reciclado y con 40 gramos de jabón reciclado colocamos una lavadora completa

a funcionar. Existen diferentes empresas dedicadas a la recolección y venta de este desecho, de igual forma, son pocas las que se dedican a la elaboración de productos. La fabricación de este jabón es apropiada tanto para el cuidado de la piel como para la ropa, es económico, además de que cuida el medioambiente por ser elaborado a base de aceite usado comestible y por ser un producto biodegradable. Con este tipo de jabones de aceite reciclado no solo se pretende contribuir al problema de la contaminación causada por el aceite doméstico, sino que además se brinda un jabón eco-amigable que a diferencia de otros existentes no contaminan los mares.

Según Cherro, Espejo, Izaguirre, & Sueyoshi, 2004, en el estudio de pre factibilidad para la obtención del jabón en barra a base de aceite reciclado de cocina en la universidad san Ignacio de Loyola (lima- Perú 2021). Existe una tendencia de los consumidores por adquirir productos naturales y biodegradables, por lo que buscan mantener un estilo de vida más saludable. Es decir, los clientes se encuentran más conscientes del cuidado de su salud y por ello demandan productos que no sólo les otorguen beneficios como limpieza, sino que también sean hechos con insumos reciclados para que no afecten directa o indirectamente a su piel. Además, la creciente tendencia de las personas por insumos naturales, reutilizables y aromaterapias, contribuyo a que marcas como Lux y Palmolive, promuevan jabones de glicerina con aromas florales para relajar y disminuir el estrés. Sin embargo, al no ser exactamente de glicerina natural, sus químicos todavía pueden causar resequedad y alergias en pieles sensibles.

2.1.2.2 Del orden nacional.

Desde el punto de vista del riesgo empresarial autores como Cantillon, Kinich y Weber, mediante el Estudio de viabilidad para la creación de la empresa jabón nómada S.A.S dedicada a la producción y comercialización de jabón detergente en barra a base de aceite de cocina reciclado en la ciudad de Cali (2018) manifiestan que el emprendimiento es una oportunidad de crecimiento personal y laboral como forma de establecer valor, sin embargo, toda empresa tiene asociada a su estrategia múltiples peligros, que sin duda reinciden en la solución, por tal motivo, es necesario implementar un plan de negocio muy bien estructurado para prever todas las dificultades que se puedan presentar antes, durante y después de la creación de una empresa.

En el caso de Arias e Ibarra 2018, crean su aporte al plan de negocio para la producción y comercialización de jabón artesanal corporal a partir de aceites vegetales reciclados en la ciudad de Tunja – 2020. Por medio del cual, en la ciudad de Bogotá, Cali y el departamento de Santander han formado empresas o ideas de negocio para la producción de jabón en barra, líquido y detergente a base de aceite vegetal usado. Que permitan restaurar al máximo la contaminación del medio ambiente producida por las personas que desechan los aceites por los sifones perjudicando los ríos o mares. Por tal motivo, se implementan los jabones en diferentes presentaciones a base del aceite de cocina que ya no se utiliza y que se recicla puesto que, ayuda a proteger y conservar la piel de las personas y a vivir en un mundo amigable con el ambiente.

Chacón, Flores y Vásquez, 2018 hacen su aporte mediante la elaboración de jabones artesanales con aceite usado como estrategia para la enseñanza de las ciencias naturales a través de aprendizaje basados en proyectos (universidad pontificia Medellín 2020) dando a conocer que, los aceites vegetales, dependiendo de su fuente, tienen diversas aplicaciones como de consumo humano hasta perfumería, jabonería, lubricantes, bases para diversos productos, producción de biodiesel, entre otras.

La fabricación de dichos jabones en barra por medio del aceite reciclado de cocina junto con la aplicación de distintos aromas y colorantes permitirá que los estudiantes y el mismo docente investigador comprendan los conceptos químicos inmersos en su fabricación y en el procedimiento experimental y puedan aplicar sus resultados en la vida doméstica. Cuando se elaboran los jabones artesanales se utiliza como materia prima el aceite vegetal que ya no tiene una vida útil por estar quemado o sucio y que se puede transformar en un producto de consumo, a este proceso se le conoce como reacción química de saponificación (Romaña, 2021).

2.2 Marco Teórico

- **Teoría clásica de la Administración (Henry Fayol)**

Fayol, en su análisis funcional y sistémico de las organizaciones, encontró ciertas operaciones que se repetían en cualquier tipo de empresas, las cuales eran necesarias para el logro de sus objetivos. Más tarde, este estudio se tradujo en un análisis más profundo respecto a la división de trabajo dentro de las organizaciones actuales. Por medio del concepto de las áreas funcionales que dio a conocer Henri Fayol en su debido momento, se cumplieron a cabalidad distintas acciones que le permitieron conocer la compra y venta de productos, la información necesaria acerca de la situación económica de la empresa y la manera en cómo se debía organizar, dirigir y controlar, entre otros aspectos; los diferentes movimientos que están relacionados con una organización y que permiten que su funcionamiento sea el más adecuado. Por tal razón, esta teoría es fundamental para la creación de una empresa que desea brindarle un producto de alta calidad a una sociedad.

- **La Teoría de los Recursos y las Capacidades. Un Enfoque Actual en la Estrategia Empresarial**

En cuanto a la teoría de los recursos y capacidades es algo básico en los reportes de sostenibilidad ya que es un trabajo interno de las organizaciones que permite a las empresas identificar las debilidades y fortalezas con las que cuenta a nivel operacional generando buenas prácticas competitivas y una sostenibilidad a largo plazo. Esta teoría es una buena fuente de información en los reportes de sostenibilidad por lo que se está dando a conocer el manejo responsable para las habilidades que poseen en la empresa de minimizar los recursos, pueden obtener unas ventajas competitivas. Las partes implicadas estarán satisfechas siempre y cuando la divulgación de los reportes sea efectiva, clara y concisa. (Romero,2016)

- **Sostenibilidad empresarial (Marc J. Epstein)**

Marc J. Epstein en su libro de sostenibilidad empresarial: administración y medición de los impactos sociales, ambientes y economía. Hace referencia a que la a sostenibilidad ha sido determinada como el desarrollo económico que suple las necesidades de la generación presente si complicar la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Igualmente, la utilización de recursos que deben normalmente existir se basa en un equilibrio con la organización, ampliando y comprendiendo los factores económicos, sociales y ambientales. (Mesa, 2018).

- **Introducción a la Mercadotecnia (Philip Kotler)**

Para Kotler, el mercado meta debe estar bien definido con el fin de que la compañía pueda desarrollar una oferta de mercado exclusiva para éste. Dicha oferta debe estar posicionada en la mente de los compradores potenciales como algo que les facilitará beneficios. Es de vital importancia conocer las características del segmento al que se estará dirigido, con el propósito de entender mejor su comportamiento y superar sus expectativas. (Kotler, 2002).

- **Marketing aplicado en el Sector Empresarial (Irene Feijoo Jaramillo, Juan Guerrero Jirón, Jorge García Regalado)**

Por otra parte, se implementó la teoría del Marketing Mix que se basa en la forma como se integran, el producto, el precio, la distribución y la promoción de tal manera que sea adecuada para atender las necesidades y los deseos del segmento de mercado seleccionado por la empresa como su mercado objetivo, es decir, a donde quiere dirigir todos sus esfuerzos de marketing para posicionar su producto y lograr la posición competitiva anhelada dentro del mismo (Irene Feijoo Jaramillo, 2018).

Con las teorías que se mencionan anteriormente, se puede decir que favorecen el proceso que se llevara a cabo en este proyecto para conocer con profundidad los clientes potenciales a los que se enfrenta la empresa y sobre todo, saber las expectativas o preferencias que tienen los consumidores para adquirir dicho producto, de igual modo, se podrán identificar los distintos aspectos como el precio, su método de distribución o su forma de ser promocionado, etc. para ejecutar la elaboración de un jabón artesanal. Asimismo, se logrará cumplir con los diferentes requisitos que sean necesarios para que la empresa funcione en óptimas condiciones.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Definición de conceptos

- **Creación de empresa:** (Lupiáñez et. al, 2014; Messina & amp; Hochsztain, 2015 y, Minniti, 2016), concuerdan en que la creación de empresa es un motor para el crecimiento económico del territorio y que, esta práctica, a su vez, permite la ejecución de acciones que van en pro del progreso integral del país y de los habitantes que lo componen (Galindo, 2011; Silva, 2010; Vásquez, 2011); hace referencia a que crear empresa es una oportunidad para reducir los índices de desempleo, aumentar la productividad de las regiones y, por ende, mejorar las condiciones y la calidad de vida de los ciudadanos.

- **Competidores:** La competencia se puede definir como el fenómeno libre de interacción constante entre las empresas en un mercado; que busca conquistar antes que la otra empresa, al consumidor con precios o una mejor calidad de productos y servicios. También se pude decir que es la rivalidad que existe entre empresas que participan en un mercado, usando sus mejores estrategias para poder minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales (Sandoval, 2011).

- **Cliente:** Según el estudio de collins (2002, p.1) los clientes son los individuos que pagan los bienes o servicios de una empresa. Por otra parte, Novelo (200.p.26) señala que un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

- **Aceites esenciales:** Son las sustancias aromáticas de base lipídica encontradas casi que en todas las plantas; son muy numerosos y están distribuidos en las distintas partes de la planta: raíces, tallos, hojas, flores y fruto. Los aceites esenciales son componentes heterogéneos de terpenos, sesquiterpenos, ácidos, esteres, fenoles y lactonas. (Peredo 2009).

- **Jabón:** Según Chaves (2009), los jabones son productos que se fabrican mediante combinaciones químicas, las cuales poseen ingredientes activos (como el alquillauril vencen sulfonato de sodio), que están combinados por dos zonas con un comportamiento diferenciado, una zona hidrófila la cual, es capaz de disolverse en agua y otra lipófila que es capaz de disolver las grasas que constituyen la suciedad que es la responsable de extraer la mugre y dejarla disuelta en el agua, la combinación de estas dos partes hacen que la suciedad se separe de los tejidos de las telas. Las fórmulas de los jabones contienen ingredientes que suministran la capacidad de limpieza, al mismo tiempo que sus composiciones disminuyen la dureza del agua de tal forma que permiten que los componentes a activos sean más eficaces (los más comunes son los fosfatos).

2.4 Marco Legal

1. **Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020.** La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, desarrollo, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. El articulo 25 hace énfasis sobre el fortalecimiento de la capacidad y visión exportadora de los emprendimientos, por medio del cual, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y demás entidades gubernamentales, trabajarán por la gestión, capacitación, acompañamiento y apoyo, a la visión y capacidad exportadora de los emprendedores nacionales. (Republica, 2022).

   Como lo menciona el artículo 25, esta ley ayuda a que todas las personas que emprenden un nuevo negocio tengan la visión de ir más allá de sus capacidades, es decir, colocar en práctica sus conocimientos y habilidades para lograr el éxito a nivel nacional e internacional. Acompañados por expertos que sepan del tema y los proyecten hasta el punto de crear nuevas y mejores ideas de negocio, satisfaciendo sus necesidades emocionales o económicas.

2. **Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008.** Mediante esta ley se crea la sociedad por acciones simplificada y podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Dicha ley se implementa en este proyecto porque será la encargada de constituir legalmente la empresa de jabones artesanales, asimismo, se cumplirá con los requisitos que exige la misma para que la organización se encuentre en óptimas condiciones (Función Pública, 2022).

3. **Ley 1972 de Julio 18 de 2019.** En el Artículo 12. El Fomento a la participación ambiental que se da en relación del Ministerio de Ambiente en conjunto con el Ministerio de Salud fomentarán la participación de Universidades y el sector privado, para propiciar la investigación y la generación de nuevas alternativas para mejorar la calidad de aire, disminuir concentraciones contaminantes en el aire y prevenir sus efectos en la salud. De igual manera, la implementación de sistemas de seguimiento y monitoreo a la calidad de la misma. (Sistema Único de Información Normativa, 2022).

   En otras palabras, esta ley logrará reducir los impactos negativos que tiene el medio ambiente a causa de la contaminación, perjudicando constantemente la vida de las personas incluyendo los animales. Por medio de la propuesta de crear jabones artesanales a base de aceites usados de cocina se toma como base el articulo 12 con el fin de concientizar a las personas de reutilizar los aceites para no afectar los océanos, ríos o quebradas y crear alternativas que le permita a los individuos tener una mejor calidad de vida respirando un aire puro, con un ambiente menos contaminado y más sano.

4. **Resolución 316 del 1 de marzo de 2018,** por el cual se establece disposiciones relacionadas con la gestión de los aceites de cocina usado y por medio del artículo 1 que refleja el presente acto administrativo donde se establecen las disposiciones para la adecuada gestión de los aceites de cocina usados y aplica para los productores, distribuidores y comercializadores de aceites vegetales comestibles, generadores (industriales, comerciales y servicio) y gestores (Sostenible, 2022).

La resolución citada anteriormente beneficia la investigación porque es un punto clave que ayudara a proteger y controlar el medio ambiente, satisfaciendo el bienestar social de la población en general y fortaleciendo el crecimiento económico de la región puesto que, al momento de disponer adecuadamente de los aceites vegetales que ya se han utilizado, se obtendrán los resultados propuestos.

5. **Norma técnica colombiana NTC 5131 2011-11-30.** Establecer las etiquetas ambientales tipo 1. sello ambiental colombiano. criterios para productos limpiadores institucionales, industriales y para uso doméstico: Esta norma determina los criterios ambientales que deben cumplir los productos de limpieza institucional, industrial y de uso doméstico, en cualquier presentación (barra, polvo, líquido, entre otros) para obtener el Sello Ambiental Colombiano (internacional, 2022).

   Con esta norma se dará cumplimiento a los criterios establecidos como lo es la obtención del sello ambiental colombiano, para obtener un producto de alta calidad a la hora de ofrecerlo a los consumidores y de esa forma, prevenir los riesgos que se producen constantemente en el medio ambiente; logrando un ambiente libre de residuos que no contaminen o coloquen en riesgo la salud de los individuos. Como lo menciona la norma, los productos a ejecutar deberán ser reciclados o reutilizables para disminuir los materiales o productos de empaque y que las personas que deseen adquirir dicho producto lo utilicen de manera eficaz.

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y Tipo de Estudio

El enfoque de este proyecto es una investigación mixta o multimodal, este enfoque permite integrar variables cualitativas y cuantitativas que brinden un amplio y detallado panorama del

objeto de estudio. El tipo de estudio deberá ser descriptivo, ya que su propósito es identificar las características, propiedades, dimensiones y regularidades del fenómeno en estudio.

En la primera década del siglo XXI se genera un nuevo paradigma, la investigación cuantitativo-cualitativa o métodos mixtos que representan un conjunto de métodos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su composición y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información alcanzada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno en estudio "(Hernández, Fernández y Baptista. 2010).

3.2 Diseño de la Investigación

Teniendo en cuenta que el objetivo de la investigación es determinar la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el municipio de Aguachica, Cesar. Se utilizará el diseño no experimental aplicado de modo transversal.

Para Sampieri (2003) el diseño no experimental es aquel que se efectúa sin manejar deliberadamente las variables, es decir, solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos. Se aplica de modo transversal porque se recopilan datos en un momento único porque su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un determinado momento (Sampieri, 2020).

3.3 Formulación de Hipótesis

La empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites usados de cocina es viable, debido a los cambios e impactos positivos que traen consigo la reutilización del mismo; para contribuir a un ambiente más sano y menos contaminado, pero en especial, para el bienestar de las personas en cuanto a su economía y calidad al momento de adquirir el producto.

3.4 Sistema de Variables

Tabla 1 Sistema de variables

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
Identificar mediante un estudio de mercado el nivel de aceptación que tendrá la empresa, mercado meta, canales de distribución entre otros.B4:K16B4:K15	Estudio de mercado	Consiste en una serie de tecnicas y procediminetos utiles para obtener y analizar la información referente a la demanda, oferta, precios y comercializacion de un producto o servicio	* Investigacion de la competencia. * Estimulación de la demanda. * Identificar nesecidades.	* Medición de los mercados potenciales. * Pruebas de productos similares existentes en el mercado
Determinar los requerimientos técnicos y administrativos para la puesta en marcha de la misma.	Estudio tecnico Estudio administrativo	El propósito de la gestión de requerimientos es asegurar que el proyecto cumple con las expectativas de sus clientes y de sus interesados, tanto externos como internos, siendo el proceso que garantiza el vinculo entre lo que esperan los clientes ylos colaboradores	* Localización y equipos necesarios. * Planeamientos de aspectos administrativos.	*Tamaño óptimo de la emprea. * Distribución de la empresa. *Análisis de la inversión.
Establecer el impacto ambiental que pueda llegar a generar la empresa	Condición climática	El impacto ambiental lo entenderemos como el sistema de relaciones entre factores antropogénicos, químico-físicos, climáticos de paisajes, arquitectónicos, culturales, agrícolas, económicos entre otros. Esto es importante para entender la magnitud que se pudiera tener para realizar el proyecto que se propone	*Análisis de los posibles efectos sociales y ambientales. *Estrategias y programas para la lucha contra el cambio climático.	* Beneficios ambientales. * Compostar alimentos orgánicos y reciclar la basura no orgánica.
Elaborar un estudio financiero para conocer la viabilidad económica de la empresa	Estudio financiero	Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica	* Determinacion del presupuesto. *Conocer la rentabilidad del emprendimiento.	*Rentabilidad sobre la inversión. * Capital de Trabajo. *Margen operacional.

Fuente: Elaboración Propia

3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

3.5.1 Población.

El municipio de Aguachica, Cesar cuanta con una población de 122.902 habitantes según el registro del DANE del año 2022.

3.5.2 Método de muestreo.

Sampieri menciona que, para seleccionar una muestra, primero se debe definir la unidad de análisis (esto se entiende como personas, organizaciones, periódicos, etc.) en otras palabras, se refiere a quienes van a ser medido.

3.5.3 Determinación de la muestra.

Tabla 2 Método estadístico para determinar la muestra

MUESTRA	
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Tamaño de la población	122.902
Probabilidad de éxito	50%
Probabilidad de fracaso	50%

Fuente: Elaboración propia

Para obtener el valor de la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2.p.q.N}{N.e^2 + z^2.p.q}$$

n: Tamaño de la muestra

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

Z: Nivel de confianza

e: Margen de error

N: Población

$$\mathbf{n=}\ \frac{(1{,}96)^2.\ (0{,}50)\ .\ (0{,}50)\ .\ (122.902)}{(122.902)\ .\ (0{,}05)^2 + (1{,}96)^2\ .\ (0{,}50)\ .\ (0{,}50)}$$

$$\mathbf{n=}\ \frac{118035.0808}{308.21544}$$

n= 383

Para una población de 122.902 habitantes que hay en el municipio de Aguachica, Cesar y luego de hacer el cálculo de muestreo aleatorio simple, se obtuvo una muestra de 383 personas sobre las cuales se realizara el estudio.

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizarán técnicas primarias y secundarias que faciliten la recolección y análisis de los datos suministrados por la población elegida e investigaciones que ya se hayan realizado, basadas en la creación de empresas.

3.6.1 Fuentes de información primarias.

Se aplicará una encuesta con preguntas cerradas y de selección múltiple, con el fin de obtener la información rápida y eficaz sobre sus gustos, preferencias y aspectos económicos que sean relevantes para la investigación que se lleva a cabo.

3.6.2 Fuentes de información secundaria.

Libros, Web, Revistas impresas y electrónicas, Artículos, entre otros.

3.7 Procedimiento

Para desarrollar de forma adecuada con cada uno de los objetivos que se plantean en este proyecto, se llevaran a cabalidad cinco procesos.

- **Estudio de mercados:** Para ejecutar este proceso se llevarán a cabo 4 etapas relacionadas a continuación.

Etapa 1: Se conoce la población y muestra a la cual se le realizará el estudio de mercado.

Etapa 2: Se construye el instrumento de recolección de datos, el cual es, una encuesta.

Etapa 3: Se aplica la encuesta a la muestra de la población, en el municipio de Aguachica, Cesar.

Etapa 4: Se observarán los resultados obtenidos mediante el instrumento de recolección de datos.

- **Estudio Técnico:** Para realizar el estudio técnico, se tendrán en cuenta 3 requerimientos.

1. El tamaño de la empresa.
2. La localización.

3. Los equipos necesarios para la elaboración del producto, entre otros.

- **Estudio administrativo:** Determinar el interior de la organización para que esté al alcance de sus objetivos, se tendrá en cuenta lo siguiente.

a. Establecer la razón social de la empresa.
b. Diseñar el logo tipo.
c. Construir la estructura organizacional de la empresa (organigrama).
d. Plantear un manual de funciones.

- **Impacto ambiental:** La reutilización del aceite aporta beneficios positivos al medio ambiente, podemos encontrar lo siguiente.

a. No contaminación de las fuentes hídricas
b. No contaminación de los suelos

- **Estudio financiero:** Identificación de costos y gastos

1. Valor real del producto
2. Elaboración de estados financieros
3. Reconocimiento de activos y pasivos
4. Asignación de precios al producto

3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información

Para el análisis de la recolección de datos, se elaboraron encuestas de acuerdo al enfoque mixto el cual utiliza variables cualitativas y cuantitativas, estas encuestas fueron aplicadas a la población de Aguachica, Cesar la cual comprende un tamaño de muestra de 383 personas. De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta se comenzó con el trabajo de diagnóstico de la información. Por medio de tablas y gráficos, se determinó que los habitantes de Aguachica si estarían dispuestos a utilizar el producto y cambiar actualmente el jabón que utilizan.

En lo relacionado con el costo y el medio de divulgación se identificó que las personas estarían dispuestas a pagar por el precio del producto entre un rango de $5000 y $7000. En cuanto al medio de divulgación el más escogido fue el de las redes sociales, ya que este medio de comunicación es el más utilizado por todas las personas en la actualidad.

4 Esquema Temático

A continuación, se presentan los resultados de mayor importancia obtenidos en el desarrollo de cada objetivo, además, se logró identificar las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación teniendo en cuenta el estudio del mercado, mercado meta, canales de distribución, los requisitos técnicos y administrativos, el impacto ambiental y el estudio financiero, etc. Lo anterior, permite conocer a profundidad no solo la aceptación que tendrá el jabón artesanal que se quiere ofertar, también, la rentabilidad de la empresa y demás aspectos relacionados.

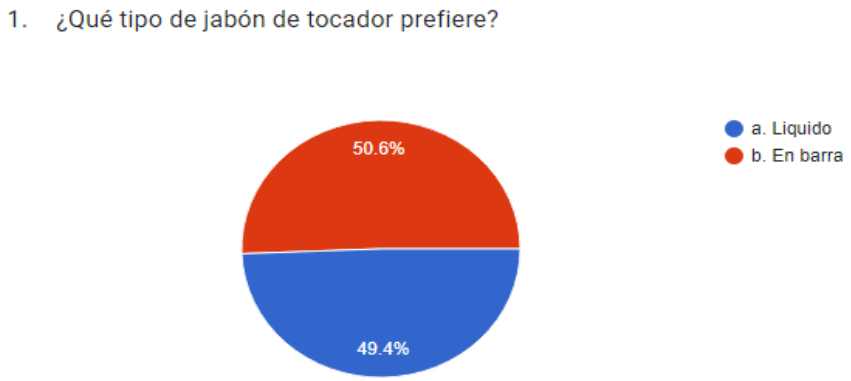
4.1 Objetivo 1: Identificar Mediante un Estudio de Mercado el Nivel de Aceptación que tendrá la Empresa, Mercado Meta, Canales de Distribución, entre otros

En este primer objetivo se optó por realizar una investigación acerca del perfil del consumidor mediante la realización de una encuesta, las preguntas fueron elegidas cuidadosamente con el fin de brindar la información necesaria. La encuesta fue realizada por el equipo de trabajo, utilizando la herramienta de Google formularios, en la cual se realizaron 10 preguntas en total y fueron respondidas por 383 personas desarrolladas para conocer el nivel de aceptación del producto, incluyendo el precio que estaría dispuesto a pagar, la característica del producto y con qué frecuencia utiliza el producto. Se pudo conocer que la mayoría de los consumidores estarían dispuestos a adquirir el producto, pero no tienen el conocimiento de los beneficios que genera el jabón artesanal elaborado a base de aceite de cocina usado y de esa manera desconocen los puntos donde se pueden comprar, por tal razón, es de gran importancia que la oferta del producto se dé a

conocer de forma adecuada, teniendo en cuenta su precio, la calidad, los beneficios, entre otros aspectos. Asimismo, la demanda del producto estaría determinada por los factores mencionados anteriormente.

A continuación, presentamos el análisis resultado de la encuesta, herramienta fundamental para llevar a cabo el desarrollo del primer objetivo de esta investigación.

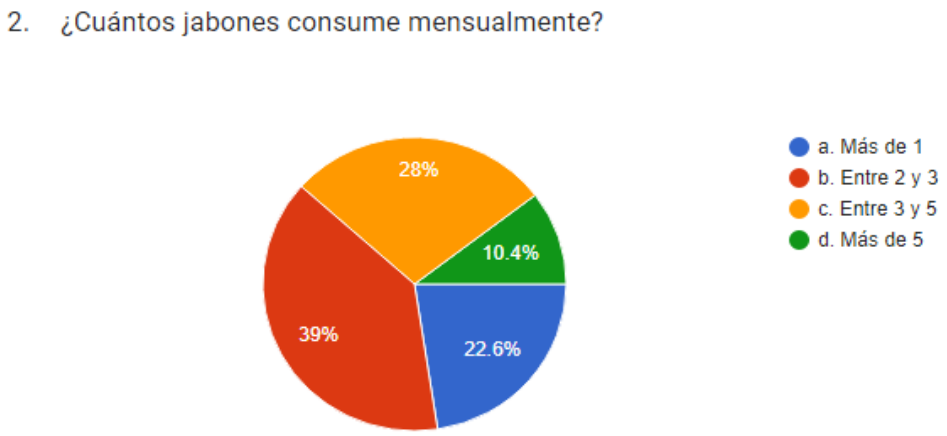
Figura 3 Que tipo de Jabón de tocador prefiere



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta sirve de ayuda para conocer la preferencia del tipo de jabón que desea utilizar la población, se establecieron dos tipos de jabones, líquido y en barra, el 50,6 % escogió el jabón en barra y el 49,4 % escogió el jabón líquido. Brindando como resultado la preferencia del jabón en barra.

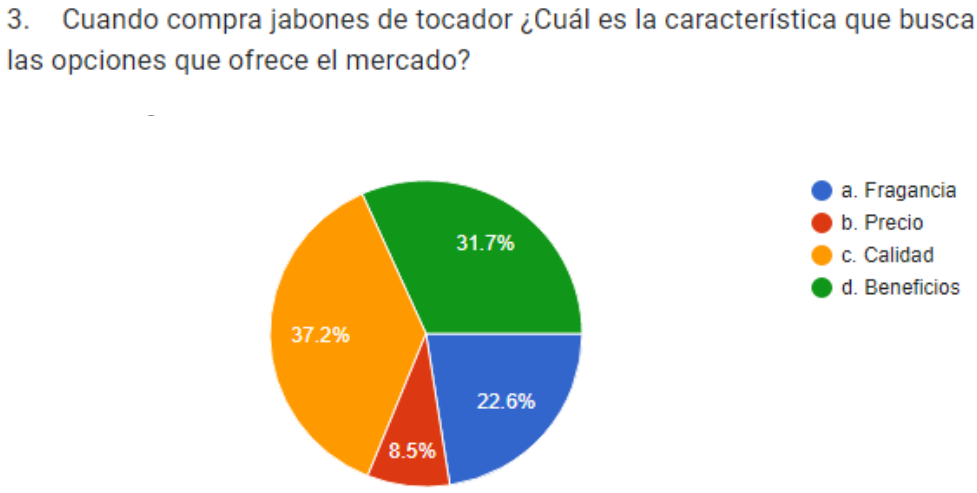
Figura 4 Cuantos jabones consume mensualmente



Fuente: Elaboración propia

Con el planteamiento de esta pregunta se busca conocer la cantidad de jabones que la población utiliza mensualmente, esto sirve para conocer la demanda que tiene el producto, además, sirve como dato para determinar la rentabilidad del proyecto. Obteniendo como resultado que el 39% de las personas utilizan entre 2 y 3 jabones mensualmente.

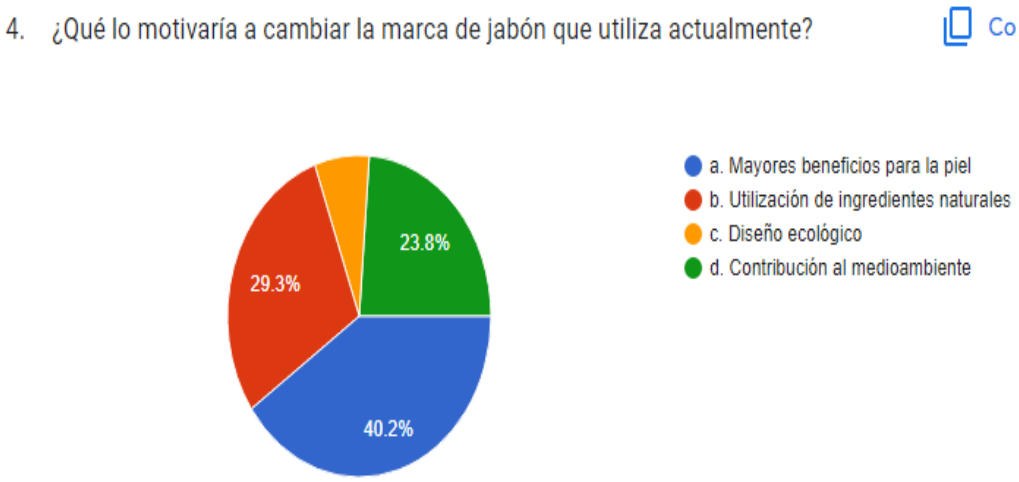
Figura 5 ¿Cuál es la característica que busca entre las opciones del mercado?



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta fue establecida para determinar la característica principal que buscan los consumidores al momento de comprar un jabón líquido o en barra, de esta manera se logra conocer con profundidad los gustos o preferencias que tienen las personas. Asimismo, lo primordial que debe tener un jabón es la calidad, la respuesta de las personas arrojo un porcentaje del 37,2 %, como se describe en la figura anterior.

Figura 6 ¿Que lo motivaría a cambiar la marca de jabón que utiliza actualmente?



Fuente: Elaboración propia

La definición de esta pregunta muestra como resultado la importante que es para las personas cuidar su piel, por esta razón el 40,2 % escogieron como respuesta mayores beneficios para la piel. El cuál sería el factor determinante que tendría una persona para cambiar el jabón que utiliza frecuentemente por uno que le genere mayores beneficios, en este caso un jabón artesanal.

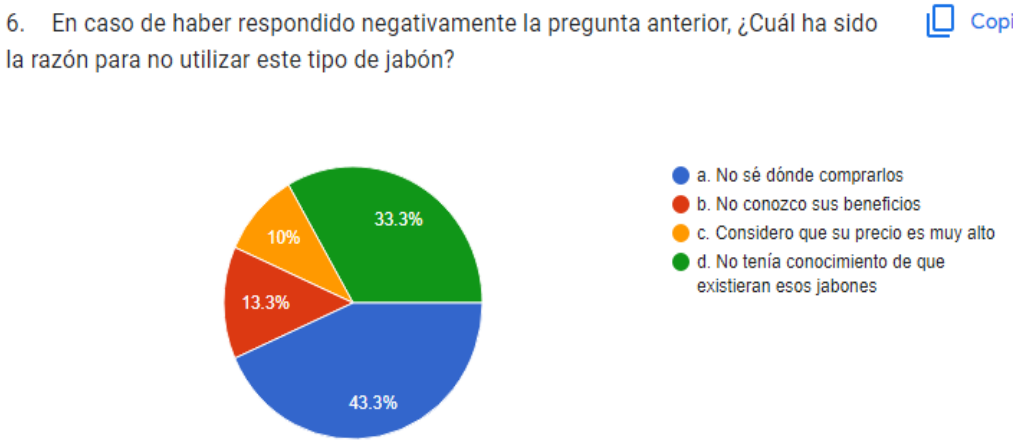
Figura 7 ¿Ha utilizado jabones artesanales y/o naturales?



Fuente: Elaboración propia

Partiendo del resultado de esta pregunta, se puede observar que el 45,1 % de la población si tiene conocimiento sobre los jabones artesanales y el 54,9 % no tiene conocimiento acerca de este producto, lo que indica que no existe mucha diferencia entre el sí y el no, siendo esto un factor importante para la viabilidad del proyecto.

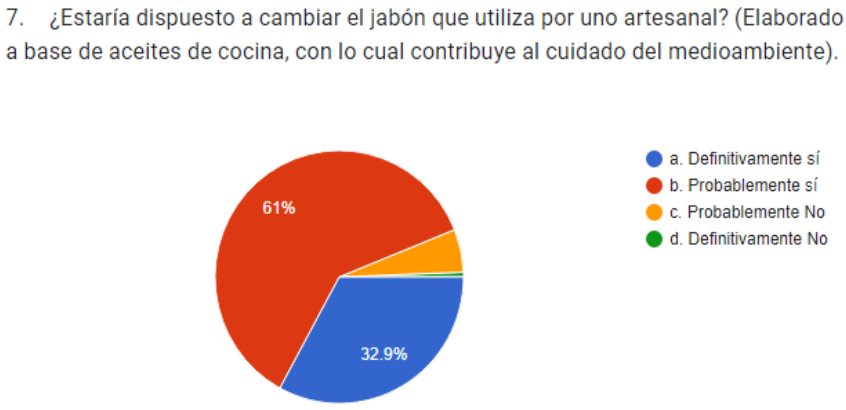
Figura 8¿Cuál ha sido la razón para no utilizar este tipo de jabón?



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta arrojo que la mayoría de las personas que no utilizarían este producto es porque no saben dónde comprarlo, en total un 43,3 % de las personas encuestadas no tenía conocimiento de estos jabones, con esto se puede determinar que es importante definir estrategias para dar a conocer el producto que se quiere ofertar.

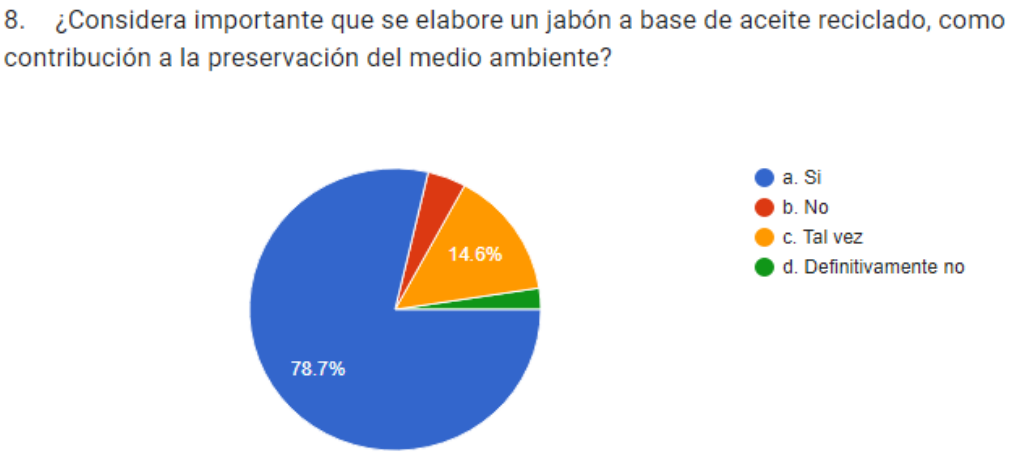
Figura 9 ¿Estaría dispuesto a cambiar el jabón que utiliza por uno artesanal?



Fuente: Elaboración propia

Después de identificar esta pregunta podemos observar que el 61 % de las personas encuestas probablemente estaría dispuesta a cambiar el jabón que utiliza por el jabón artesanal a base de aceite de cocina usado. Un 32, 9 % si estaría dispuesto a cambiarse, esto arroja como resultado que realmente es una buena opción ofertar el jabón artesanal.

Figura 10 ¿Considera importante que se elabore un jabón a base de aceite reciclado, como contribución a la preservación del medio ambiente?



Fuente: Elaboración propia

Aquí se puede observar que un 78,7 % considera importante que se elabore un jabón a base de aceite de cocina usado, como contribución al medio ambiente, una pequeña cantidad de 14,6 % escogieron que tal vez, determinando así el conocimiento que tienen las personas encuestadas por cuidar el medio ambiente.

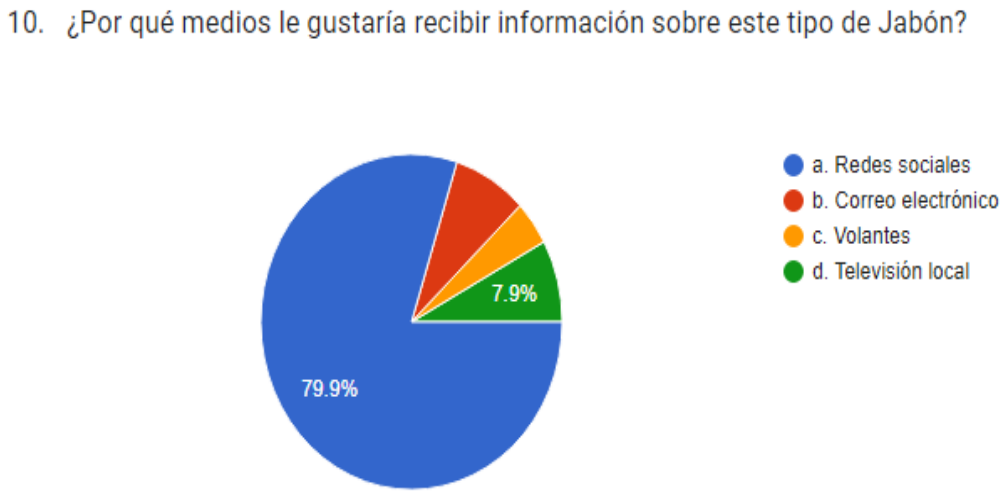
Figura 11 ¿Qué precio pagaría por este tipo de jabón?



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es de gran importancia ya que determina el precio con el cual se entregará el producto final, las personas encuestadas escogieron un 45,1 % el precio comprendido entre 5.000 y 7.000 mil pesos, el 37,2 % el precio de 3.000 mil pesos y el 12,8 % el precio comprendido entre 8.000 y 10.000 mil pesos.

Figura 12 ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre este tipo de jabón?



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se logra conocer que el mayor canal para recibir información acerca de este tipo de jabón son las redes sociales, arrojando un 79,9 % de respuestas, el 7,9 resultante escogió la televisión local.

Análisis de la encuesta

Con la investigación que se realizó anteriormente se determinó que la gran mayoría de personas encuestadas si están dispuestas a adquirir el producto, comprándolo a un precio asequible. Pero, se debe brindar mayor información acerca de los beneficios que posee el jabón artesanal elaborado a base de aceite vegetal para que los consumidores se motiven aún más y lo compren

constantemente. Existen muchas personas que todavía no saben de la efectividad de estos jabones, por ende, se debe ofrecer una publicidad efectiva e innovadora por medio de los canales de comunicación que puedan existir como las redes sociales, medios masivos, etc. Para que los clientes que lo conocen y en especial los que aún no saben de su existencia deseen adquirirlo. Con la encuesta también se pudo observar que los consumidores estarían dispuestos a dejar el jabón que utilizan a diario por uno de mejor calidad y elaborado artesanalmente.

Con los datos recolectados se pudo analizar que la demanda del jabón artesanal que se quiere dar a conocer fue aceptada de manera positiva. Como muestra de eso, las personas estarían dispuestas a adquirir el producto a un precio determinado dejando a un lado el jabón que utilizan cotidianamente por uno nuevo y de mejor calidad, teniendo en cuenta los precios relacionados con la competencia, las preferencias del consumidor, entre otros. Por tal motivo, la empresa estará dispuesta a ofertar productos amigables con el medio ambiente, que sirvan para todo tipo de genero sin excepción alguna y que se pondrán a disposición del mercado con un valor económico de tal modo que, la población en general pueda realizar su compra.

4.1.1 Mercado Meta.

En este apartado se pretende describir la segmentación del mercado, que es un objetivo a realizar dentro del proyecto, para poder lograr el alcance esperado del mismo. El mercado es bastante amplio, ya que existen diferentes personas que estarían dispuestas adquirir el jabón artesanal, cada una de estas con diversas necesidades, exigencias, restricciones e intención de comprar el producto ofertado; de esta manera lo ideal es dividir dicho mercado en grupo de clientes objetivos con necesidades y características similares y ofrecerles un producto adaptado a ellos.

Se pretende abarcar el mercado de hombres y mujeres del municipio de Aguachica, Cesar teniendo en cuenta que demanda un gran porcentaje de personas que desean obtener productos naturales para el cuidado personal de su piel. Esta población se encuentra en un rango comprendido entre los 10 a los 70 años aproximadamente, con poder adquisitivo y que les guste o prefieran los jabones artesanales que son elaborados por medio de los aceites utilizados de cocina. Con este

jabón artesanal lo que se quiere es que los consumidores tengan un producto de excelente calidad en la canasta familiar y que supere las exigencias del cliente. Las personas lo pueden utilizar de varias maneras, funciona como limpiador facial o corporal, este producto cuida el medio ambiente puesto que tiene ingredientes biodegradables de origen vegetal.

Para lograr la segmentación del mercado se ha decidido utilizar dos tipos de segmentación:

Segmentación geográfica:

- País: Colombia
- Departamento: Cesar
- Ciudad: Aguachica
- Población total: 122.902 habitantes (proyección del DANE para el año 2022)
- Población femenina: 63.062 (51,3%)
- Población masculina: 59.840 (48,7%)

Segmentación demográfica:

En este punto se incluye el rango de edad entre los 18 a 70 años de edad, teniendo en cuenta el género masculino y femenino sin importar su ocupación laboral o formación académica. Sin embargo, el rango escogido pertenece a la población que tiene una actividad económica activa y de esa manera, su nivel de ingreso le permitirá adquirir el producto.

4.1.2 Marketing Mix.

Se establecieron 4 pilares fundamentales (producto, precio, plaza, promoción) para realizar el plan de estrategia del Marketing Mix, utilizando como herramienta la encuesta Google formularios, brindando datos específicos de manera clara y concisa en forma de gráficos que permiten ver más allá de lo que desean los consumidores y así poder ofrecer un producto eficaz y eficiente que satisfaga las necesidades de los compradores.

- **Estrategia del producto**

El producto a promocionar es un jabón artesanal elaborado a base de aceites de cocina comestible y reutilizables que ofrece un cambio positivo al medio ambiente evitando perjudicar la salud de las personas. Igualmente, reúne las características de un jabón tradicional como lo es la calidad, su aroma y efectividad; por ende, surge la necesidad de aprovechar el aceite vegetal que se desecha y transformarlo en un jabón artesanal que sea líquido o en barra, acto para los hogares o establecimientos del municipio de Aguachica, Cesar. Además, en el proceso de fabricación de los jabones se tendrán en cuenta las normas técnicas o los estándares de calidad que cumplan con las expectativas del mercado, dichas estrategias serán las siguientes:

- ✓ Los jabones artesanales serán en barra y se puede variar su tamaño según las preferencias del consumidor.
- ✓ Crear un nombre o logotipo que sea llamativo y que los clientes lo puedan distinguir fácilmente de otros jabones.
- ✓ El empaque será de materiales biodegradables que lo diferencie de otros y que sea amigable con el medio ambiente.

Tabla 3 Presentación del producto

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	CONTENIDO
Jabón en barra	90gramos

Fuente: Elaboración propia

- **Estrategia de precio**

En la encuesta realizada a las 383 personas del municipio de Aguachica, Cesar se establecieron unos rangos de precios por los cuales las personas estarían dispuestas a pagar por el producto. Teniendo en cuenta que debe ser un jabón artesanal con un precio rentable para cuidar

la economía de las familias. Como resultado se obtuvo que el 45,1% de los consumidores estarían dispuestos a pagar entre $5.000 y $7.000 en total.

Con la interpretación de la encuesta se pudo llegar a la conclusión que el valor máximo que pagarían los consumidores por cada unidad de jabón está por encima de los $5.000 pesos. Mediante este precio estándar se pueden utilizar las siguientes estrategias:

- ✓ Ofrecer a menor precio los jabones a los clientes mayoristas que adquieren grandes cantidades.
- ✓ Fijar un precio competitivo en el mercado objetivo, teniendo en cuenta la competencia y de esa manera obtener una buena aceptación por parte de los consumidores.

Tabla 4 Presentación del producto, Contenido, Precio por unidad

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	CONTENIDO	PRECIO POR UNIDAD
Jabón en barra	90gramos	$3.000

Fuente: Elaboración propia

- **Estrategia de plaza**

Para la propuesta que se plantea en este proyecto acerca de la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones a base de aceites reciclados, se implementara el marketing directo que permite de manera eficaz y eficiente dar a conocer los medios de distribución y comercialización que se utilizaran en el municipio de Aguachica, Cesar. En este punto se tendrá en cuenta como los clientes llegaran al producto final. Generalmente las personas que adquieren este tipo de jabones artesanales lo averiguan por internet o en alguna tienda física, es decir, se crearan métodos para desarrollar mejor estos aspectos en la empresa y son los siguientes:

- Crear redes sociales, páginas web, darse a conocer por los medios masivos de comunicación como la radio, televisión, periódicos, etc. Donde las personas conozcan de forma detallada la empresa y también puedan realizar sus compras.
- Ofertar los jabones hechos a base de aceites reciclados de cocina en los diferentes almacenes de cadena, super mercados, tiendas de barrios, hoteles, restaurantes, etc. que estén dispuestos a crear alianzas de distribución o comercialización con la empresa.
- **Estrategia de promoción**

Para la empresa lo primordial es estar en la mente y en el corazón de los clientes, por medio de una publicidad llamativa e innovadora que comunique la importancia de cuidar el ambiente y proteger la piel mediante un jabón artesanal elaborado a base de aceites comestibles y reutilizables. Dicho lo anterior. Las herramientas los canales de comunicación que utilizará la empresa para dar a conocer el producto será por medio de sus redes sociales como: Facebook, Instagram, WhatsApp, páginas web, canales de comunicación local que son la radio y la televisión, publicidad impresa. Todo esto con el fin de que el producto lo conozcan en toda la región. Para esto, se efectúan las siguientes estrategias:

- ✓ La estrategia de lanzamiento será del 15% para los jabones, mientras el producto se da a conocer por debajo del valor del mercado
- ✓ Entregar volantes elaborados con material reciclado que contenga un mensaje de fácil comprensión y con propuestas llamativas en todo el municipio de Aguachica, Cesar para que las personas puedan acceder a comprar el producto.
- ✓ Colocar vayas publicitarios en espacio visibles donde se dé a conocer el producto a promocionar.
- ✓ Crear paginas corporativas, de Facebook, Instagram, comerciales de televisión, anuncios radiales, entre otros.
- ✓ Al jabón de 90g adicionarle 10 gramos que seguirá con su mismo precio ($3.000c/u) menos el descuento del 15%, de esa manera las personas tendrán ese incentivo para comprar el producto.

4.1.3 Identificación y análisis de la competencia.

Si se analiza correctamente la competencia mediante los precios que manejan, las estrategias de marketing que utilizan, el posicionamiento frente al mercado, la demanda que tienen los productos o servicios que ofrecen al cliente, los beneficios o características del mismo, Asimismo, se podrán evitar los errores y convertir las debilidades de las demás empresas en fortalezas para la nuestra. De esa manera, los consumidores obtienen un producto original e innovador, teniendo presente en todo momento que se hace con el fin de suplir sus necesidades o cumplir con sus expectativas

Actualmente, en el municipio de Aguachica y sus alrededores existen diversas empresas que distribuyen o comercializan jabones o detergentes; para llevar a cabo el estudio de la misma se seleccionaron diferentes empresas que hacen parte de la competencia directa y son los siguientes.

- Almacenes de cadena: La Olímpica, Diego Éxito, Tiendas D1, Autoservicio la quinta, Tiendas Ara, entre otros.
- Almacenes especializados en cosméticos.
- Supermercados, Tiendas de barrio, hoteles, restaurantes etc.

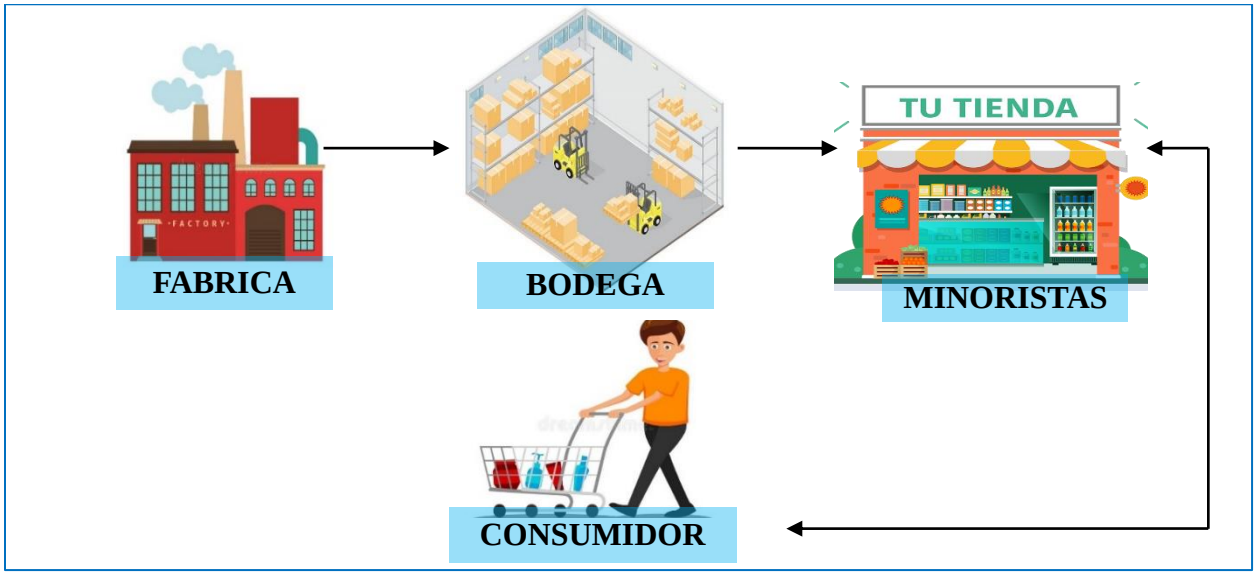
Por ende, se deberá analizar en qué zona se puede ubicar la empresa y de esa manera detectar a todos los posibles competidores que vendan todo tipo de jabón que afecte la compra y venta del producto artesanal hecho a base de aceite vegetal reciclado que se desea comercializar. Esto ayudara a que los consumidores sepan con claridad los beneficios, el precio económico, la calidad y muchos otros aspectos que tiene el jabón para que no duden en comprarlo y sea nuestra empresa la preferida de las personas.

4.1.4 Canales de Distribución.

La empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables en el municipio de Aguachica, Cesar implementará la distribución directa, es decir, el producto se elabora en la fábrica siguiendo unos estándares de calidad, la materia prima utilizada es de primera mano para así poder entregar un producto terminado en óptimas condiciones y listo para ser distribuido. Después de esto el producto pasara a una bodega donde es almacenado para luego ser entregado a los diferentes proveedores como lo son: las tiendas de barrio, las droguerías, supermercados, almacenes de cadena. Luego de terminado este proceso, los proveedores serán los encargados de distribuir o comercializar el producto a los diferentes clientes potenciales o podrán dirigirse hasta el punto físico de la empresa para realizar su respectiva compra.

Finalmente, por medio de este proceso de distribución se les garantizara a los clientes la entrega oportuna del producto en los tiempos establecidos por la empresa para que dicho producto sea entregado en las condiciones apropiadas, con un precio conveniente para ambas partes, con el fin de que las personas lo reciban en el momento y lugar que lo necesiten. De esa forma, también se les estará brindando un servicio personalizado que supere las expectativas de las personas.

Figura 13 Canales de distribución del Jabón artesanal



Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Proyección de ventas a 5 años.

Tabla 5 Proyección de ventas a 5 años

PROYECCIÓN DE VENTAS						
AÑO	**0 AÑO**	**1 AÑO**	**2 AÑO**	**3 AÑO**	**4 AÑO**	**5 AÑO**
Unidades a Vender	0	18.000	30.000	35.000	40.000	45.000
Precio x Jabón	0	$ 3.000	$ 4.500	$ 4.550	$ 4.800	$ 5.000
TOTAL	**0**	$ 54.000.000	$ 135.000.000	$ 159.250.000	$ 192.000.000	$ 225.000.000

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al pronóstico de ventas, la empresa iniciara vendiendo para el primer año 18.000 unidades de jabón a un precio de $3.000 c/u, para el 2 año 30.000 unidades a un precio de $4.500 c/u, en el 3 año serán 35.000 unidades para vender cada jabón a $4.550, para el 4 año 40.000 unidades a un precio de $4.800 c/u y para el 5 año se espera vender 45.000 o más unidades que tendrá un precio de $5.000 c/u.

Todo esto se hace teniendo en cuenta el punto de equilibrio que existe entre el valor presente y el estudio de mercado realizado anteriormente, teniendo una estimación de venta promedio a 50 jabones diarios; durante 288 días para el primer año. Asimismo, el precio incrementara según la inflación del año 1 hasta el año 5. Dicho lo anterior, con la fabricación y comercialización del jabón artesanal se desea suplir las necesidades de las personas que adquieren el producto, sin dejar de lado el precio que están dispuestos a pagar por la compra del jabón.

4.2 Objetivo 2: Determinar los Requerimientos Técnicos y Administrativos para la Puesta en Marcha de la Misma

Los requerimientos que se presentaran a continuación permiten establecer los aspectos que debe cumplir la empresa para completar con éxito su propósito, se trata de aspectos como la

localización de la organización, los insumos para la fabricación del producto, su estructura organizacional y demás factores que son de vital importancia para el correcto funcionamiento de la misma.

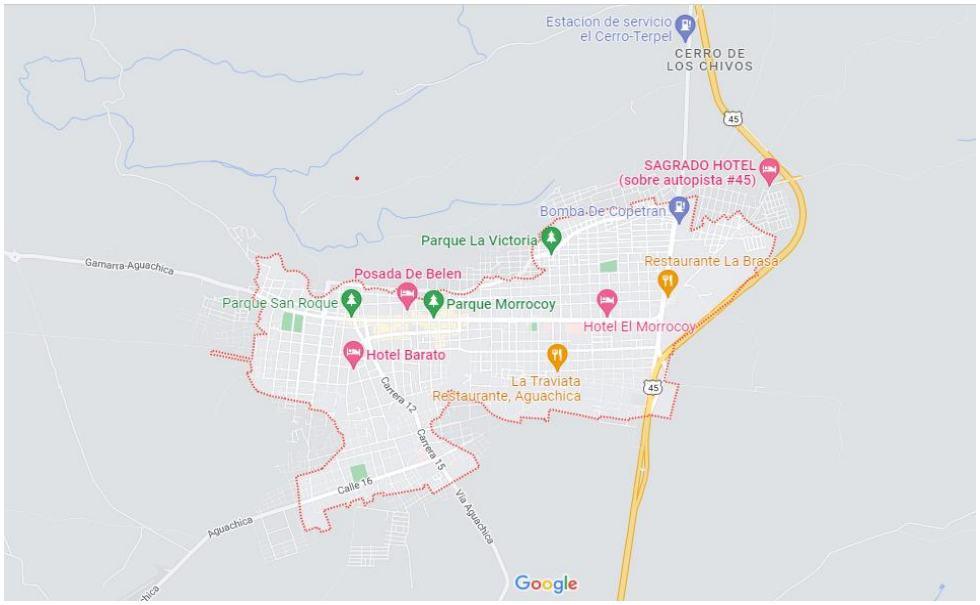
4.2.1 Requerimientos Técnicos

La localización del proyecto permite identificar los lugares exactos en donde se puede ubicar la empresa, con el fin de establecer una zona que ofrezca beneficios y mejores ganancias y demás aspectos como el proceso de producción y la materia prima del jabón, etc.

4.2.2 Macrolocalización

En la macrolocalización de este proyecto se determinó al municipio de Aguachica, situada en el departamento del Cesar, siendo este el segundo municipio más poblado del departamento, cuenta con 122.902 habitantes según el registro del DANE 2022. La posición geográfica estratégica del municipio de Aguachica ha sido trascendental para la venta de productos y servicios que aborda potenciales clientes alrededor del Sur de Bolívar y el Sur del Cesar, los cuales han fijado su confianza en actividades comerciales formales y con prosperidad notable.

Figura 14 Macrolocalización del municipio de Aguachica, Cesar



Fuente: Google Maps

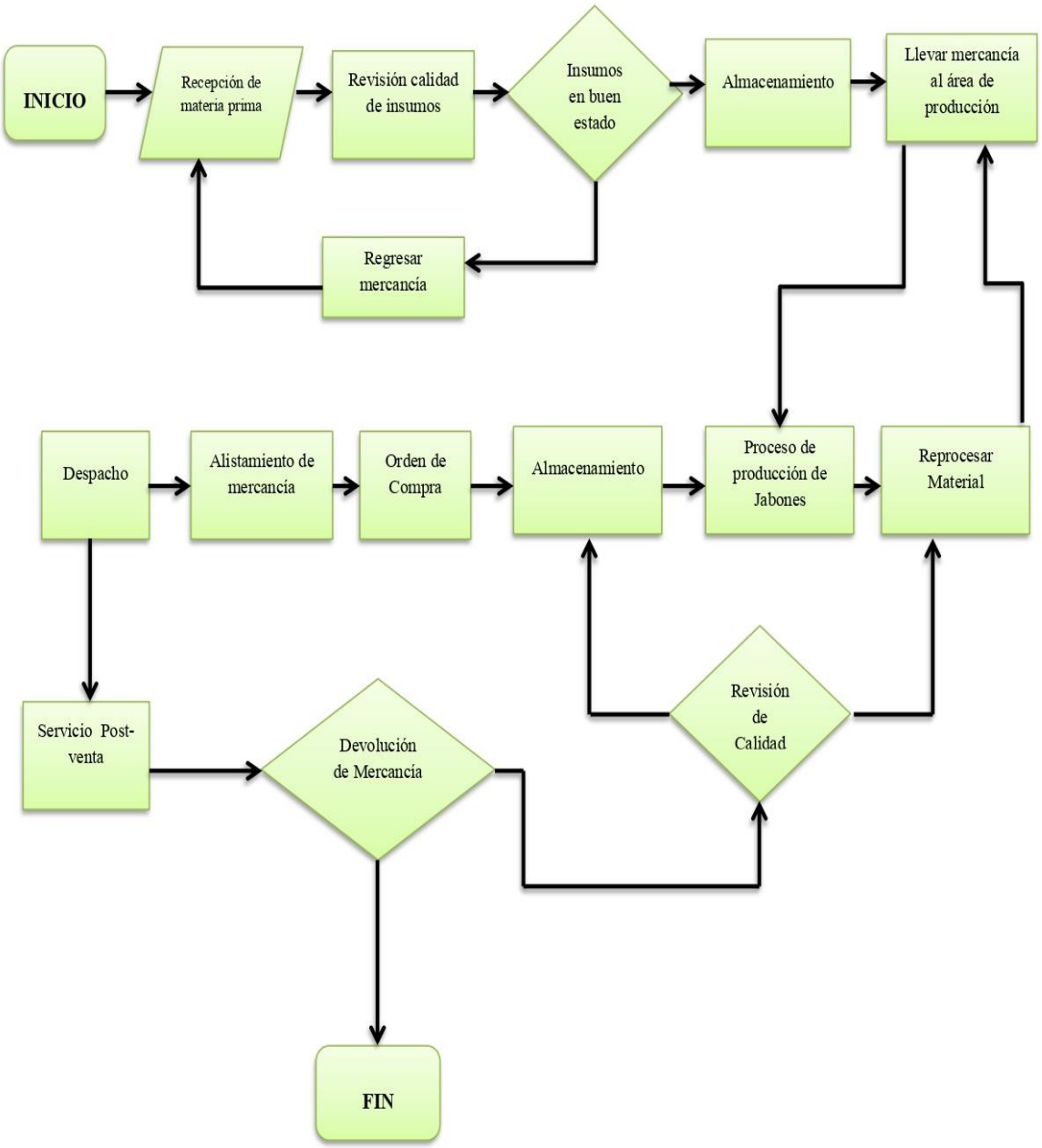
4.2.3 Macrolocalización.

La empresa de jabones REVER ARTESANAL S.A.S ubicada en el municipio de Aguachica, Cesar tendrá un espacio físico situado en la calle 10 Norte #32ª33 barrio San Eduardo. Puesto que, es una vía principal donde transcurre un alto número vehicular. Además, la empresa estará en una zona de mayor visibilidad teniendo a su favor la distribución del producto o el suministro de la materia prima por medio de las diferentes vías de acceso que contribuyen a la comercialización de un producto en su tiempo establecido.

Rever Artesanal S.A.S será constituida como una micro empresa, teniendo a su disposición a 4 colaboradores para cumplir con los propósitos establecidos por la misma. Será una empresa dedicada a la comercialización y distribución de jabones artesanales para brindar una nueva y mejor experiencia a sus consumidores, por tal razón, la empresa trabajará de manera eficaz y eficiente para cumplir con las expectativas de los clientes y ser la preferida en el mercado.

4.2.4 Diagrama de flujo del proceso de producción

Figura 15 Diagrama de flujo del proceso productivo



Fuente: Elaboración propia

Se procedió a elaborar un jabón en barra con el aceite vegetal que se recicla para identificar los resultados esperados. Principalmente se deben tener en cuenta los materiales o elementos que se requieren a la hora de la fabricación del jabón. A continuación, se mencionan los que se utilizaron en el proyecto.

- Aceite de cocina reciclado, soda cáustica, agua destilada, balanza, guantes, tapabocas, gafas, pala o cuchara de madera, baldes, moldes, colador, tela, embudo, papel, toalla y caja de plástico.

- Inicialmente, se filtra el aceite de cocina reutilizado con la finalidad de remover las sustancias o partículas que presenta la sustancia. Esto se hace mediante dos procesos: Con un colador, y siguiente a este con un embudo, también se utiliza una tela para que todas las partículas se remuevan correctamente.

- Para fabricar el jabón se necesita una cantidad específica de soda cáustica para cada aceite, esto se determina con el índice de saponificación de acuerdo al aceite empleado. Por ende, para calcular la cantidad de soda se debe multiplicar el volumen de aceite que se va a usar por su índice de saponificación. Una vez que se sabe la cantidad de soda, se debe calcular la cantidad de agua que se necesita, para esto se debe dividir la cantidad de soda cáustica en 30% que corresponde a la concentración necesaria para un jabón, y el resultado de esta división se resta de nuevo con la cantidad de soda empleada. Luego de tener las cantidades de los materiales, se pesa en una balanza para cerciorarse que las medidas sean exactas y se obtenga un buen resultado del jabón. En este caso, estos procedimientos se realizaron dos veces debido a que se elaboraron dos jabones diferentes.

- Luego, se inicia agregando la soda cáustica al agua destilada y se mezcla hasta que las partículas de la soda se disuelvan totalmente y la mezcla tome un color blanco turbio. Asimismo, se debe esperar a que la mezcla baje de temperatura ya que se produce una reacción donde la temperatura aumenta y se producen vapores. Al bajar la temperatura se

agrega la mezcla al aceite y se procede a mezclar hasta quedar una mezcla homogénea y espesa.

- En este paso, se agrega la mezcla a los moldes y se tapan con un papel y una toalla o cobija, esto con la finalidad de mantener el calor y obtener un buen resultado del proceso de la saponificación. Posterior a 24 horas se procede a desmoldar.

- Por último, se deben colocar en un recipiente que esté ventilado y al almacenarlos, no deben tener mucho contacto los jabones el uno con el otro. Este proceso se denomina curado en el cual el jabón se deja en un lugar fresco por 4 semanas con la finalidad de que este tenga sus propiedades adecuadas para poder utilizarlo. Finalmente, después de las 4 semanas se realizan las pruebas en el laboratorio.

- Una vez que los jabones se presentan en su estado sólido y teniendo ya un grado de sequedad considerable, se hace un corte manual a las partes que se han adherido; esto se hace a gusto de los consumidores o según sus necesidades. Aquellos que están en un molde, simplemente salen con dicha forma.

Las limitantes que existen bajo este método manual son las limitantes a nivel productivo, ya que una producción masiva de jabones no se puede esperar en el corto plazo, ni tampoco más de unas cien unidades mensuales contando con un número alto de mano de obra y trabajadores dedicados a esta labor. Gran parte de esto se debe a los días de secado, que son la limitante más grande al método artesanal (Orozco et al. 2018).

La saponificación es una reacción química que se da por la mezcla de una sustancia como el álcali (hidróxido de sodio o potasio) y un ácido graso de origen vegetal o animal, el cual da un resultado de jabón y glicerina. Se debe tener en cuenta que como es un proceso de saponificación en frío este cuenta con una etapa llamada “curado” en la cual se realiza en una zona ventilada y tiene un tiempo de 4 o 5 semanas. Esta etapa es necesaria puesto que el jabón pierde el exceso de agua dando su forma y tamaño definitivo, asimismo, la finalización de la saponificación y, por lo

tanto, se disminuirá el pH y alcanza su dureza definitiva. De igual forma, es importante realizar la prueba de reacción de saponificación puesto que permite verificar que la saponificación haya finalizado completamente.

Las ventajas que aporta el jabón natural son fundamentalmente un tratamiento más suave para la piel y su biodegradabilidad. La calidad en la elaboración propia del jabón depende de la elección de las materias primas y de algunos aditivos como los aromas, siendo las esencias naturales la mejor fuente aromática, ya que además tienen propiedades terapéuticas (Statista, 2018). Estos jabones están elaborados con materias primas de calidad superior.

4.2.5 Materia prima del producto

Tabla 6 Materia prima del producto

INSUMOS	JABÓN ARTESANAL DE 90gramos
Soda Caustica	25,76gr
Aceite Reutilizado	200gr
Agua Destilada	67gr
Aceite de Coco (Suavizante)	140gr
Saponificación	0,184gr

Fuente: Elaboración propia

4.2.6 Máquinas de producción

Estufa industrial

Figura 16 Estufa industrial



Fuente: Mercado libre

Se utiliza para calentar la mezcla del aceite. Tiene un precio de $ 1.200.000 en Mercado libre

Mesón industrial

Figura 17 Mesón industrial



Fuente: Mercado libre

Tiene un precio de $ 1.700.000 en Mercado libre.

Olla en acero

Figura 18 Olla en acero



Fuente: Mercado libre

La olla en acero se utiliza para mezclar la soda caustica, el agua destilada y el aceite de coco, seguidamente, se deja al aire libre. Tiene un precio de $414.750 en Mercado libre.

Moldes

Figura 19 Moldes



Fuente: Mercado libre

Tiene un precio de $40.500 de 1200 ml en Mercado libre.



Fuente: Mercado libre

Tiene un precio de $23.500 en Mercado libre.

Balanza gramera

Figura 20 Balanza gramera



Fuente: Mercado libre

La balanza sirve para pesar e identificar los gramos exactos que se deben utilizar en cada proceso del jabón. Tiene un precio de $44.990 en mercado libre.

Set de cucharas de madera

Figura 21 Set de cucharas de madera



Fuente: Mercado libre

Tiene un precio de $103.016

Balde en acero

Figura 22 Balde en acero



Fuente: Mercado libre

Tiene precio de $95.900 en Mercado libre.

Coladores

Figura 23 Coladores



Fuente: Mercado libre

Tienen precio de $40.000 en Mercado libre.

Embudo

Figura 24 Embudo



Fuente: Mercado libre

Tiene precio de $38.000 en Mercado libre.

Caja de plástico

Figura 25 Caja de plástico



Fuente: Mercado libre

Tiene precio de $23.800 en Mercado libre.

Toallas absorbentes

Figura 26 Toallas absorbentes



Fuente: Mercado libre

Tiene precio de $ 7.600 en Mercado libre.

Toallas de tela

Figura 27 Toallas de tela



Fuente: Mercado libre

Tiene precio de $12.900 en Mercado libre.

4.2.7 Determinación de precio del jabón artesanal.

Tabla 7 Determinación de precio del jabón artesanal

COSTOS VARIABLES	VALOR
Soda caustica	$ 200
Aceite reutilizado	$ 100
Agua destilada	$ 300
Aceite de coco	$ 400
Saponificación	$ 200
Total CV	**$ 1.200**
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	**VALOR**
Caja	$ 400
Vinipel	$ 100
Yute	$ 100
TOTAL CIF	**$ 600**
Total de Cif y Cv	**$ 1.800**
Costo de producción en %	23
Precio de venta por unidad	$ 3.000
Utilidad en pesos	$ 1.200
Utilidad %	**68%**

Fuente: Elaboración propia

4.2.8 Muebles y enseres.

Tabla 8 Muebles y enseres

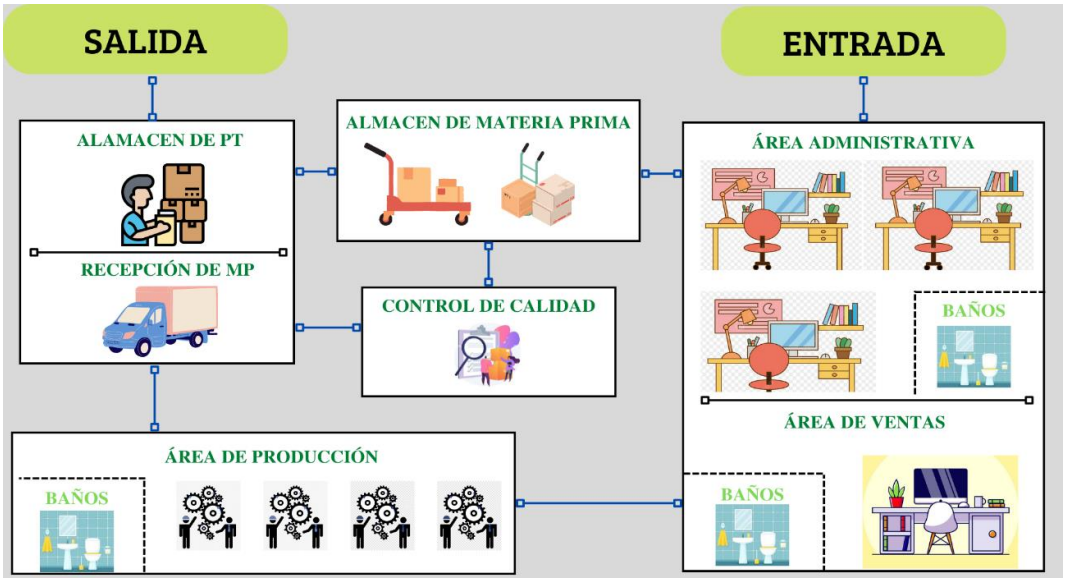
RECURSOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorios	3	$ 140.000	$ 420.000
Computadores	3	$ 800.000	$ 2.400.000
Sillas	10	$ 50.000	$ 500.000
Estantes	2	$ 120.000	$ 240.000
Archivador	1	$ 170.000	$ 170.000
Teléfono fijo	1	$ 65.000	$ 65.000
Licencia de software	1 año	$ 600.000	$ 600.000
Costo Total			**$ 4.395.000**

Fuente: Elaboración propia

4.2.9 Distribución de la planta.

La empresa productora y comercializadora de jabón a base de aceites comestibles reutilizables, Rever Artesanal S.A.S, en el municipio de Aguachica. Brindará espacios de comodidad y seguridad para el personal interno y externo de la organización; mediante el área administrativa, el área de ventas, el área de producción, área de recepción de materia prima, área de almacenamiento de producto terminado y en especial la atención al cliente. Con el fin de que los procesos se realicen de manera eficaz y eficiente y sea de beneficio tanto para los colaboradores de la empresa como para los consumidores que desean comprar el producto.

Figura 28 Distribución de la planta



Fuente: Elaboración propia

4.3 Requerimientos Administrativos

4.3.1 Tipo de empresa y objeto social.

La empresa Rever Artesanal será constituida por medio de una sociedad por acciones simplificada SAS, según la ley 1258 del 5 de diciembre de 2008.

La SAS podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas (Colombia, 2022).

Para cumplir a cabalidad con los requisitos legales para la constitución de la empresa productora y comercializadora de jabones artesanales, es importante tener en cuenta las siguientes normatividades:

- Obtención del RUT para Verificar la actividad económica que se realizara y la autorización por parte de la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN).
- Registro en la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar.
- Registro y obtención de la matricula mercantil ante la Cámara de Comercio.
- Expedición y registro de los libros de comercio.
- Matricula del impuesto de industria y comercio.

4.3.2 Nombre.

Rever Artesanal S.A.S

4.3.3 Logotipo.



4.3.4 Misión.

Rever Artesanal S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización de jabones artesanales a base de aceites usados de cocina, creando productos para el uso corporal de las personas que logren satisfacer sus necesidades, de igual manera, contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente; generando sostenibilidad y crecimiento en el mercado productivo del municipio de Aguachica, Cesar.

4.3.5 Visión.

Para el año 2027 Rever Artesanal S.A.S será una marca reconocida en el mercado como uno de los principales productores y comercializadores de jabones artesanales corporales a base de aceites usados de cocina. Siendo una empresa innovadora, amigable con el medio ambiente, rentable y de calidad, cumpliendo con las expectativas de sus clientes potenciales.

4.3.6 Valores.

Innovación: La empresa Rever Artesanal estará en constante actualización debido a los cambios tecnológicos que se presentan cada día, identificando las necesidades de sus clientes y creando estrategias de mejora para ofrecer un producto de alta calidad; innovando en sus diseños, publicidad, materia prima, precios diferenciales, entre otros.

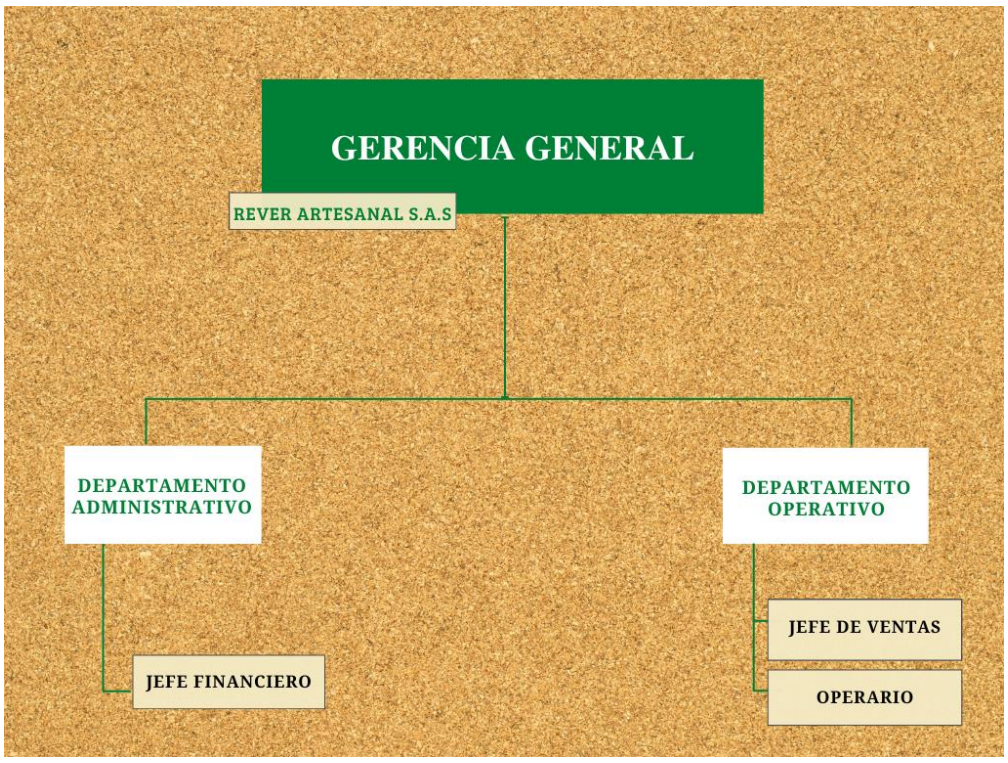
Responsabilidad: Los funcionarios de la empresa deben caracterizarse por cumplir a cabalidad con sus funciones internas y externas para hacer la entrega del producto en el tiempo establecido.

Credibilidad: Rever Artesanal, mantendrá una posición confiable frente a sus clientes superando las expectativas o necesidades al momento de adquirir el producto, mediante una buena experiencia de compra.

Honestidad: Transmitir a los clientes un comportamiento transparente, sincero y confiable que permita la fidelización de los consumidores.

4.3.7 Estructura organizacional

Figura 29 Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia

Mediante el organigrama ilustrado anteriormente, se puede observar que la empresa Rever Artesanal S.A.S cuenta con un número reducido de colaboradores, pero aun así no deja de ser una organización formal. Por ende, la empresa define los departamentos correspondientes para que los empleados desempeñen sus funciones correctamente; teniendo claridad acerca de los niveles superiores e inferiores de la misma. Asimismo, se obtendrán excelentes resultados a corto, mediano o largo plazo, con el fin de que la organización cumpla con los objetivos propuestos de forma eficiente.

Según Terry (1980. p. 370) el organigrama permite visualizar las diversas funciones y el personal comprometido con la misma, así como también se puede observar claramente la interrelación de actividades dentro de la organización.

Rever Artesanal S.A.S es una micro empresa; que tiene a su disposición 4 colaboradores que contribuyen a que la organización sea más productiva, rentable y eficiente para todos sus clientes potenciales; igualmente, con la estructura se puede ver reflejado la comunicación asertiva que existe con las personas internas y externas de la misma. Por tal razón, los integrantes de la organización deben tener capacidades y habilidades para alcanzar el objetivo principal que es; la elaboración de un jabón artesanal que ofrece beneficios de alta calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores que deseen adquirir el producto.

4.3.8 Manual de funciones

Tabla 9 Perfil de cargos gerente general

PERFIL DE CARGOS PARA LA EMPRESA DE JABONES REVER ARTESANAL S.A.S	
CARGO	Gerente General
AREA	Administrativa
▪ Ser Administrador de empresas o carreras afines.	

- Experiencia mínima de 1 año.
- Habilidad para establecer relaciones interpersonales.
- Tener liderazgo, compromiso, empatía y responsabilidad.
- Capacidad para cumplir con los requerimientos del personal externo e interno de la organización.
- Disponer correctamente de los recursos materiales y financieros de la empresa.
- Persona encargada de implementar nuevas estrategias de mejora para el óptimo funcionamiento de la organización.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 Perfil de cargos jefe financiero

PERFIL DE CARGOS PARA LA EMPRESA DE JABONES REVER ARTESANAL S.A.S	
CARGO	Jefe Financiero
AREA	Administrativa

- Profesional en contaduría pública o carreras afines.
- Experiencia mínima 1 año.
- Habilidad de compromiso, responsabilidad, trabajo en equipo.
- Manejo de nómina y aportes parafiscales.
- Capacidad para manejar programas contables.
- Persona encargada de que las finanzas de la organización sean estables.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Perfil de cargos jefe de producción

PERFIL DE CARGOS PARA LA EMPRESA DE JABONES REVER ARTESANAL S.A.S

CARGO	Operario
AREA	Operativo

- Título académico de bachiller o tecnólogo en áreas similares
- Experiencia mínima de 6 meses a 1 año.
- Habilidades de trabajo en equipo, liderazgo, comunicación, empatía, eficiencia y eficacia para realizar las actividades correspondientes.
- Capacidad para manejar el material para la elaboración del producto.
- Persona encargada de los procesos de producción para elaborar adecuadamente el producto.
- Cumplir con la producción diaria.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Perfil de cargos jefe de ventas

PERFIL DE CARGOS PARA LA EMPRESA DE JABONES REVER ARTESANAL S.A.S	
CARGO	Jefe de ventas
AREA	Operativo

- Técnico o tecnólogo en carreras administrativas.
- Experiencia mínima de 6 meses a 1 año.
- Habilidades en atención al cliente, trabajo en equipo, responsabilidad, comunicación asertiva, liderazgo, creatividad
- Organizar y controlar los pedidos que se efectúan en la empresa.
- Brindar información clara y concisa a los clientes.
- Hacer entrega a los clientes del producto en los tiempos asignados.
- Persona encargada de planificar y ejecutar los procesos de ventas cumpliendo con los objetivos propuestos por la organización.

Fuente: Elaboración Propia

4.3.9 Costos y gastos de administración.

Tabla 13 Costos de administración de personal (Nomina)

Cargo	Cantidad	Salario mensual por empleado
GERENTE GENERAL	1	$ 1.300.000
JEFE FINANCIERO	1	$ 1.000.000
OPERARIO	1	$ 1.000.000
JEFE DE VENTAS	1	$ 1.000.000
TOTAL		**4.300.000**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR TOTAL
Arriendo	$ 500.000
Servicios públicos	$ 300.000
Implementos de aseo	$ 40.000
Implementos de papelería	$ 30.000
Decoración del local	$ 250.000
TOTAL	**$ 1.120.000**

Fuente: Elaboración propia

4.4 Objetivo 3: Establecer el Impacto Ambiental que Pueda Llegar a Generar la Empresa

Con este objetivo se determinará el impacto que tendrá este proyecto tanto en la parte ambiental como en la sociedad, de esa forma, se obtendrá la información suficiente para conocer los beneficios, los aspectos e impactos que puede generar la empresa.

4.4.1 Normatividad Ambiental

La reglamentación sobre medio ambiente es muy amplia y compleja, por tal motivo las organizaciones pequeñas obtienen dificultades al cumplirla. A partir de esa necesidad nace la norma ISO 14001, para facilitar el cumplimiento de la legislación ambiental. Esta norma está basada en la Gestión de la Calidad que en la actualidad se utiliza para los diferentes sectores industriales y comerciales, incluyendo la industria del servicio (Norma Técnica Colombiana, ISO 14001, 2015).

Dicho lo anterior, se presentan los impactos y aspectos que tiene la empresa para contribuir al medio ambiente y a las personas.

- **Impacto:** A nivel ambiental la contaminación en ríos, lagunas, acuíferos, mar o cuerpos hídricos.

Para el consumidor es muy interesante este impacto ambiental puesto que, genera concientización acerca de la importancia de contribuir al mejoramiento del medio ambiente mediante pequeñas acciones como lo es cambiar el uso diario de jabones comerciales que no aportan beneficio de ninguna índole a diferencia de los Jabones artesanales hechos a base de aceites y productos orgánicos que reduce la contaminación de nuestros ríos y mares.

Adicionalmente, impacta positivamente en el espacio social creando directa e indirectamente empleo en el municipio, esto se genera gracias a los nuevos proyectos de

emprendimiento. Por último y no menos importante es el impacto a nivel personal que permite crecer profesionalmente llevando a la práctica la teoría adquirida en el transcurso de la elaboración de este proyecto como lo es el emprendimiento productivo e innovador.

- **Aspectos positivos:** El jabón será un producto biodegradable no contiene químicos lo cual contribuiría con el cuidado del medio ambiente.

Se evita la generación de más residuos lo cual reducirá la contaminación. Reutilizar genera conciencia en las personas, también ayudaría a implementar acciones y estrategias para no contaminar impidiendo que los residuos (Aceite de cocina usado) no sean arrojados si no que se utilice el aprovechamiento del mismo para la elaboración del jabón artesanal.

- **Aspecto negativo:** En el proceso de elaboración de los jabones artesanales al mezclar los ingredientes a tan altas temperaturas, produce una pequeña cantidad de gases en el ambiente.

4.5 Objetivo 4: Elaborar un Estudio Financiero para Conocer la Viabilidad Económica del proyecto

Inicialmente, se hizo un análisis en cuanto a los costos y gastos administrativos, la nómina de la empresa, el valor de los muebles y enseres que tendrá la empresa, entre otros componentes de gran importancia, con el fin de establecer la proyección de los estados financieros junto con el balance general estimados para los próximos 5 años, por tal razón, en las tablas que se observan en la parte de abajo; se conocerá que tan rentable es la creación de una empresa productora y comercializadora de jabones artesanales a base de aceites de cocina.

Tabla 15 Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
	1	2	3	4	5
Materia Prima	$ 35.279.203	$ 38.807.124	$ 42.687.836	$ 46.956.620	$ 51.652.282
Mantenimiento	$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000
Arrendamiento	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Servicios Públicos	$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000
Nómina	$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000
Total	**$ 96.579.203**	**$ 100.107.124**	**$ 103.987.836**	**$ 108.256.620**	**$ 112.952.282**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN						
Capital de Trabajo	**año 0**	**año 1**	**año 2**	**año 3**	**año 4**	**año 5**
Estufa	$ 1.200.000					
Ollas de Fusion	$ 2.114.750					
Moldes-Recipientes-Utensilios de Cocina-Balanza	$ 494.253					
Muebles y Enseres	$ 420.000					
Softfware	$ 600.000					
Equipos de Computo	$ 2.400.000					
Materia Prima	$ 17.500.000	$ 35.279.203	$ 38.807.124	$ 42.687.836	$ 46.956.620	$ 51.652.282
Arrendamiento		$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000	$ 6.000.000
Nómina		$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000	$ 51.600.000
Mantenimiento		$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000	$ 100.000
Aseo y Papelería		$ 250.000	$ 250.000	$ 250.000	$ 250.000	$ 250.000
Servicios Públicos		$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000	$ 3.600.000
Total	**$ 32.072.003**	**$ 96.829.203**	**$ 100.357.124**	**$ 104.237.836**	**$ 108.506.620**	**$ 113.202.282**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Ingresos operacionales	$ 54.000.000	$ 135.000.000	$ 159.250.000	$ 192.000.000	$ 225.000.000
Costo de venta	$ 35.000.000	$ 57.800.000	$ 57.800.000	$ 57.800.000	$ 57.800.000
Utilidad Bruta	$ 19.000.000	$ 77.200.000	$ 101.450.000	$ 134.200.000	$ 167.200.000
Gastos operacionales	$ 35.000.000	$ 25.000.000	$ 40.000.000	$ 45.000.000	$ 55.000.000
Gastos administrativos	$ 48.000.000	$ 48.000.000	$ 48.000.000	$ 48.000.000	$ 48.000.000
Gastos de venta	$ 5.500.000	$ 5.691.000	$ 5.886.755	$ 6.080.300	$ 6.200.000
Utilidad operacional	$ 16.000.000	$ 52.200.000	$ 61.450.000	$ 89.200.000	$ 112.200.000
Ingresos no operacionales	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos financieros	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Utilidad antes de impuestos	$ 20.700.000	$ 27.200.000	$ 30.585.000	$ 51.090.000	$ 67.880.000
Impuestos	$ 1.100.000	$ 1.300.000	$ 1.450.000	$ 1.500.000	$ 2.176.000
Utilidad neta	$ 19.600.000	$ 25.900.000	$ 29.135.000	$ 49.590.000	$ 65.704.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Balance general

BALANCE GENERAL						
	0 año	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
ACTIVOS						
Caja		$ 54.000.000	$ 135.000.000	$ 159.250.000	$ 192.000.000	$ 225.000.000
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		**$ 54.000.000**	**$ 135.000.000**	**$ 159.250.000**	**$ 192.000.000**	**$ 225.000.000**
Muebles y Enseres	$ 1.020.000	$ 4.560.000	$ 3.500.000	$ 2.150.000	$ 1.950.000	$ 1.580.000
Maquinaria y Equipo	$ 6.209.003	$ 6.000.003	$ 5.730.200	$ 4.206.253	$ 3.682.253	$ 2.158.253
Materia Prima	$ 17.500.000	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Depreciación		$ 1.884.000	$ 1.884.000	$ 1.884.000	$ 1.884.000	$ 1.884.000
TOTAL FIJOS ACTIVOS	**$ 32.072.003,00**	**$ 8.676.003**	**$ 7.346.200**	**$ 4.472.253**	**$ 3.748.253**	**$ -**
TOTAL ACTIVOS	**$ 32.072.003,00**	**$ 62.676.003**	**$ 142.346.200**	**$ 163.722.253**	**$ 195.748.253**	**$ 225.000.000**
PASIVOS						
Obligaciones Financieras	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Obligaciones Laborales	$ -	$ 48.000.000	$ 50.400.000	$ 52.800.000	$ 55.300.000	$ 58.200.000
Proveedores	$ -	$ 20.000.000	$ 30.000.000	$ 35.000.000	$ 75.151.000	$ 89.950.000
Gastos operacionales	$ -	$ 115.450.000	$ 196.450.000	$ 220.700.000	$ 253.450.000	$ 286.450.000
Impuestos	$ -	$ 1.100.000	$ 1.300.000	$ 1.450.000	$ 1.500.000	$ 2.176.000
TOTAL PASIVOS	$ -	$ 184.550.000	$ 278.150.000	$ 309.950.000	$ 385.401.000	$ 436.776.000
PATRIMONIO						
Capital Social	$ 32.072.003	$ 33.000.000	$ 35.000.000	$ 36.500.000	$ 37.480.000	$ 38.200.000
Utilidad del Ejercicio	$ -	$ 8.650.000	$ 8.450.000	$ 10.395.650	$ 12.584.253	$ 15.000.000
Reserva Legal	$ -	$ 3.420.000	$ 1.510.000	$ 1.800.450	$ 2.100.000	$ 2.374.000
Utilidades acumuladas	$ -	$ 130.550.000	$ 143.150.000	$ 150.700.000	$ 193.401.000	$ 211.776.000
TOTAL PATRIMONIO	**$ 32.072.003**	**$ 45.070.000**	**$ 44.960.000**	**$ 48.696.100**	**$ 52.164.253**	**$ 55.574.000**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$ 32.072.003**	**$ 229.620.000**	**$ 323.110.000**	**$ 358.646.100**	**$ 437.565.253**	**$ 492.350.000**

Fuente: Elaboración propia

DATOS	INVERSIÓN INICIAL	$ 32.072.003
	TASA DE DESCUENTO	10,00%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19 TIR y VPN

PERIODO	INGRESOS	EGRESO	FLUJO DE EFECTIVO NETO	VALOR PRESENTE
0			**-$ 32.072.003**	**-$ 32.072.003**
1	$ 35.279.203	$ 14.111.681	$ 21.167.522	$ 19.243.202
2	$ 38.807.124	$ 15.522.849	$ 23.284.274	$ 19.243.202
3	$ 42.687.836	$ 17.075.134	$ 25.612.702	$ 19.243.202
4	$ 46.956.620	$ 18.782.648	$ 28.173.972	$ 19.243.202
5	$ 51.652.282	$ 20.660.913	$ 30.991.369	$ 19.243.202
Total				**$ 96.216.009**

Fuente: Elaboración Propia

- Valor presente de la suma de flujos actualizados: **$96.216.009**
- Valor presente neto (VPN): -$ 32.072.003 + $96.216.009 **= $64.144.006**
- Tasa interna de retorno (TIR): **$68%**

4.5.1 Análisis

Se puede evidenciar que la empresa obtendrá una rentabilidad mayor al 50 % durante los próximos 5 años. La empresa comenzara con 18.000 unidades en el primer año, para el segundo año 30.000 unidades, en el tercer año 35.000 unidades, el cuarto año serán 40.000 unidades y para

el quinto año 45.000 unidades, teniendo en cuenta la aceptación del producto en el mercado. El jabón tendrá un valor de $3.000 c/u, pero, con el pasar de los años el producto estará en constante mejora e innovación y de igual forma, su precio aumentará hasta $5.000 c/u. el valor del jabón se encuentra dentro del rango que estarían dispuestos los consumidores a pagar por adquirir el producto, según la respuesta que plasmaron en la encuesta realizada anteriormente.

Con el transcurrir del tiempo, el jabón artesanal no simplemente aumentara su valor económico, también, aumentara su gramaje, su presentación, su calidad, sus beneficios, entre otros aspectos. Esto se hace con el fin de cumplir las expectativas de los clientes, por ende, ser líder en el mercado como una de las marcas de mayor selección por los consumidores. Además de tener una mayor rentabilidad en la empresa por su precio asequible y por ser un jabón fabricado a base de elementos reutilizables como lo es el aceite vegetal que ya no se utiliza, igualmente, se espera alcanzar una ventaja competitiva frente a la competencia.

Discusión

Cabe resaltar que la implementación de un jabón artesanal en barra de uso corporal es un producto libre de químicos, conserva el medio ambiente, ofrece beneficios de calidad y tiene un valor asequible. En el municipio de Aguachica, Cesar se espera generar un desarrollo sostenible de mejor calidad para las habitantes en los diferentes aspectos que puedan existir. Dicho lo anterior, se puede observar a los diferentes autores que reflejan la importancia de crear este tipo de empresas o productos que traen consigo resultados positivos a nivel general.

En las organizaciones la creatividad y el aprendizaje no solo se dan en las estructuras determinadas como las jerarquías, sino que crean efectos en las partes que lo conforman como lo son las estructuras flexibles, no jerárquicas, espontaneas y adaptables que favorecen la creatividad organizacional. Para Henri Fayol (2005), el control de calidad que deben implementar las organizaciones a la hora de crear o innovar nuevos productos se hace con el objetivo de reducir o controlar los costos de operaciones y aumentar la productividad en todos los niveles de la empresa, que se refleja en utilidades. Dichas utilidades deberán ser repartidas con los consumidores, colaboradores y la sociedad en general (Administración y organizaciones, 2022).

Según (Tawfik y Chauvel, 1992) cuando se logran unir distintos componentes para la transformación de un nuevo producto, se divide una materia prima o insumo en varios productos para ir dándole forma e introducirlo en el mercado para los clientes potenciales. En algunas ocasiones los productos elaborados de forma artesanal pueden ser de escaso o alto consumo, varían dependiendo de las estrategias que utilicen las empresas para darse a conocer. El productor de dicho elemento deberá tener en cuenta los aspectos (precio, competencia, calidad) para hacer realidad su propósito (La producción artesanal, 2022).

Conclusiones

- ✓ De acuerdo a la población encuestada en el municipio de Aguachica, Cesar que fueron exactamente 383 personas; se logró establecer que el producto que se quiere llevar al mercado, tendrá una gran aceptación por parte de la comunidad; puesto que los encuestados manifestaron estar dispuestos a dejar el jabón tradicional que utilizan cotidianamente, para usar los productos de Rever Artesanal.

- ✓ Es factible crear una empresa dedicada a la comercialización y distribución de jabones artesanales a base de aceites reutilizables, que permiten generar beneficios económicos, sociales, culturales, etc. para la población en general, siendo este una organización dispuesta a proteger el cuidado de la piel, asimismo, conservar el medio ambiente; disminuyendo la contaminación por medio del reciclaje.

- ✓ Mediante el estudio financiero se determinó que la empresa es viable económicamente, dejando una rentabilidad del 50% lo cual permite identificar una gran oportunidad de negocio para esta empresa. Por otro lado, se convertirá en u fuente de empleo directos e indirectos, contribuyendo así con el desarrollo económico y social del municipio.

- ✓ Por último, el proyecto se hace con el fin de aprovechar y reutilizar el aceite de cocina que se desecha por los sifones y que contamina los ríos, las quebradas, etc. Transformándolo en un producto de uso corporal, permitiendo que lo malo se transforme en algo bueno y de utilidad, generando cambios positivos en las personas y en el medio ambiente.

Recomendaciones

- Formular estrategias para que los habitantes del municipio de Aguachica aprendan a reciclar de manera apropiada el aceite de cocina.

- Crear campañas publicitarias para concientizar a las personas de darle una correcta disposición final a los aceites vegetales que ya no utilizan.

- Brindar capacitaciones para que las personas no arrojen los aceites de cocina por los fregaderos puesto que, contaminan el medio ambiente y, por el contrario, aprendan a transformar el aceite en un producto de consumo.

- La alcaldía municipal debe apoyar e incentivar a las personas para que reutilicen los aceites vegetales.

Bibliografía

Adams, Finn, Moes, Flannery, & Rizzo. (2009). The virtual reality classroom. *Childneuropsychology, 15*, 120-135.

Administración y organizaciones. (12 de 10 de 2022). Obtenido de file:///C:/Users/WINDOWS-10/Downloads/Dialnet-AdministracionYOrganizaciones-2929438.pdf

Ángel Vian Ortuño, Editorial Reverté. (s.f.). *Introducción a la Quimica Industrial SEGUNDA EDICIÓN*. España: EDITORIAL REVERTÉ, S.A.

Araujo, & Shadwick. (2008). Tecnologia educacional. Barcelona.

B, B., & Bricklin M. (1998). *Causa psicologica del bajo rendimiento escolar.* México.

Baelo, R. Á., & Álavarez Baelo, R. (Noviembre 2009). Las tecnologia de la información y la comunicación en la educación superior. *Revista Iberoamericana de educación*, 5-10.

Baelo, R. (Noviembre 2009). LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION EN LA EDUCACION SUPERIOR. *Revista Iberoamericana de Educación,* 5 - 10.

Bandera, P. F. (2003). *Programa general de acciones recreativas para dolescentes, jovenes y adultos.* Bogotá.

Benavides, G. Z. (1998). *Lúdica: Una opción para comprender.* Caldas.

Betancur, M. (16 de Julio de 2002). *Al tablero*.

Bravo. (1991). Psicologia de las dificultades del aprendizaje escolar. Santiago de Chile.

BUNGE. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://es.bungenorthamerica.com/products/categories/96-aceites-vegetales

CEUPE. (09 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.ceupe.com/blog/materia-prima.html

Colombia, C. d. (19 de 10 de 2022). *Función pública*. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130

Cominetti, & Ruiz. (1997). *Algunos factores del rendimiento: las expectativas y el genero.* Honduras.

Echeverry, J. H., & Goméz, J. (2009). Lúdica del maestro en formación.

Ecologiaverde. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.ecologiaverde.com/definicion-de-reciclaje-240.html

Equipos y Laboratorios de Colombia. (13 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.equiposylaboratorio.com/portal/articulo-ampliado/saponificacion#:~:text=La%20saponificaci%C3%B3n%20es%20una%20reacci%C3%B3n,%C3%A1cido%20y%20de%20dicha%20base.

Fajardo, G. P., & Riasgos Erazo, S. C. (Enero - Abril de 2011). PROPUESTA PARA LA MEDIACIÓN DEL IMPACTO DE LAS TIC EN LA ENSERÑANZA UNIVERSITARIA. *Educ.Educ, 14*(1), 169-188. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v14nl/vl4n1a10pdf

Función Pública. (20 de 09 de 2022). Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130#:~:text=Po

r%20medio%20de%20la%20cual%20se%20crea%20la%20sociedad%20por%20acciones%20simplificada.&text=Art%C3%ADculo%201%C2%B0.,monto%20de%20sus%20respectivos%20aportes.

Gallego. (1997). Las estrategias cognitivas en el aula. Madrid.

Garcia, & Magaz. (2000). Actualidad sobre el TDA-H.

Genovard, Gotzens, & Montané. (1987). Psicologia de la educación. Barcelona.

Gibson, J. (2008). Los sentidos considerados como sistema de percepción. Boston.

Gómez, M. d., & García Gómez, A. (Enero - Junio de 2013). PROGRAMA DE ENSEÑANZA LUDICA: Un espacio para todos. *Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*(10). Obtenido de http://www.ride.org.mx/docs/publicaciones/10/educacion/C27.pdf

Google, M. (05 de 2021). Obtenido de https://www.google.com/maps/place/Aguachica,+Cesar/@8.305923,-73.6466841,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e5d8563dbc2a95b:0x2ec228aa7ae610cc!8m2!3d8.3097459!4d-73.6144871

Goróstegui. (1997). Sindrome de deficit de atención con hiperactividad.

Guerrero González, C. E. (05 de 2021). Obtenido de http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3371/Proyecto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guido, L. M. (2009). *Tecnológia de la infromacion y la comunicación.* Argentina.

Hernández, F., & Fernandez, S. (2016). *Metodología de la Investigación Sexta Edición.* México: Mc Graw Hill.

IFRC. (13 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.ifrc.org/es/nuestro-trabajo/desastres-clima-y-crisis/preparacion-para-desastres/planificacion-contingencias#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20de%20contingencias%20significa,preparaci%C3%B3n%20de%20las%20Sociedades%20Nacionales.

Infinitia Industrial. (09 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.infinitiaresearch.com/noticias/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-como-realizarlo/

internacional, I. (07 de 09 de 2022). *NORMA TÉCNICA NTC COLOMBIANA 947-1*. Obtenido de https://archivo.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/Sello_ambiental_colombiano/NTC_5131_Etiquetas_ambientales_tipo_I.pdf

Irene Feijoo Jaramillo, J. G. (2018). *MARKETING APLICADO EN EL SECTOR EMPRESARIAL*. Machala - Ecuador: UTMACH.

Kinsbourle, & Kaplan. (1990). Problema de atención y aprendizaje en noños. México.

La producción artesanal. (03 de 11 de 2022). Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf

Litwin, E. (Diciembre 2007). *Cuadernos de Investigación Educativa.* Uruguay: Publicación anual del Instituto de Educación.

maps, G. (05 de 2021). *Google Maps*. Obtenido de https://www.google.com/maps/place/Aguachica,+Cesar/@8.305923,-

73.6466841,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e5d8563dbc2a95b:0x2ec228aa7ae610cc!8m2!3d8.3097459!4d-73.6144871

Mariño, J. C. (Octubre de 2008). TIC y la transformación de la práctica educativa en el contexto de las sociedades del conocimiento. *Universidad y sociedad del conocimineto, 5*(2). Obtenido de http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/gonzalez.pdf

Matlin, M. (1996). SENSACIÓN Y PERCEPCIÓN. *Prentice Hall*, 554.

Natale, V. D. (1990). Estilo de aprendizaje y rendimiento académico. *Estilo de aprendizaje, 1*(5).

NORMA TÉCNICA NTC-ISO COLOMBIANA 14001. (23 de 09 de 2015). Obtenido de https://informacion.unad.edu.co/images/control_interno/NTC_ISO_14001_2015.pdf

Orjales. (1998). Deficit de atención con hiperactividad. Madrid.

Oviedo, G. L. (2004). La definicion del concepto de percepción en psicologia con base en la teoria de Gestalt. *Revista de estudioas sociales*, 89-96.

Pineda. (1996). Disfunción ejecutiva en niños con transtorno por deficif de atención con hiperactividad. *Revista neurológica Colombiana*, 16-25.

Price, M. S., & Henao Calderón, J. L. (2011). Influencia de la percepción visual en el aprendizaje. *Universidad de La Salle. Fundación Universitaria del Área Andina , 9*(1), 89. Obtenido de http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/sv/article/view/221

Quimica. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.quimica.es/enciclopedia/Jab%C3%B3n.html

QuimPac. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.quimpac.com.co/index.php/soda-caustica

Quintero. (2009). Avances en el transtorno por deficit de atención e hiperactividad. *Revista actas esp psiquitria, 9*(6), 352-358.

Quiroga, G. (2006). METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS: PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR. En Q. Gonzalo, *METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS: PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR* (págs. 113 -129). Bosnia de Saravejo: Editorial URG.

Republica, C. d. (05 de 09 de 2022). *LEY 2069 DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2020.pdf.* Obtenido de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf

RevistaPyM. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.revistapym.com.co/articulos/opinion/232/catherine-suarez/42387/que-es-un-consumidor

Romaña, C. A. (04 de 2021). *Elaboracion de Jabones Artesanales con Aceite Usado.* Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6059/Elaboraci%c3%b3n%20de%20jabones%20artesanales%20con%20aceite%20usado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sampieri y Mendoza. (25 de 10 de 2021). *Postgradoune.* Obtenido de https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf

Sampieri, H. (13 de 09 de 2020). Obtenido de file:///C:/Users/WINDOWS-10/Downloads/WP8%20ESACE%202020.pdf

Scheel, J. E. (2000). *Roles alternativos de las tics en educación:sistema de apoyo al sistema de enseñanza aprendizaje.* Chile.

Scheel, J. E., & Laval, E. (4,5 y 6 de Diciembre de 2000). Roles alternativos de TIC en educación: sistemas de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje. *Ribie*. Obtenido de http://www.niee.ufrgs.br/eventos/RIBIE/2000/papers/048.htm

Significados artesanal. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.significados.com/artesanal/

Sistema Único de Información Normativa. (25 de 08 de 2022). Obtenido de https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30036665

Skinner. (2009). Aprendizaje y comportamiento. Barcelona.

Solomon. (2010). Entorno de aprendizaje con ordenadores. Barcelona.

Sostenible, M. d. (07 de 09 de 2022). *Resolución 316 de 2018-.pdf*. Obtenido de https://www.andi.com.co/Uploads/Resoluci%C3%B3n%20316%20de%202018-.pdf

Souza, D. (2008). The impact when not diagnosed. *Revista Jbras psiqiatry*, *57*(2), 139-151.

StelOrder. (12 de 10 de 2022). Obtenido de https://www.stelorder.com/blog/empresa/

TerriData. (05 de 08 de 2022). Obtenido de https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011

TerriData. (05 de 09 de 2022). Obtenido de https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011

TerriData. (05 de 09 de 2022). Obtenido de https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011

TerriData. (05 de 09 de 2022). *TerriData(DNP)*. Obtenido de https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011

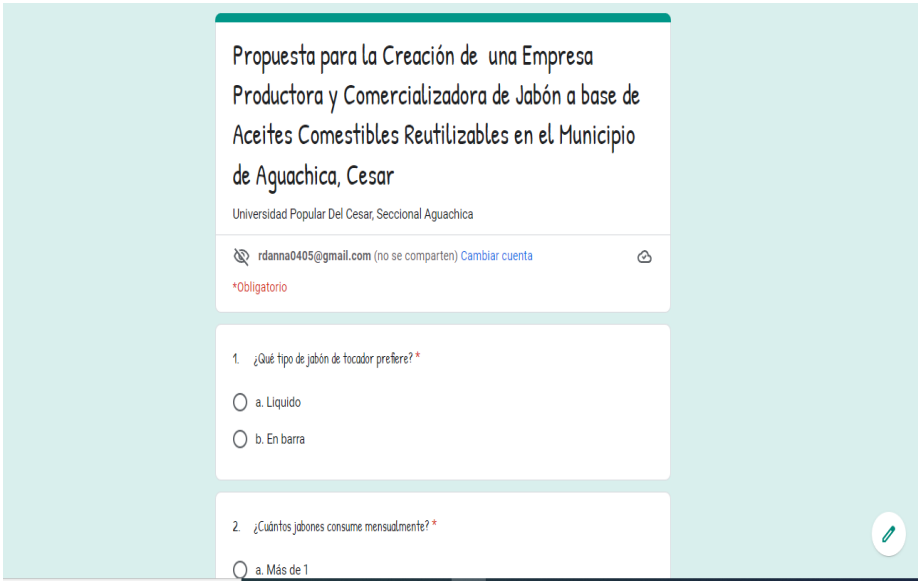
wehmeyer, M. (2008). *The intellectual disability construct and its relation to human functioning. Intellectual and Developmental Disabilities* . San Diego.

zamora-boza, clarisa solange. (20 de 05 de 2022). *La importancia del emprendimiento en.* Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf

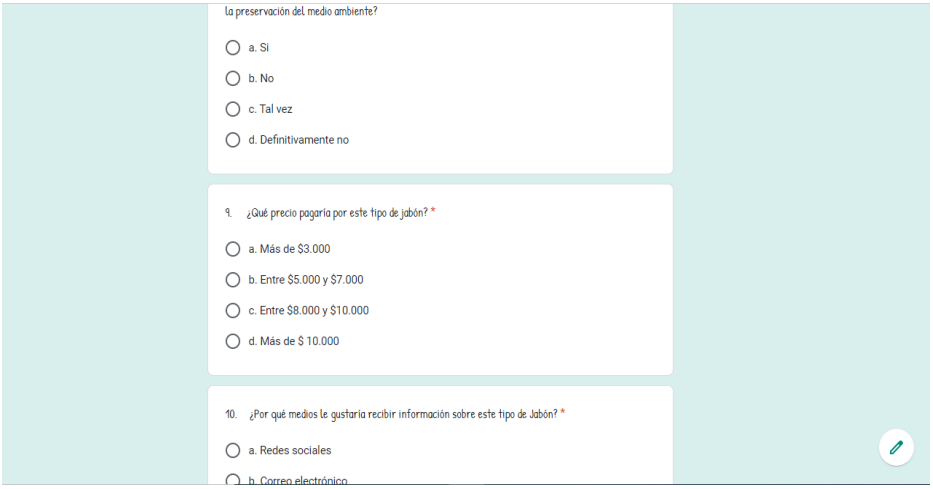
Zubiria, F. (2014). *Metodología de la Investigación.* Bogotá, D.C: Estudios.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia