



NAUNGAN FISHERFOLK ASSOCIATION (NAFIAS)

SOCIAL ENTERPRISE BUSINESS PLAN

FOR THE ECO-BAG MAKING & ZERO-WASTE REFILLING STORE

With support from:



Table of Contents

I.	ORGANIZATIONAL SUMMARY	2
II.	THE SOCIAL ENTERPRISE PROJECT	4
III.	PRODUCTION	5
IV.	MARKETING	9
V.	COMMUNICATIONS	11
VI.	SUSTAINABILITY MECHANISMS	13

This Social Enterprise Plan was formulated to serve as a blueprint for the organization's strategy for growth. Similar to a regular business plan, it outlines how the organization will achieve its business objectives and includes information about its products/services, marketing strategies, and finances. As a social enterprise, the organization is not only after business impact but also positive social impact. Thus, a communications plan for strengthened advocacy is also laid out.

This Social Enterprise Plan was developed in mixed English and Bisaya language, by the Naungan Fisherfolks Association (NAFIAS) with guidance from the Ormoc City Government through the City Environment and Natural Resources Office.

They were supported by UN-Habitat through the Government of Japan-funded Healthy Oceans and Clean Cities Initiative.

I. ORGANIZATIONAL SUMMARY

Vision (Damgo)

Aron mahimong usa ka globally competent, independente, resilient, ug sustainable association uban sa mga sukdanan niini nga nakasentro sa hustong pagdumala sa basura ug tigpasiugda sa usa ka limpyo ug berde nga palibot.

Mission

- Aron sa pagtuboy ug pagpalambo sa moral, sosyal, ug ekonomikanhon nga kaayohan sa mga miyembro niini
- Aron mapanalipdan ang kinaiyahan pinaagi sa paggamit sa husto ug sustainable waste diversion method

Legal Identity

Ang asosasyon narehistro sa Department of Labor and Employment nga adunay numero sa rehistrasyon: **R08-WLFO-2021-11-WA-1843.**

Type/Sector	Formal Waste Sector
Registration Number, DOLE	R08-WLFO-2021-11-WA-1843
BIR	616-235-251-000
LGU	Accredited on November 04, 2022
Founding Date	27 October 2021
Members, Original, Total during founding	42
Present, Total as of June 2023	42
No. of Women as of June 2023	14
President, Name	Mr. Roberto D. Dajab
Contact Number	+63- 946-7084-547

Organization and Management

Ang asosasyon gipangulohan sa iyang presidente nga gisuportahan sa Bise Presidente, Treasurer, Auditor, Secretary, Business Manager, Sergeant At Arms, ug Public Information Officers.

Table 1: Organizational Summary and Management of the Social Enterprise

Element	Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2025)	Long-Term (2026 and Beyond)
Legal Identity	DOLE Registered with Registration Number: <u>R08-WLF0-2021-11-WA-1843</u> LGU Accredited	BMBE Registration to be exempted from income tax and minimum wage law Business Permit Acquisition BIR Registration		Registered with the Cooperative Development Authority Brand and logo registration with the Intellectual Property Office attached to DTI
Organizational Management	7 officers managing the association	The number of officers will increase to 10 to be composed of committee in-charge		The number of officers will increase to 15
Members	With active members 45 members	45 members		55 members
Enterprise Management		Hire a manager for the social enterprise project	Hire additional personnel to manage the enterprise (e.g. bookkeeper, Quality Control Officer)	

II. THE SOCIAL ENTERPRISE PROJECT

Background

Aduna kitay mga aktibong miyembro nga nagtinabangay sa usag usa. Halos tanang miyembro na-expose na kung unsaon pag-operate ang negosyo pinaagi sa pagtambong sa mga workshop ug seminar. Ang atong asosasyon nagtan-aw sa kaayohan sa atong palibot. Nahimo ang asosasyon pinaagi sa tabang sa City ENRO sa tuig 2021 sa pagsulbar sa problema sa basura sa Barangay Naungan. Tungod kay ang Barangay Naungan usa sa mga barangay nga catch basin sa mga basura dala sa mga kalamidad o bagyo, ang mga basura magkalat sa kabaybayonan ug sa mga kasapaan. Buhat niini, ang basura pwede mapagkakitaan ug dugang nga income sa mga miyembro sa asosasyon.

Project Title

Ang mga social enterprises mao ang "NAFIAS Eco-Bags and Recycled Crafts Making" ug "NAFIAS Zero Waste Refilling Store."



Project Objectives

- Aron makunhuran ang gidaghanon sa marine plastic litter sa aberids nga 8.6 tonelada matag tuig sugod sa 2023¹

¹ 10 bags per day at 1 kg per bag x 24 days in a month x 12 months

- Aron malikayan ang paggamit sa plastik sa 3 tonelada matag tuig sa 2023²
- Aron makamugna ug trabaho sa 1,380 man-days sugod sa tuig 2023³
- Para motaas ang household income sa mga miyembro ug total aggregate income sa NAFIAS
- Aron maibanan ang basura

III. PRODUCTION

Product Lines

Ang NAFIAS wala maghimo bisan unsang produkto karon. Sa hamubo nga termino (2023), makagama kini og mga eco-bag ug mag-operate og tindahan sa pagpuno.

Sa tunga nga termino (2024 - 2025), ang asosasyon maghimo mga souvenir and accessories. Sa dugay nga panahon, bug-os nga produksyon sa mga eco-bag ug gi-recycle nga mga crafts.

Raw materials

Ang raw materials sa paghimo og eco-bag mao ang panapton, tarpaulin, single-use plastic, ug sealant.

Para sa zero-waste refilling store, ang mga palaliton maglakip sa dishwashing liquid, fabric conditioner, ug liquid detergent, ug uban pa.

Sources of Raw Materials

Sa pagkakaron, ang atong tinubdan sa hilaw nga materyales alang sa eco-bags mao ang mga panimalay sa barangay. Sa hamubo nga termino, ang tinubdan sa plastik mao ang mga panimalay sa barangay ug Material Recovery Facilities sa kasikbit nga mga barangay.

Labor

Ang pagtrabaho alang sa paghimo sa eco-bags ug ang mga tawo nga modumala sa tindahan sa pag-refill magagikan sa mga miyembro sa asosasyon.

² 3 tons of plastic to be avoided per year by the proposed refilling store

³ 624 days (2 persons x 26 days x 12 months) for the refilling store and 756 days for the eco-bags making (1 sewer, 1 cutter x 24 days x 12 months; 1 procurement person x 15 days x 12 months)

Table 2. Elements of Production

Element	Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
Product Lines		Eco-Bags Refilling Store	Eco-Bags Refilling Store Souvenirs	Eco-Bags Refilling Store Souvenirs
Raw Materials		Used cloth Used tarpaulins Sealant single-use plastic	Used cloth Used tarpaulins Sealant Single-use plastic Resin Recyclable plastics	Used cloth Used tarpaulins Sealant Single-use plastic Resin Recyclable plastics
Sources of Raw Materials		Barangay households	Barangay households, Material Recovery Facility of the barangay	Barangay households, Material Recovery Facility of the barangay
Labor		Members of the association	Members of the association	Members of the association
Production Overhead		Eco-bags • Payment for collecting the plastic • Transportation cost • Water • Soap • Electricity Zero-Waste Refilling Store • Transportation cost for purchasing the commodities	Eco-bags • Payment for collecting the plastic • Transportation cost • Water • Soap • Electricity	Eco-bags • Payment for collecting the plastic • Transportation cost • Water • Soap • Electricity

Element	Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
		• Electricity • Space rental for store, storage and production area for eco-bags		
Machinery, Equipment, and Tools		For eco-bags: Sewing machines Cutting table Sizzix machine Sealer Rivet Press Hole Punch Tape measures Scissors Seam ripper Awl Safety glasses for eye protection Clips Sewing machine needle Ruler Cutting mat Rotary cutter Double-sided tapes Prongs Grommets Small screwdrivers Chalk pen Crochet Manual cutters Glue guns		Point of Sale (POS)

Element	Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
		Tables for store Record book for inventory and sales Weighing scale Measuring cups Funnel		
Vehicles	No vehicle			
Production location	Within Barangay Naungan	Within Barangay Naungan	Within Barangay Naungan	Within Barangay Naungan
Production Process Flow				
Production Volume		To be determined		
Pricing		To be determined during the product development		

IV. MARKETING

Market Segments

Ang NAFIAS nagplano sa pag-tap sa mosunod nga mga bahin sa merkado alang sa ilang tagsa-tagsa ka mga produkto:

Table 3. Target Market Segments

Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
N/a	[ZWRS] residents of Brgy. Naungan	Residents of Brgy. Naungan and nearby Barangays	Franchisees of ZWRS in Ormoc City
N/a	[Eco-bags] individual shoppers in handicraft/souvenir shops and tourists spots in Ormoc City Bulk orders of medium-scale business	Corporate orders of other businesses in Ormoc City	Corporate orders of businesses across the country

Competitive landscape

Hangtud sa 2022, sa ubos mao ang mga ka kompetensya sa ilang mga proyekto sa social enterprise sa NAFIAS:

Table 4. Competitors for the Proposed Social Enterprise Project

Name of Organization	Brief description of the competition
[ZWRS] sari-sari stores in Brgy. Naungan	- Multiple locations across Brgy. Naungan - Default retail store of residents, especially for small, individual purchases - Widest presence, estimate 150 sari-sari stores per barangay - Use plastic as packaging material or containers - Sari-sari stores accepting credit “utang” - Everyday essentials are being sold
[Eco-bags] handicraft stores, souvenir shops in Ormoc City	- Located in malls, central market, and tourism shops and centers across Ormoc City - Heavy foot traffic, more established marketing, and promotions - Carries a wide selection of local products, not exclusive to eco-friendly products - Sells quality products

Benefits of the product

Ang NAFIAS refilling store ug eco-bags naghatag sa mosunod nga mga benepisyo nga dili makuha sa mga kustomer gikan sa mga kakompetensya:

Table 5. Benefits of the Proposed Social Enterprise Project

Functional Benefits	Emotional Benefits
[ZWRS] - they help in reducing plastic waste - affordable products - saves transport fare from not having to go to grocery stores [Eco-bags] - Reusable, washable - Durable, will not easily tear - Affordability and value for money (cheaper than branded bags) - Eco-friendly, made of plastic waste	[ZWRS and eco-bags] - Happiness and fulfillment for being able to help protect the environment by reducing plastic waste - Feel more responsible towards proper waste disposal and 3Rs - Feeling proud of patronizing durable and affordable products made out of recycled materials [ZWRS] - Feeling of being part of a movement towards zero-waste/plastic-free community - Feeling satisfied because they're able to save time and money

Unique Selling Proposition

Kung itandi sa ubang giila nga mga kompetensiya sa merkado, ang NAFIAS nagtanyag sa eco-solutions sa problema sa basura sa plastik lakip ang mga eco-bag nga hinimo sa plastik nga basura ug ang una nga zero-waste refilling store sa *Barangay Naungan*, Ormoc City.

Marketing Strategies

Aron maabot ang target nga merkado niini ug makab-ot ang mga katuyoan sa negosyo, ang NAFIAS mag-aplay sa mga musunod nga estratehiya sa pagpamaligya:

Table 6. Marketing Strategies

Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
Promotional efforts of NAFIAS members through various media	Continuous promotion - Distribution of brochure and flyers - Online promotion on personal FB pages of NAFIAS members - Partner with Tourism Office and other LGU offices	Continuous promotion - Own Facebook page and e-commerce page like Shopee and Lazada - Innovation of products - improved quality and design	Partner with DTI for wider promotion of the products

Baseline	Short-Term (2023)	Medium-Term (2024 – 2026)	Long-Term (Beyond 2026)
	Tap influencers/ known personalities in Ormoc City who have environmental advocacies	Continuous engagement with influencers/known personalities	Engage a brand ambassador (model) to promote our product/store and advocacies
	Introductory promos: [Eco-bags] Discount for the first 50 buyers of eco-bags get discount [ZWRS] Free product samples for purchases of P100 and above	Engage promodizers who can market our products/store in stores outlets and small entrepreneurs	Expansion of business by putting up new branches within Ormoc City.

V. COMMUNICATIONS

Key Messages

Ang mosunod nga mahinungdanong mga mensahe gimugna ug giuyonan sa mga opisyal sa NAFIAS. Ang mga mensahe gamiton sa tanang miyembro aron ipahibalo ang mga tumong sa organisasyon nga tin-aw, mubo, ug makanunayon ngadto sa lain-laing mga stakeholder, sa tanang plataporma. Uban niini nga mga mensahe, ang mga miyembro andam mahimong mga brand ambassadors ug tigpasiugda sa kalikopan sa social enterprise.

- Ang Naungan Fisherfolks Association usa ka organisasyon nga nagtumong sa pagpalambo sa komunidad pinaagi sa pagpasiugda sa pagpanalipod sa kinaiyahan ug pagpalambo sa panginabuhì sa mga miyembro niini.
- Gitubag sa grupo ang mga hagit sa kinaiyahan ug sa komunidad, labi na ang problema sa basura nga plastik ug ang kakulangan sa mga oportunidad sa panginabuhì.
 - Ang problema sa basura gipamatud-an sa pagdaghan sa mga basura sa daplin sa baybayon kada-coastal cleanup nga gihimo matag ikatulong Domingo sa bulan.
 - Gibanabana nga 10kg nga plastik nga basura ang makolekta matag-adlaw
- Aron matubag kini nga mga hagit, ang NAFIAS naghatag ug eco-solution sa problema sa basura sa plastik samtang naghatag ug dugang nga kita sa mga miyembro niini:
 - Gipamenos sa NAFIAS ang basura pinaagi sa Zero-Waste Refilling Store niini, nga nagbaligya sa kasagarang mga produkto sa panimalay nga wala'y plastik nga pakete

- Giibanan sa NAFIAS ang mga plastik nga basura pinaagi sa pag-recycle niini ngadto sa magamit nga mga produkto sama sa mga eco-bag
- 45 ka miyembro ang makabenepisyo sa refilling store ug eco-bags nga negosyo
- Nagtuo ang NAFIAS nga adunay mga oportunidad sa negosyo sa basura; kinahanglan kita nga mamugnaon ug produktibo sa pagsulbad sa problema sa basura.

Marketing and Communications Plan

Aron ma-promote ang ilang mga eco-bag ug zero-waste refilling store, aron madugangan ang kita sa atong mga miyembro, ug aron mapauswag ang ilang adbokasiya sa pagpakunhod sa basura sa plastik sa komunidad, ang NAFIAS mopatuman sa plano sa marketing ug komunikasyon sa ubos.

Table 7: Marketing and Communications Plan

Audience/ Segment (Who are we talking to?)	Behaviors (What change in behaviors do we want them to do?)	Content/Messages (What do we tell them?)	Delivery (How do we reach them? Through what channels?)	Evaluation (How do we know if we are successful?)
Local and foreign tourists (customers)	To patronize our products made of recycled waste	NAFIAS eco-bags are durable and quality products They are made of recycled plastic By buying our products, you help reduce plastic waste in Ormoc City	Product brochure/flyers Social media, NAFIAS Facebook page Posters/displays in Tourism Office	Achieve the target number of customers or target sales Recognition of brand in social media through word of mouth
Ormoc Business Chamber	To support our social enterprise through promotions and networks	By supporting our social enterprise, you do not only help reduce plastic waste, but also you help small business thrive in Ormoc City	Face-to-face meetings Powerpoint Presentation on eco-production and sales projection	Support from Ormoc Business Chamber is provided
Kings Marketing (supplier)	To provide raw materials at a lower cost	There is a demand for NAFIAS products, meaning more orders for raw materials By supporting our business, you help reduce plastic waste in Ormoc City	Advocacy video on	Discount on raw materials

VI. SUSTAINABILITY MECHANISMS

Aron mapadayon ang among sosyal nga negosyo, among buhaton ang mga musunud:

- Passion sa among trabaho
- Kanunay ibutang sa kasingkasing kon magnegosyo
- Pagbag-o sa mga bag-ong produkto aron madugangan ang kita
- Mag-partner o magtukod ug alyansa sa ubang mga ahensya ug negosyo
- Pagbutang ug prangkisa
- Pagkamatitud-anon, transparency, ug teamwork sa pagbuhat sa negosyo
- Husto ug makiangayon nga pagtratar sa mga miyembro ug empleyado sa social enterprise
- Propesyonalismo sa pagdumala sa negosyo

RISK ASSESSMENT

Table 8. Risks and Mitigating Measures

Element	Risk	Control
Production	Quality of product is compromised	Designate a Quality Control Officer; Capacitate members on trainings to ensure quality of products
	Unmet production volume	Designate a production supervisor to supervise the production
Marketing	Low demand for the products	Offer discounts on products especially on bulk orders
	Many competitors	Innovate a product in terms of design and quality; Continuous implementation of identified marketing strategies
Financial	Inside job	Remove the member or worker through a due process or grievance mechanism
	Poor financial management	Hiring of bookkeeper
Management	Unclear management system	Scheduled annual (or as needed) review and update of systems and procedures; Quarterly evaluation of management members based on performance