

**Proyecto de Grado, Emprendimiento Social para Fuentes de Empleo en el Sector de la  
Construcción en el Municipio Ancuya – Nariño**

Armando Enrique Callejas Piña

Escuela de Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Grupo 111001\_16: Diplomado en Gestión de Marketing para el Emprendimiento Social

Hasmill Teresa Jaime

16 de febrero de 2021

## Tabla de contenido

<b>Resumen</b> .....	1
<b>Abstract</b> .....	2
<b>Introducción</b> .....	3
<b>Objetivos del proyecto de emprendimiento social</b> .....	4
<b>GENERAL</b> .....	4
<b>ESPECÍFICOS</b> .....	4
<b>Identificación de la problemática social</b> .....	5
<b>PRESENTACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA SELECCIONADA</b> .....	5
<b>FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL</b> .....	6
<i>Fase I — Asociatividad</i> .....	7
<i>Fase II — Fondo de Ahorro y Crédito</i> .....	7
<i>Fase III — Cooperativa</i> .....	8
<i>Fase IV — Creación de Empresa</i> .....	8
<i>Fase V — Contratación Pública y Privada</i> .....	8
<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b> .....	9
<b>FACTOR INNOVADOR</b> .....	9
<b>PERTINENCIA</b> .....	9
<b>FACTOR PRODUCTIVO</b> .....	10
<b>MERCADO OBJETIVO</b> .....	10
<b>Formulación de la propuesta de valor</b> .....	11
<b>EMPATIZA</b> .....	11
<i>Técnica: Mapa Mental</i> .....	11
<b>DEFINE</b> .....	12
<i>Técnica: Diagrama de causa-efecto</i> .....	12
<b>IDEA:</b> .....	13
<i>Técnica: Seis sombreros para pensar</i> .....	13
<b>PROTOTIPA</b> .....	15
<i>Técnica: Infograma</i> .....	15
<b>TESTEA</b> .....	16
<i>Técnica: Póster</i> .....	17
<b>Diseño de estrategias de marketing</b> .....	18
<b>DESCRIBIR DETALLADAMENTE LOS ATRIBUTOS Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER AL MERCADO</b> .....	18
<i>Atributos esenciales para operaciones de servicios</i> .....	18
<b>GRUPO OBJETIVO DEL PROYECTO (IDENTIFICAR Y CARACTERIZAR EL GRUPO DE CONSUMIDORES QUE ACEPTARÍAN Y TIENEN LA CAPACIDAD DE COMPRA)</b> .....	18
<b>SEGMENTACIÓN</b> .....	19
<b>IDENTIFICAR LA COMPETENCIA</b> .....	20
<b>IDENTIFICAR LOS ALIADOS</b> .....	21
<b>PROPONER ESTRATEGIAS DE MERCADEO</b> .....	21
<b>OBJETIVO DEL PROGRAMA DE MARKETING DIGITAL PARA EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL</b> .....	22
<b>ACCIONES EN REDES SOCIALES</b> .....	24

<i>Apertura perfil de LinkedIn</i> .....	24
<i>Apertura de una página en Facebook</i> .....	25
<i>YouTube</i> .....	26
<b>Proyección operativa y financiera</b> .....	27
<b>RECURSOS OPERATIVOS: EN ESTE PUNTO SE PRESENTA LA SIGUIENTE INFORMACIÓN</b> .....	27
<i>a. Tamaño del proyecto</i> .....	27
<i>b. Disponibilidad insumos</i> .....	27
<i>c. Descripción técnica del servicio</i> .....	28
<i>d. Descripción de la Maquinaria y Elementos Operativos</i> .....	31
<i>En donde se detalla la maquinaria y los elementos operativos necesario para el comienzo de cada obra</i> .....	31
<i>e. Realizar las proyecciones de distribución en planta</i> .....	33
<i>f. Descripción de los cargos</i> .....	33
<i>g. Descripción de equipos de oficina</i> .....	35
<i>h. Procesos preoperativos</i> .....	35
<i>i. Localización</i> .....	35
<b>PROYECCIONES DE VENTAS</b> .....	36
<i>a. Precio de venta</i> .....	37
<i>b. Proyecciones ingresos por ventas</i> .....	38
<b>Conclusiones</b> .....	39
<b>Fuente referenciales</b> .....	40

**Listado de Tablas**

Tabla 1. La Competencia. ....	20
Tabla 2. Aliados Económicos. ....	21
Tabla 3. Estrategias de Mercado. ....	22
Tabla 4. Capacidad Instalada. ....	27
Tabla 5. Ficha Técnica. ....	28
Tabla 6. Maquinaria y Elementos Operativos. ....	31
Tabla 7. Descripción de Cargos. ....	34
Tabla 8. Descripción Equipos de Oficina. ....	35
Tabla 9. Procesos Operativos. ....	35
Tabla 10. Cálculo de la Demanda. ....	36
Tabla 11. Proyecciones de Ventas. ....	37
Tabla 12. Punto de Equilibrio. ....	37
Tabla 13. Proyecciones de Ingresos por Ventas. ....	38
Tabla 14. Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual). ....	38

**Listado de figuras**

Figura 1. Las Fases del Proyecto. ....	7
Figura 2. Necesidades y Deseos de los Usuarios. ....	11
Figura 3. <i>Problemas vs Resultado Innovador</i> .....	12
Figura 4. Emprendimiento Social en 5 Fases. ....	15
Figura 5. Publicidad del Proyecto. ....	17
Figura 6. Caracterización de Consumidores. ....	19
Figura 7. Tipo de Segmentación. ....	19
Figura 8. Imagen y Slogan Seleccionado.....	23
Figura 9. Enlace del Wix. ....	24
Figura 10. Perfil de LinkedIn .....	25
Figura 11. Perfil Facebook.....	25
Figura 12. Suscripción YouTube. ....	26
Figura 13. Distribución de la Planta. ....	33
Figura 14. Organigrama. ....	34
Figura 15. Localización del Proyecto. ....	36

## Resumen

Ancuya es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Nariño, se sitúa a setenta kilómetros de San Juan de Pasto, la capital del departamento. Está ubicada en la subregión Andina de Colombia y se encuentra a una altitud de 1.358 metros sobre el nivel del mar.

En el municipio de Ancuya se presentan dos problemáticas sociales, una de ellas relacionada con la drogadicción que se presenta en la población juvenil entre los 15 y 59 años y por otra parte la escasa generación de empleo que se presenta para aquellas personas mayores de 18 años en el sector construcción.

De acuerdo con la pertinencia del programa de formación se optó por la segunda problemática enfocada en el desempleo en el sector construcción y brindar un modelo de negocio productivo que permita generar empleo y capacitar al personal.

*Palabras claves:* Emprendimiento social, marketing, construcción, mano de obra, capacitación.

### **Abstract**

Ancuya is a Colombian municipality located in the department of Nariño, it is located seventy kilometers from San Juan de Pasto, the capital of the department. It is located in the Andean subregion of Colombia and is at an altitude of 1,358 meters above sea level.

In the municipality of Ancuya there are two social problems, one of them related to drug addiction that occurs in the youth population between 15 and 59 years of age and on the other hand, the scarce generation of employment that occurs for those over 18 years of age in the construction sector.

In accordance with the relevance of the training program, the second problem was chosen, focused on unemployment in the construction sector and providing a productive business model that allows generating employment and training personnel.

*Keywords:* Social entrepreneurship, marketing, construction, labor, training.

## **Introducción**

Este trabajo tiene por objeto sustentar proyecto de grado del diplomado en Gestión de Marketing para el Emprendimiento Social, se pretende dar solución a problemática de la falta de fuentes de empleo en el sector de la construcción en el Municipio de Ancuya (Nariño), en el cual la mayoría de las personas en la construcción son mano de obra no calificada, basándonos en esto, se propone realizar un proyecto de emprendimiento social que permita agrupar y asociar a los trabajadores del sector construcción en el municipio.

El proyecto de emprendimiento se desarrolla teniendo presente el esquema: Definición de la problemática social, acciones de innovación social, modelo de negocio Design Thinking, estrategias de mercadeo, marketing digital y proyección financiera y operativa.

## **Objetivos del proyecto de emprendimiento social**

### **General**

Crear una propuesta de emprendimiento social que permita generar empleo en el sector construcción en municipio de Ancuya- Nariño, por medio de una cooperativa que permitirá la agrupación, organización y capacitación de la mano de obra no calificada.

### **Específicos**

- ✓ Crear un modelo de negocio productivo, que permita generar empleo en el sector construcción a la mano de obra no calificada del municipio de Ancuya- Nariño.
- ✓ Capacitar a la mano de obra no calificada del municipio de Ancuya-Nariño, para que se involucren y participen activamente en este proyecto.
- ✓ Elaborar un proyecto de emprendimiento social donde se pueda concebir la inversión y rentabilidad de este.

### **Identificación de la problemática social**

En la fase I del curso se identificó dos problemáticas presentes en el Municipio de Ancuya (Nariño), una es la drogadicción en población entre los 15 y 59 años y por otra parte la falta de fuentes de empleo en el Municipio; ambas problemáticas direccionan a que la comunidad ostente una baja calidad de vida y en algunos casos no satisfagan las necesidades básicas.

El grupo del curso 111001 16, está conformado únicamente por mi persona, por esta razón no hay lugar a discusiones con compañeros donde se puedan plantear diferentes problemáticas que se presentan en nuestras comunidades, así las cosas, paso a sustentar a continuación la selección de la problemática identificada.

#### **Presentación de la problemática seleccionada**

Teniendo en cuenta que desde nuestro campo como lo es la Administración de Obras Civiles y Construcciones, lo más a fin es tratar de dar soluciones a la problemática de la falta de fuentes de empleo en el sector de la construcción en el Municipio de Ancuya (Nariño), por este hecho, esta es la problemática seleccionada.

Cabe resaltar que a pesar de que el Municipio de Ancuya basa su economía en la agricultura, también hay un gran sector de la población que tiene como otras alternativas las labores de la construcción, entre estos habitantes se encuentran personas que han tenido la posibilidad de adelantar estudios universitarios, así encontramos aproximadamente un 1% de la población del municipio, ha tomado como su formación profesional las relacionadas con la construcción de obras civiles, ya sea ingeniería civil o arquitectura, estas personas en general no son las afectadas con la situación, pues se logró identificar que en su gran mayoría son trabajadores dependientes en diferentes empresas del sector a nivel nacional, mientras que otros se dedican a sus labores de manera independiente, este 1% asciende a aproximadamente 86 personas.

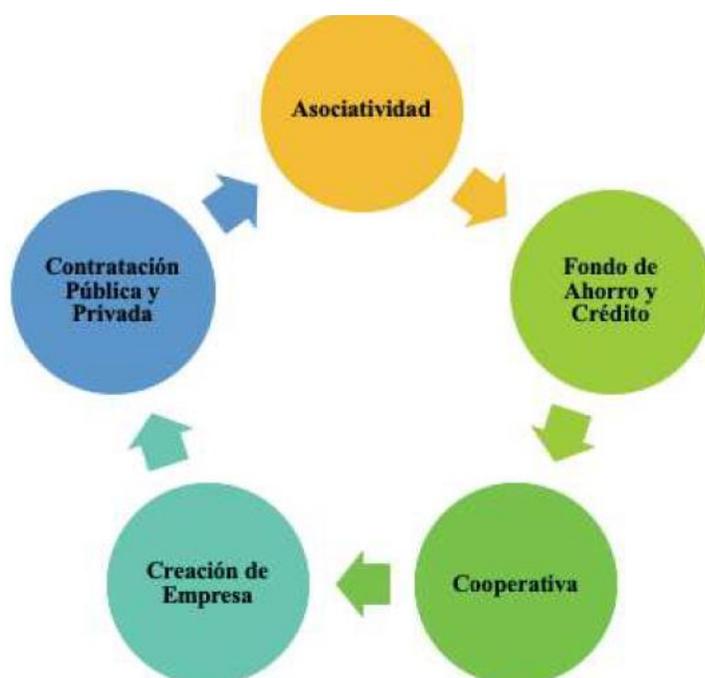
El grueso de la afectación entonces dentro del sector de la construcción está en los habitantes que se dedican a sus labores de mano de obra no calificada dentro de las obras de infraestructura, haciendo referencia a maestros de obra, albañiles, auxiliares de construcción, obreros.

Para determinar el número de afectados por el problema de la falta de ofertas de empleo en el sector de la construcción, lamentablemente no se cuenta con datos estadísticos que suministren una información precisa al respecto, sin embargo después de realizar un trabajo de entrevistas en campo con líderes comunales de diferentes sectores del territorio municipal, se ha logrado aproximar esta población a un 5.06% las personas que alguna vez han trabajado en el sector de la construcción, así entonces hablamos de aproximadamente 434 personas directamente afectadas por el problema, mientras que la población objetivo afectada por la problemática es de aproximadamente 1.562 personas, esto teniendo en cuenta que el número de habitantes por hogar que tienen el Municipio de Ancuya es del 3.6% (htt)

### **Formulación del proyecto de emprendimiento social**

El emprendimiento social que se plantea como solución a la falta de fuentes de empleo en el sector de la construcción en el Municipio de Ancuya cuenta con 5 fases así:

**Figura 1. Las Fases del Proyecto.**



Fuente: Elaboración Propia.

### **Fase I — Asociatividad.**

En esta primera fase, después de haber identificado a las personas directamente afectadas por la problemática planteada, el objetivo es, asociar en pequeños grupos a las personas que su fuente de ingreso provenga del sector de la construcción y presten el servicio de mano de obra no calificada en las obras de infraestructura.

### **Fase II — Fondo de Ahorro y Crédito.**

Una vez creadas unas asociaciones, el proceder es crear en cada una, un fondo de ahorro y crédito, donde cada asociado tenga la capacidad de ahorrar un valor mínimo y después de un determinado tiempo, cuando se haya consolidado un capital mínimo para funcionalidad del fondo, esos recursos de los asociados servirán para brindar créditos a sí mismos, aplicando principios de igualdad y economía colaborativa.

### **Fase III — Cooperativa.**

Una vez se tenga la funcionalidad de las asociaciones y sus fondos de ahorro y crédito, se procede a la creación de una gran cooperativa, que permita de esta manera reunir a todas las asociaciones creadas del sector de la construcción para aunar esfuerzos y brindar soluciones a una escala mayor en el tema de recursos económicos para sus asociados, de esta manera nos permitirá solucionar en un corto y mediano plazo la problemática del mejoramiento de recursos para pequeñas inversiones de quienes lo necesiten.

Por otra parte, esto permite que las entidades públicas que desarrollen proyectos de inversión en el sector de infraestructura dentro del territorio fijen su contratación de mano de obra no calificada en el personal de la cooperativa, así beneficiando a todo el sector y a las personas que no cuenten con un empleo en el momento de la ejecución.

### **Fase IV — Creación de Empresa.**

Una vez solucionada de alguna manera la problemática de acceso a recursos para inversiones propias de los asociados se escala a través de la cooperativa para la creación de una empresa que permita acceder jurídicamente a la contratación de obras de infraestructura.

Esto también permitirá que la empresa pueda dedicarse al bien raíz, pues contando con bases económicas más sólidas con la creación de la cooperativa, es posible la compra y venta de viviendas; construir, mejorar o adecuar edificaciones para la venta al público y así generar empleo y una rentabilidad que permita crecer cada vez más.

### **Fase V — Contratación Pública y Privada.**

Finalmente, una vez creada la empresa, y teniendo la capacidad de ahorro y crédito, es posible realizar convenios para aunar esfuerzos con diferentes entidades gubernamentales para el desarrollo de obras de infraestructura, además de permitir por la vía jurídica, acceder a la contratación tanto pública como privada.

## **Presentación propuesta de innovación social**

### **Nombre del proyecto.**

Asoconstructores – Emprendimiento social para fuentes de empleo en el sector de la construcción en el municipio Ancuya – Nariño.

### **Factor innovador.**

El Proyecto se considera innovador porque permite un cambio social significativo y una visión emprendedora a través de la organización de personal no calificado que trabaja por día a día, con un propósito que es compartido por todos y que moviliza e inspira a sus colaboradores. Dejar de ser informales para llegar a la legalidad.

### **Pertinencia.**

El proyecto social es pertinente con nuestro programa de formación Tecnología en Gestión de Obras Civiles y Construcciones, debido a que se está en la capacidad de interactuar adecuadamente en diferentes contextos y actividades propios del sector de la construcción como: Diseñar y gestionar una propia empresa en cualquier campo del sector de la construcción, desarrollar, analizar, difundir y aplicar el saber administrativo, innovando conocimientos que permitan la satisfacción del desempeño laboral en el campo técnico de las empresas del sector de la construcción, responsabilizándose por el impacto social que producen en su propio contexto, analizar la proyección de nuevas oportunidades de negocios en empresas del sector de las obras civiles y asumirlas con espíritu emprendedor, conocer y manejar la normatividad aplicada al sector de la construcción y al inmobiliario., diversificar, investigar, diseñar, gestionar, asumir y asistir proyectos en empresas del sector de la construcción, que beneficien las comunidades.

(UNAD, s.f.)

**Factor productivo.**

Impacta al empleo, a las empresas, hay un ciclo donde la persona labora y la empresa crezca.

Se produce un impacto social porque se mejora la calidad de vida de la mano de obra no calificada y de su familia, al tener fuentes de empleo, con mayores garantías como sus prestaciones y seguridad sociales, fuentes de financiamiento para sus proyectos propios, capacitación y entrenamiento en su área.

**Mercado objetivo.**

Constructoras, personales naturales, entidades oficiales.

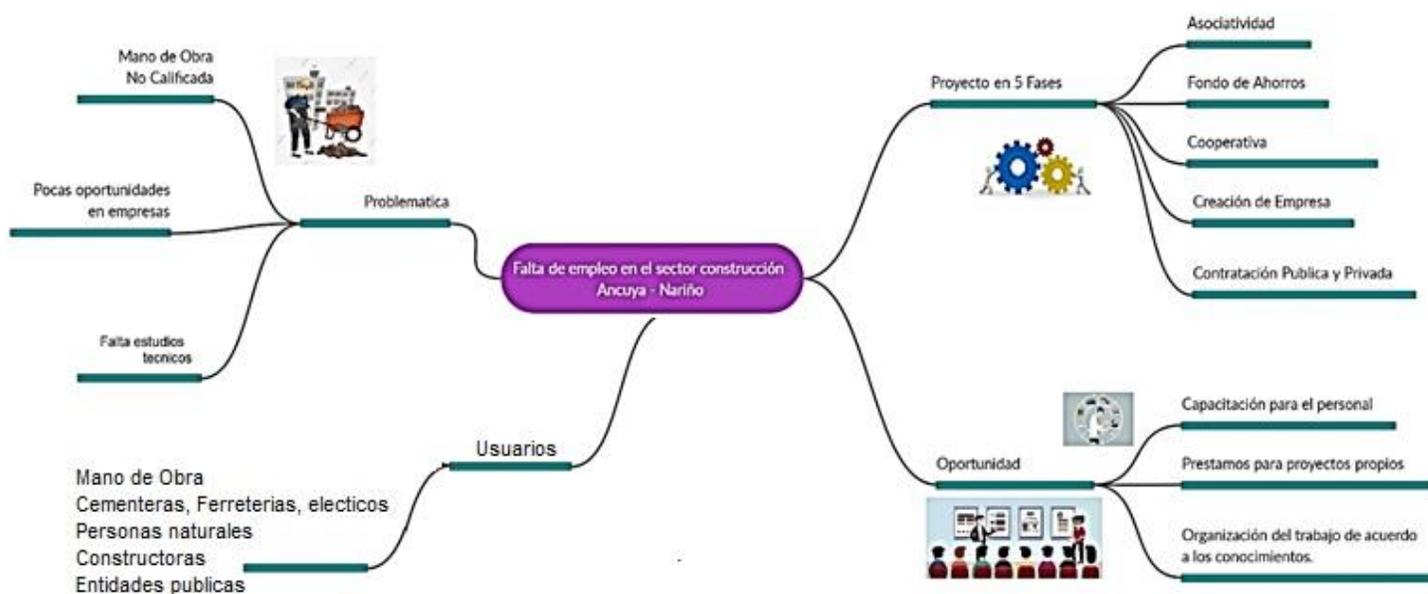
## Formulación de la propuesta de valor

### Empatiza.

Entender los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados en la solución que estamos buscando. Independientemente de qué estemos desarrollando, siempre conllevará la interacción con personas. Satisfacerlas es la clave de un resultado exitoso.

### Técnica: Mapa Mental

**Figura 2. Necesidades y Deseos de los Usuarios.**



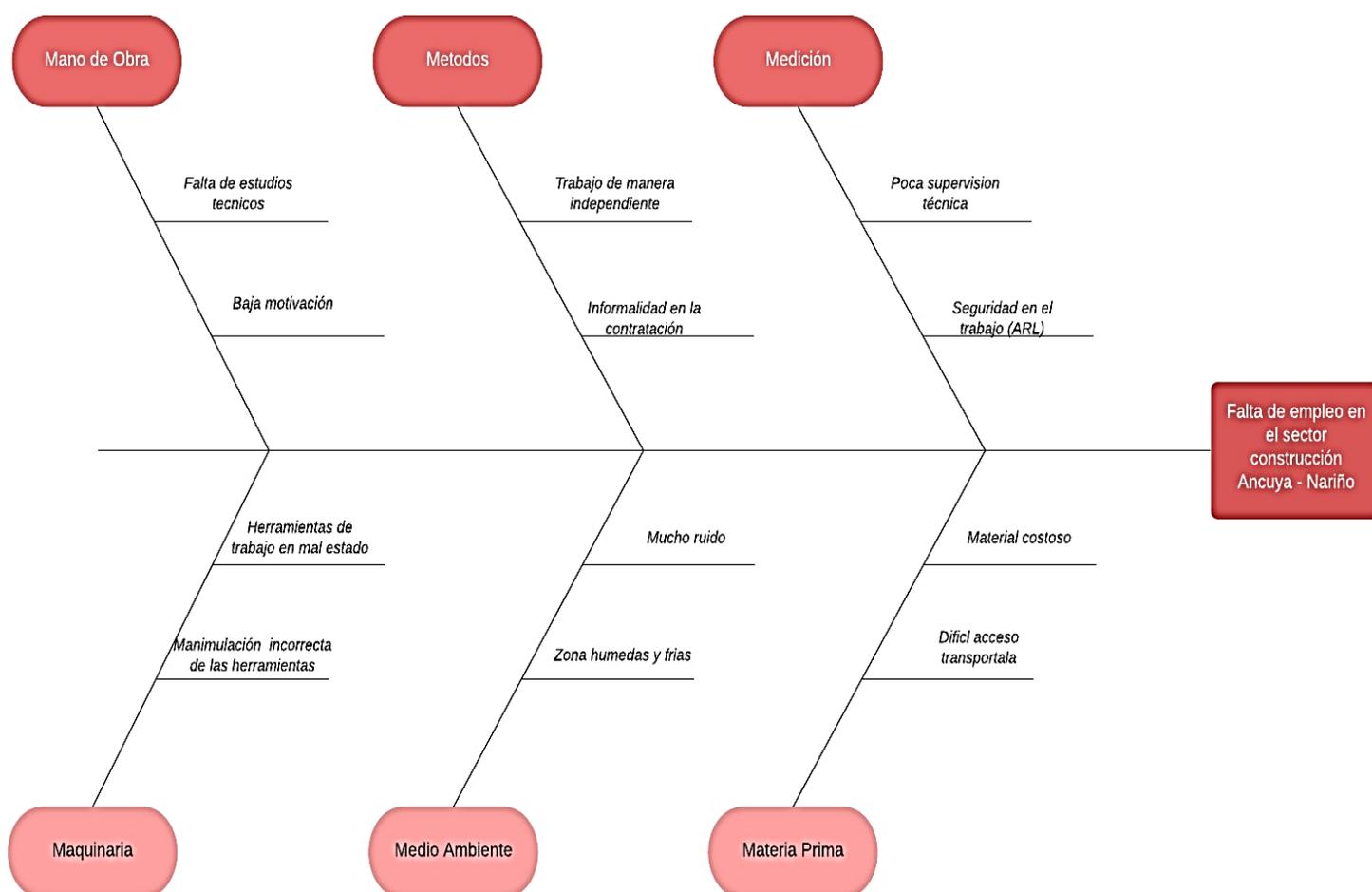
Fuente: Elaboración Propia.

## Define.

Seleccionar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

## Técnica: Diagrama de causa-efecto

***Figura 3. Problemas vs Resultado Innovador.***



Fuente: Elaboración Propia.

**Idea:**

El objetivo la generación de un sinnúmero de opciones. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor.

**Técnica: Seis sombreros para pensar*****Sombrero blanco.***

La problemática afecta directamente a 434 personas del sector de la construcción y sus familias y la solución beneficiara a una población objeto de 1.562 personas, siendo estas las directamente afectadas y sus familias.

***Sombrero rojo.***

Es una lástima que en este municipio haya tanta informalidad y desempleo, falta de oportunidades sabiendo que es un pueblo rico en recursos naturales y no tener la oportunidad de crecer en infraestructura para darle un mayor crecimiento a Ancuya- Nariño.

***Sombrero negro.***

Como podemos organizar a estas personas que no tienen estudios técnicos y viven de la informalidad, sino hay un ingeniero o arquitecto como líder para que pueda guiarlos y capacitarlos en el trabajo organizado y colaborativo. Como podrían ahorrar si viven del día a día y no tienen el hábito para hacerlo.

### ***Sombrero amarillo.***



A través de las asociaciones se dará el trabajo colaborativo, brindar capacitación al personal para que este mejor calificado y permita darle prestigio a la empresa, con los recursos ahorrados permitirá préstamos para invertir y en general dará una mejor calidad de vida las personas que se dedican a la construcción.

### ***. Sombrero verde.***



Podemos capacitar al personal a través del Sena, nombrar líderes profesionales en el área de la construcción que puedan guiar al personal, hacer convenios con la alcaldía para que nos tengan en cuenta para proyectos de interés social y licitar para proyectos de escuelas y pavimentación vial del municipio.

### ***Sombrero azul.***



El emprendimiento social que se plantea como solución a la falta de fuentes de empleo en el sector de construcción en el municipio de Ancuya cuenta con cinco fases:

#### **Fase I Asociativa.**

Asociar en pequeños grupos a las personas que su fuente de ingreso provenga del sector construcción.

#### **Fase II Fondo de Ahorro y Crédito.**

En cada asociación se crea un fondo, donde cada asociado ahorre un valor mínimo y estos valores sirven para créditos a sí mismos.

**Fase III Cooperativa.**

Agrupar a las pequeñas asociaciones conformadas y brindar soluciones a una escala mayor en temas económicos para asociados y las inversiones que necesiten.

**Fase IV Creación de Empresa.**

Para acceder jurídicamente a contratación de obras de infraestructura.

**Fase V Contratación Pública y Privada.**

Convenios con entidades para acceder a la contratación pública y privada.

**Prototipa.**

Volver las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final.

**Técnica: Infograma****Figura 4. Emprendimiento Social en 5 Fases.**



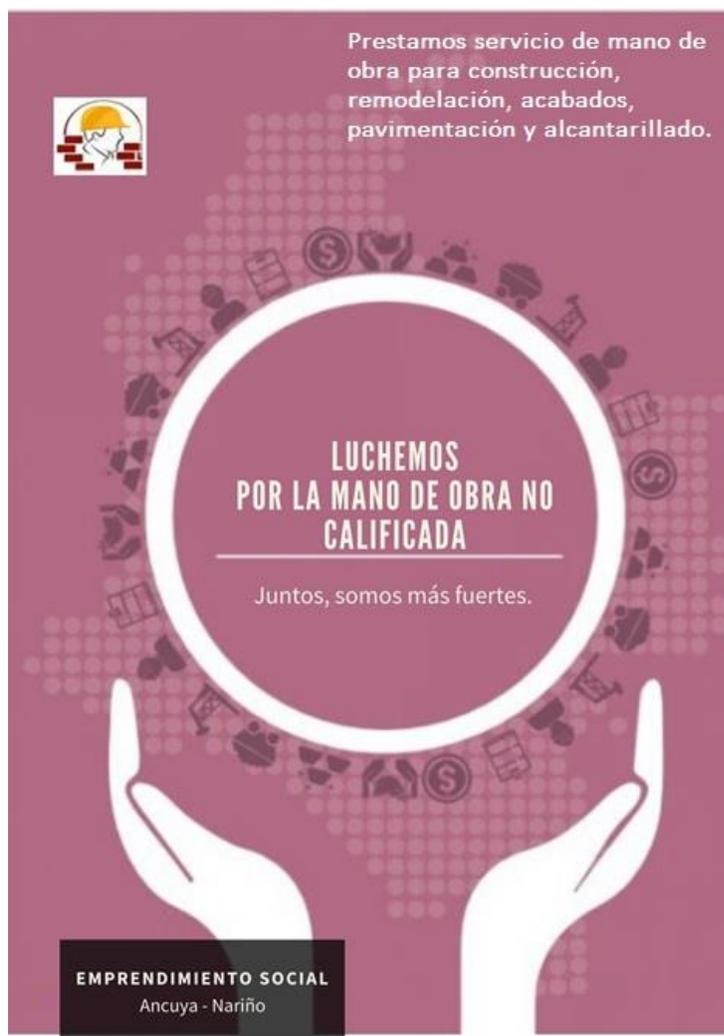
Fuente: Elaboración Propia.

### Testea.

Ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

Técnica: Póster

**Figura 5. Publicidad del Proyecto.**



Fuente: Elaboración Propia.

## **Diseño de estrategias de marketing**

**Describir detalladamente los atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado.**

Con nuestro emprendimiento social buscamos beneficiar a la mano de obra no calificada de municipio de Ancuya – Nariño, capacitándolos para brindarle al cliente final (constructoras, personales naturales, entidades oficiales), mano de obra preparada al momento de ofrecer el servicio, garantizando que se cumplan los estándares requeridos en la construcción y garantizando la seguridad en el trabajo.

**Atributos esenciales para operaciones de servicios.**

Eficiencia

Confiabilidad

Competencia y capacidad.

Cortesía, cuidado, entrenamiento

Seguridad

**Grupo objetivo del proyecto (identificar y caracterizar el grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra).**

Los consumidores del sector de la Construcción buscan servicios muy específicos, realizan investigaciones prolongadas antes de confirmar su adquisición.

**Figura 6. Caracterización de Consumidores.**

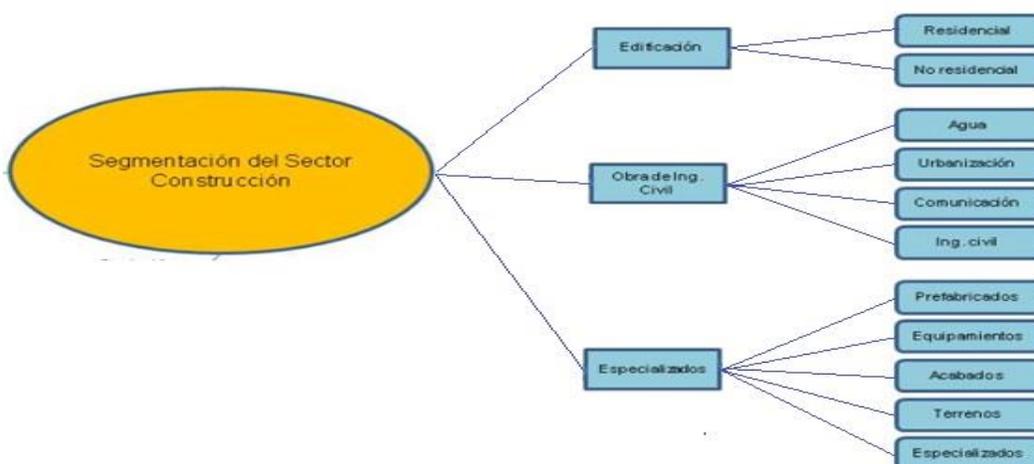


Fuente: Elaboración Propia.

### Segmentación

En este punto definir el tipo de segmentación que se podría aplicar al proyecto de acuerdo con la actividad económica.

**Figura 7. Tipo de Segmentación.**



Fuente: Elaboración Propia.

### Identificar la competencia

Analizar los posibles competidores que existan en la región donde pretendemos desarrollar el proyecto, entendiendo competidores como organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros pretendemos satisfacer.

**Tabla 1. La Competencia.**

Competencia	Servicio	Ubicación
Tecnoarquitectura	Especializada en diseño y construcción, con la capacidad y flexibilidad organizacional para desarrollar todo tipo de proyectos	Cl. 18 #4129, Pasto, Nariño
Povarq Arquitectura S.a.s	Dedicada a sector de construcción y diseños	Calle 18 No 28 – 84 Edificio Cámara de Comercio Pasto Ofc. 904, 520003, Nariño, San Juan de Pasto
Piartal Studio Arquitectos	El diseño, la innovación y liderazgo en construcción sostenible. Vivienda, Edificación Comercio, Atención Médica, Educación, Ocio, Farmacéutico, Institucional.	Túquerres Nariño, 525528, Nariño
Cadcom	Asesora en diseño y construcción multitarea, proyectos de obras civiles y consultoría e Interventoría. Diseño, adecuación, mantenimiento locativo, remodelación, asesoría técnica, prefactibilidad de proyectos, control presupuestal, estructuración de proyectos.	Calle 19 # 26- 83 oficina 201 Casa Bucheli, 520003, Nariño, San Juan de Pasto

Fuente: Elaboración Propia.

## Identificar los aliados

Clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

**Tabla 2. Aliados Económicos.**

Marca	Actividad Económica
	Industria cementera y de concreto
	Comercializar, distribuir e importar productos eléctricos para instalaciones de baja, media y alta tensión, y todo lo relacionado con el ramo eléctrico.
	Fabricante y distribuidor mundial de sistemas de conducción de fluidos, usados en construcción residencial y comercial, así como en aplicaciones de infraestructura industrial y pública.
	Cadena chilena de comercios de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar
<b>Cantera San Javier Pasto</b>	Triturados y gravas

Fuente: Elaboración Propia.

## Proponer estrategias de Mercadeo

Tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia: Estrategia de comunicación, Estrategia de Posicionamiento, Estrategia de Diferenciación.

**Tabla 3. Estrategias de Mercado.**

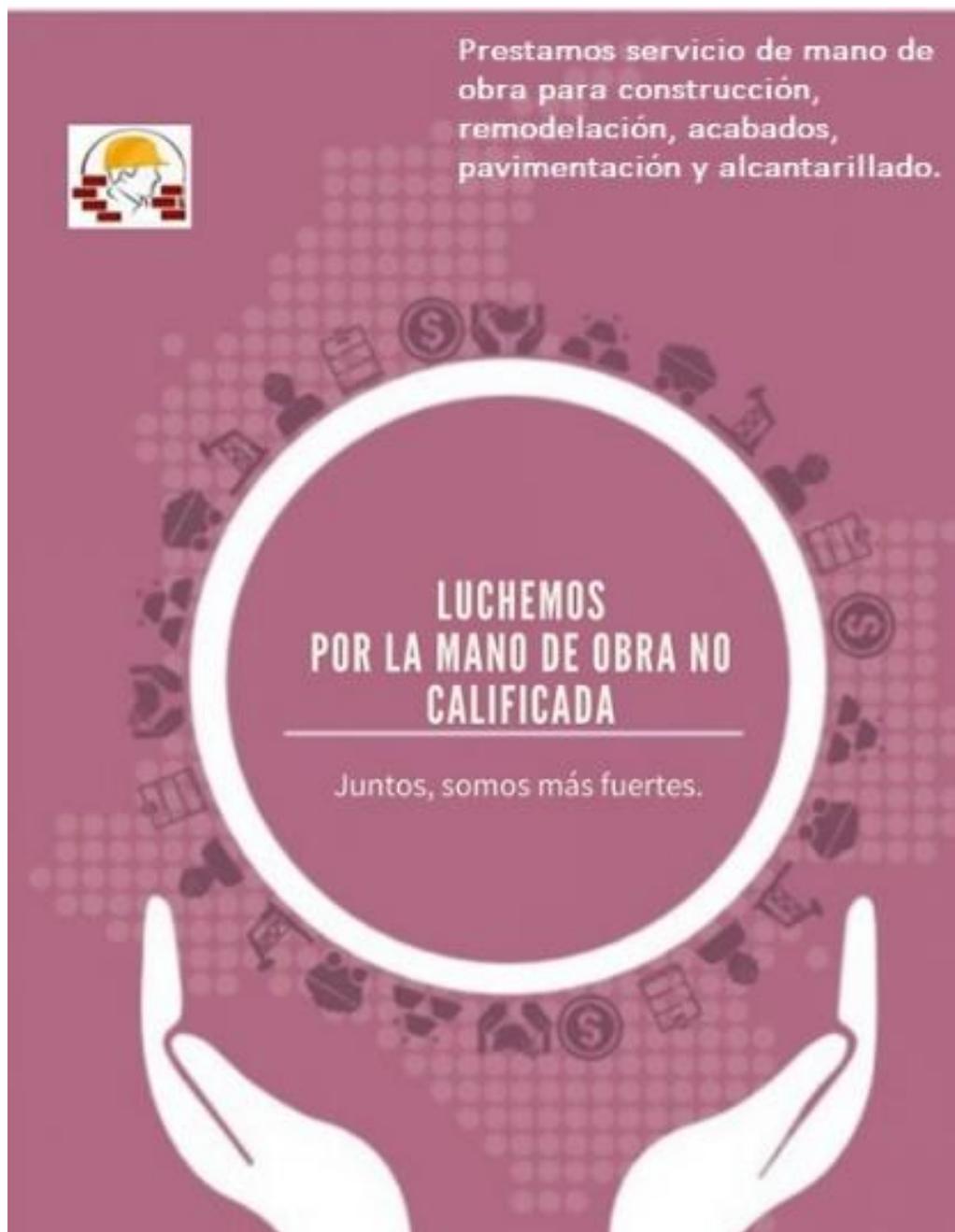
<b>Estrategia</b>	<b>Tradicional</b>	<b>Digital</b>
<b>Comunicación</b>	Folletos plegables, flayers, cartas, catálogos y carteles, los eventos en vivo y los anuncios de radio.	Sitio web, redes sociales, e-mail marketing.
<b>Posicionamiento</b>	Servicio posventa que permita valorar el servicio a través de vista técnica o llamada telefónica.	Publicación de proyectos realizado en las redes sociales, verificando los like que dan los clientes.
<b>Diferenciación</b>	Fomentar una nueva cultura de trabajo organizado, que genere en la comunidad un cambio significativo impactando favorable a todo su entorno.	publicación en redes sociales de todo el trabajo organizado y su impacto en la comunidad.

Fuente: Elaboración Propia.

**Objetivo del programa de Marketing digital para el proyecto de emprendimiento social.**

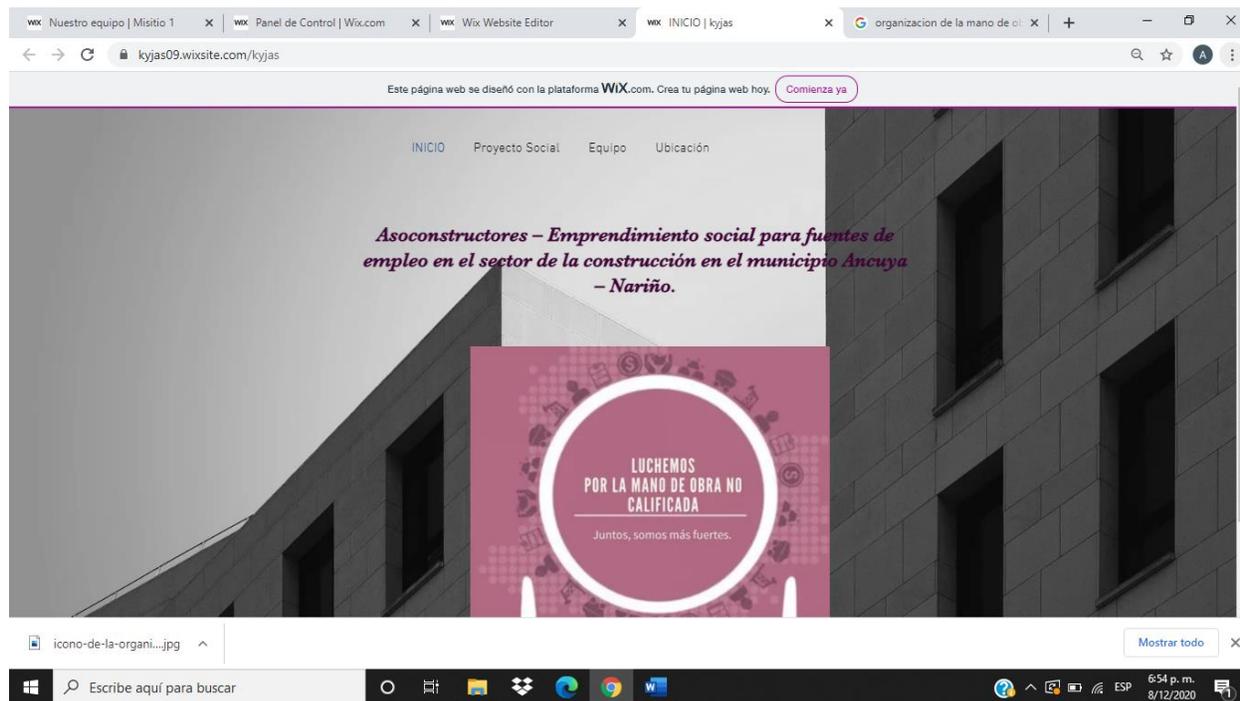
- ✓ Crear marketing digital que permita la captación de clientes por medio de las herramientas Web Identificar los clientes potenciales por medio de herramientas digitales
- ✓ Utilizar todas las herramientas digitales (web y redes), para lograr posicionamiento y fidelización de la cooperativa.

**Figura 8. Imagen y Slogan Seleccionado.**



Fuente: Elaboración Propia.

## **Figura 9. Enlace del Wix.**



Fuente: <https://kyjas09.wixsite.com/kyjas>

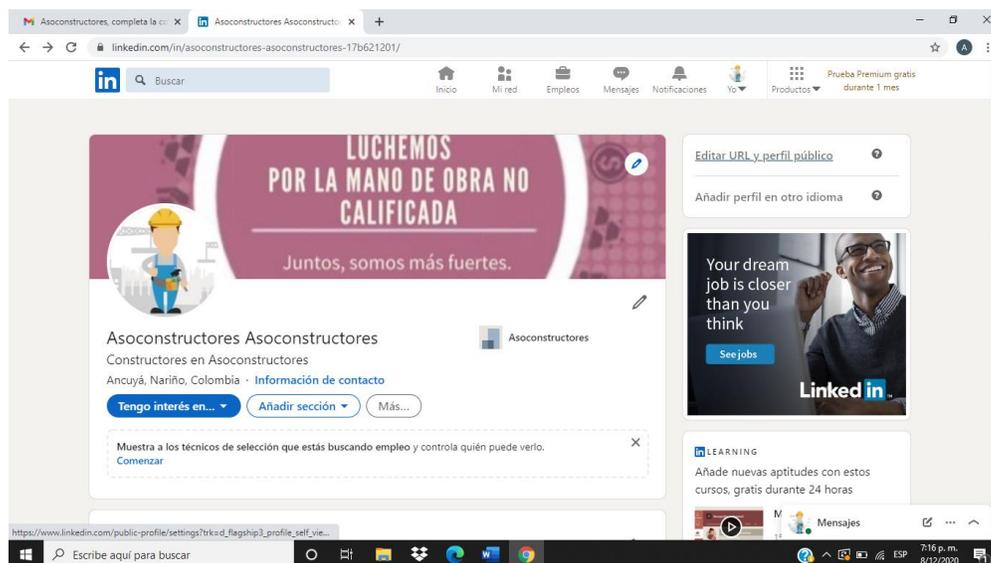
### **Acciones en redes sociales**

Descripción de acciones por redes sociales y marketing digital a aplicar al proyecto de emprendimiento social.

#### **Apertura perfil de LinkedIn.**

Con esta red social crearemos relaciones comerciales y profesionales entre los usuarios.

**Figura 10. Perfil de LinkedIn .**

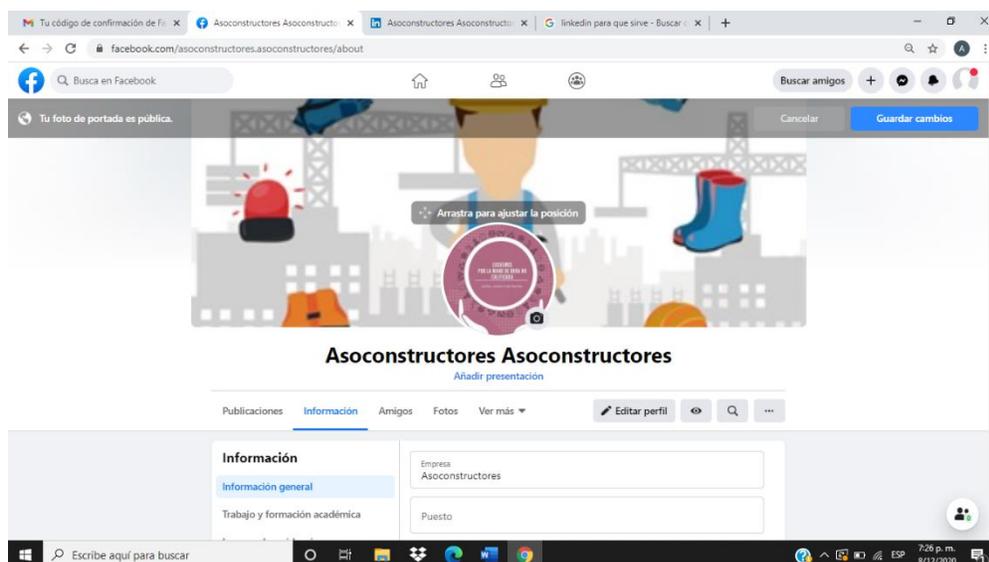


Fuente: [linkedin.com/in/asoconstructores-asoconstructores-17b621201/](https://www.linkedin.com/in/asoconstructores-asoconstructores-17b621201/)

### Apertura de una página en Facebook.

Con esta red social tendremos contacto con personas naturales y lograremos compartir información, noticias y contenidos audiovisuales de los proyectos realizados.

**Figura 11. Perfil Facebook.**



Fuente:

[facebook.com/asoconstructores.asoconstructores/about](https://facebook.com/asoconstructores.asoconstructores/about)

## **YouTube.**

A través de este sitio web se compartirán vídeos promocionando los proyectos que se realicen, que se publicarán también en las redes sociales.

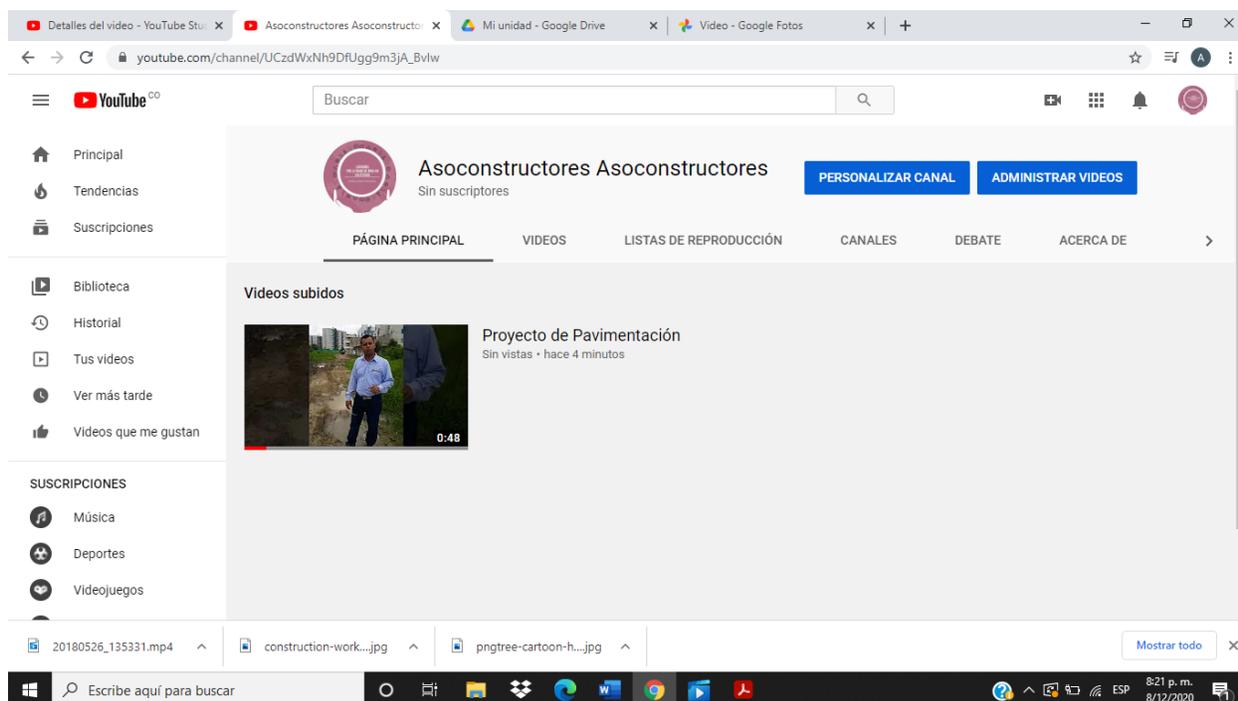
### ***Estrategia.***

Conseguir que muchos clientes potenciales vean la publicidad.

### ***Acción.***

Crear videos publicitarios de la cooperativa.

## **Figura 12. Suscripción YouTube.**



Fuente: [youtube.com/channel/UCzdWxNh9DfUgg9m3jA\\_Bvlw](https://youtube.com/channel/UCzdWxNh9DfUgg9m3jA_Bvlw)

## Proyección operativa y financiera

**Recursos operativos: en este punto se presenta la siguiente información.**

**a. Tamaño del proyecto.**

Para el desarrollo del proyecto social se calcula el tamaño dispuesto de la oficina y el crecimiento que se dará en los primeros 5 años de ejecución en el mercado, se realizarán todas las labores administrativas, de seguridad industrial y recursos humanos, la inversión inicial sería el (alquiler de oficina, compra de herramientas y equipos menores para la adecuada ejecución de los proyectos), se requiere un espacio adecuado para la zona de oficinas y una zona amplia para el almacenaje de equipos.

**Tabla 4. Capacidad Instalada.**

Conceptos	Unidad de medida
Área	84M <sup>2</sup>
% de espacio utilizado	45%
Alquiler de Oficina y bodega	\$1.000.000
Herramientas y equipos	\$13.337.000
Recurso Humano	\$41.335.703
Equipos de Oficina	\$6.500.000
Preoperativos	\$9.000.000

Fuente: Elaboración Propia.

**b. Disponibilidad insumos.**

Las fuentes de insumos se da de los aportes de los socios de la cooperativa, financiación con los proveedores y aliados estratégicos y los contratos que se den con clientes directos, también se presenta la posibilidad con Fondo emprender y entidades financieras. No es necesario contar con un

stock de inventarios de materia prima, debido a que estos solo se requieren en la ejecución de un proyecto.

**c. Descripción técnica del servicio.**

En donde se detalla las características para realizar las actividades, como materiales, mano de obra y herramientas.

**Tabla 5. Ficha Técnica.**

<b>Ficha Técnica del Servicio</b>			<b>Ficha Técnica del Servicio</b>		
DESCRIPCION	UND	PRECIO UNIT	DESCRIPCION	UND	PRECIO UNIT
<b>MORTERO DE PEGA PARA BLOQUE</b>			<b>EXCAVACION ZANJAS, CIEMNTACION Y ZAPATAS</b>		
<b>MATERIALES</b>			<b>MANO DE OBRA</b>		
ARENA MEDIANA	M3	28.000,00	M.O. ALBANILERIA 2 AYUDANTE	63.807,00	78,3283
CEMENTO GRIS	KLS	522,00			
CAL HIDRATADA NARE SACO 10 KILOS	KLS	850,00			
<b>MANO DE OBRA</b>			<b>OTROS</b>		
M.O. ALBANILERIA 2 AYUDANTE	Jornal	Rendim/Día	HERRAMIENTA MENOR	%	850,07
	63.807,00	5,5843			
<b>EQUIPO</b>			<b>PERFORACION PARA PILOTES</b>		
HERRAMIENTA MENOR	%	20.338,44			
<b>MEZCLA CONCRETO 1:2:1 4000 PSI - 28,0 Mpa</b>					
<b>MATERIALES</b>					
AGUA	LTS	17,00	VENTONITA PREPARACION	KLS	432,00
ARENA GRUESA	M3	28.500,00			
GRAVA TRITURADA DE 3/4	M3	37.640,00	<b>MANO DE OBRA</b>		
			M.O. ALBANILERIA 1 AYUDANTE-1 OFI	Jornal	Rendim/Día
				85.252,00	21,4788
			<b>NIVELACION Y COMPACTADO CON RULO COMPACTADOR</b>		

GASOLINA CORRIENTE	GLN	7.600,00
CEMENTO GRIS	KLS	522,00
ACEITE MOTOR 4 TIEMPOS	GLN	73.900,00
<b>MANO DE OBRA</b>	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 2 AYUDANTE	63.807,00	7,6150
<b>EQUIPO</b>		
MEZCLADORA DE 9 PIES CUBICOS	DIA	38.800,00
HERRAMIENTA MENOR	%	14.914,77
<b>ZAPATAS, CONCRETO PREMEZCLADO F'C=280 KG/CM2</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
CONCRETO PREMEZCLADO 4000 PSI FLUIDO	M3	388.460,00
<b>MANO DE OBRA</b>	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 3 AYUDANTE-1 OFI	#####	3,3166
<b>EQUIPO</b>		
BOMBEADO DE CONCRETO	M3	52.200,00
VIBRADOR ELECTRICO	DIA	34.800,00
HERRAMIENTA MENOR	%	79.999,10
<b>VIGAS DE CIMENTACIÓN, ENCOFRADO Y DESENCOFRADO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
A.C.P.M.	GLN	8.400,00
PUNTILLA 3.1/2"	LBS	2.300,00
<b>MANO DE OBRA</b>		

<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MANO DE OBRA</b>	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 3 AYUDANTE	95.708,00	598,3221
<b>EQUIPO</b>		
MINICARGADOR	HRS	90.000,00
VIBROCOMPACTADOR CA-15	HRS	105.000,00
CARROTANQUE AGUA	DIA	276.920,00
<b>VIGAS ESTRUCTURALES, ENCOFRADO Y DESENCOFRADO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
A.C.P.M.	GLN	8.400,00
PUNTILLA 3.1/2"	LBS	2.300,00
<b>MANO DE OBRA</b>		
M.O. CARP.MADERA 1 AYUDANTE-1 OFI	95.925,00	1,6617
<b>EQUIPO</b>		
TIJERAS O DIAGONALES CORTAS O LARGAS	DIA	70,00
HERRAMIENTA MENOR	GLB	1.550,00
TACO METALICO EXTENSION DE 2.0M A 3.30MT	DIA	170,00
TABLERO O PLAQUETA DE 1.4MT X 0.7MT	DIA	258,00
CERCHA METALICA DE 3MTS	DIA	150,00
<b>RAMPA VEHICULAR, CONCRETO PREMEZCLADO F'C=280 KG/CM2</b>		

M.O. CARP.MADERA 1 AYUDANTE-1 OFI	95.925,00	3,3994
<b>EQUIPO</b>		
HERRAMIENTA MENOR	GLB	1.550,00
TACO METALICO EXTENSION DE 2.0M A 3.30MT	DIA	170,00
TABLERO O PLAQUETA DE 1.4MT X 0.7MT	DIA	258,00
<b>PLACA PISO, CONCRETO PREMEZCLADO F'C=280 KG/CM2 IDEM ZONA MALLA ELECTROSOLDADA TIPO Q3 (M3)</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
CONCRETO PREMEZCLADO 4000 PSI FLUIDO	M3	388.460,00
LISTON 1 x4x3M.	UND	2.500,00
PUNTILLA 1.1/2 CC 363 UND/LB	LBS	2.300,00
<b>MANO DE OBRA</b>		
M.O. ALBANILERIA 1 AYUDANTE-1 OFI	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 1 AYUDANTE-1 OFI	85.252,00	12,5848
<b>EQUIPO</b>		
HERRAMIENTA MENOR	%	12.058,03
<b>COLUMNAS, ENCOFRADO Y DESENCOFADO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
LISTON 2 x2x3M.	UND	15.300,00
MATAFILO CAIDITA 1*1*10	UND	1.950,00
A.C.P.M.	GLN	8.400,00
PUNTILLA 3"	LBS	2.300,00
<b>MANO DE OBRA</b>		
M.O. CARP.MADERA 1 AYUDANTE-1 OFI	95.925,00	7,0472

<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
CONCRETO PREMEZCLADO 4000 PSI FLUIDO	M3	388.460,00
A.C.P.M.	GLN	8.400,00
<b>MANO DE OBRA</b>		
M.O. ALBANILERIA 3 AYUDANTE	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 3 AYUDANTE	95.708,00	12,1680
<b>SUBTOTAL MANO DE OBRA</b>		
<b>EQUIPO</b>		
VIBRADOR ELECTRICO	DIA	34.800,00
HERRAMIENTA MENOR	%	14.000,65
BOMBEADO DE CONCRETO	M3	52.200,00
<b>COLOCACION BLOCK ESTRUCTURAL ( INCLUIDO MATERIAL )</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UND</b>	<b>PRECIO UNIT</b>
<b>MATERIALES</b>		
BLOQUE CONCRETO N 14X19X39	UND	2.200,00
BLOQUE CONCRETO M 14X19X19	UND	1.400,00
BLOQUE CONCRETO T 14X19X39	UND	2.300,00
MORTERO DE PEGA PARA BLOQUE	M3	308.698,00
<b>MANO DE OBRA</b>		
M.O. ALBANILERIA 1 AYUDANTE-1 OFI	Jornal	Rendim/Día
M.O. ALBANILERIA 1 AYUDANTE-1 OFI	85.252,00	7,7387
<b>EQUIPO</b>		
HERRAMIENTA MENOR	%	19.608,97

<b>EQUIPO</b>					
HERRAMIENTA MENOR	GLB	1.550,00			
TACO METALICO EXTENSION DE 2.0M A 3.30MT	DIA	170,00			
TABLERO O PLAQUETA DE 1.4MT X 0.7MT	DIA	258,00			

Fuente: Elaboración Propia.

#### d. Descripción de la Maquinaria y Elementos Operativos

En donde se detalla la maquinaria y los elementos operativos necesario para el comienzo de cada obra.

**Tabla 6. Maquinaria y Elementos Operativos.**

CONCEPTO	CANT	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
MALACATE CON MOTOR + 2 CANASTAS	1	2.500.000	2.500.000
PULIDORA DE 4 1/2" BOSCH	1	250.000	250.000
PULIDORA DE 4 1/2" DEWALT	1	300.000	300.000
SIERRA DE CORTE DE MADERA	1	230.000	230.000
TALADRO DEMOLEDOR	1	2.300.000	2.300.000
TALADRO PERCUTOR MAKITA	2	700.000	1.400.000
VIBRADOR	1	1.200.000	1.200.000
CALENTADOR DE TUBO	2	230.000	460.000
BARRA DE HIERRO	2	70.000	140.000
CINTA METRICA 300m STANLEY	1	30.000	30.000
CISALLAS 3/8	2	150.000	300.000
SIERRACOPA METAL 1 1/4"	1	20.000	20.000
DESTORNILLADOR ESTRIADO	1	8.000	8.000
DESTORNILLADOR PLANO	1	8.000	8.000
ESCALERA TIJERA	1	100.000	100.000
EXTENSION ELECTRICA	2	50.000	100.000
JUEGO DE DADOS+RACHE	1	40.000	40.000
CORTADORA DE CERAMICA GRANDE	1	250.000	250.000

MONA DE GOMA	2	12.000	24.000
MONA DE HIERRO GRANDE	1	30.000	30.000
PALADRAGA	1	50.000	50.000
PALA DE BOCA	5	15.000	75.000
PALIN	1	15.000	15.000
PATA DE CABRA	2	30.000	60.000
PICO	5	25.000	125.000
PISON GRANDE	1	30.000	30.000
PISTOLA DE SILICONA	2	10.000	20.000
SERRUCHO	1	15.000	15.000
TIJERA PARA CORTAR METAL	1	20.000	20.000
JUEGO DE OCHO	1	100.000	100.000
JUEGO DE LLAVE "L"	1	10.000	10.000
CARRETILLAS	4	150.000	600.000
PALA DE PUNTA	2	15.000	30.000
ESCUADRA DE ALBAÑILERIA	1	20.000	20.000
BOTIQUIN PRIMEROS AUXILIOS	1	40.000	40.000
ARNES CON ESLINGA	2	180.000	360.000
CARETAS PROTECTORAS	3	15.000	45.000
COLOMBINAS	4	20.000	80.000
PALETA PARE/SIGA	2	15.000	30.000
LINEA DE VIDA x 25 m	2	500.000	1.000.000
REFLECTOR LED SILVANIA 50W	2	30.000	60.000
PALUSTRE	1	12.000	12.000
LLAVE DE TUBO 1450MM	1	13.000	13.000
HOMBRESOLO	1	7.000	7.000
MARTILLOS	3	10.000	30.000
MONA DE HIERRO PEQUEÑA	1	25.000	25.000
CINSEL	2	8.000	16.000
EXTINTOR MULTIPROPÓSITO X 20 LB	1	35.000	35.000

BROCA PARA METAL 3/4"	2	8.000	16.000
BROCA PARA CONCRETO 5/16"	1	8.000	8.000
NIVEL LASER BOSCH MODELO PROFESSIONAL GCL2-15 C/ACCESORIOS	1	700.000	700.000
<b>TOTAL</b>			<b>13.337.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

e. Realizar las proyecciones de distribución en planta

**Figura 13. Distribución de la Planta.**



Fuente: Elaboración Propia

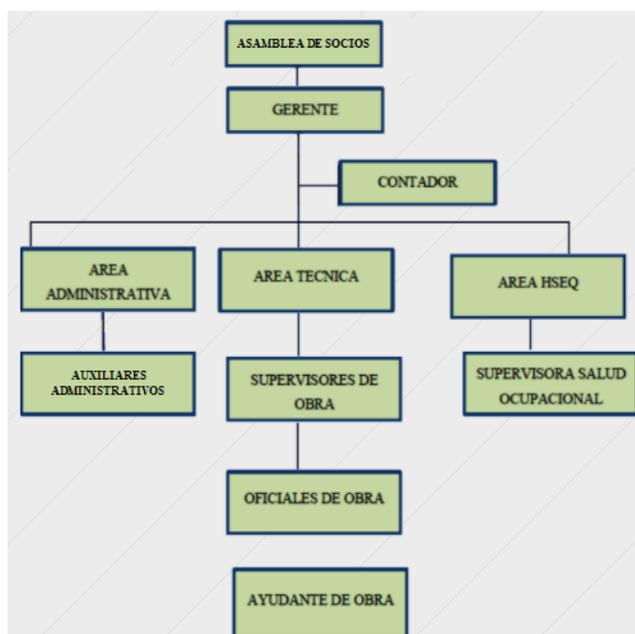
f. Descripción de los cargos

Presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos parafiscales.

**Tabla 7. Descripción de Cargos.**

NOMBRE DEL CARGO	No. TRAB.	SUELDO	TOTAL	PRESTACIONES SOCIALES 21,83%	SEGURIDAD SOCIAL 27,46%	PARAFISCALES 9%	TOTAL, GENERAL
Ingeniero Civil	1	3.000.000	3.000.000	1.560.000	823.800	270.000	5.653.800
Supervisor de Obra	1	2.000.000	2.000.000	1.040.000	549.200	180.000	3.769.200
Oficiales de Construcción	3	1.300.000	3.900.000	2.028.000	1.070.940	351.000	7.349.940
Técnicos -Electricistas	1	1.500.000	1.500.000	780.000	411.900	135.000	2.826.900
Ayudantes de Obra	3	877.803	2.633.409	1.369.373	723.134	237.007	4.962.923
Tuberos	1	1.500.000	1.500.000	780.000	411.900	135.000	2.826.900
Armadores	4	1.300.000	5.200.000	2.704.000	1.427.920	468.000	9.799.920
Hierros	2	1.100.000	2.200.000	1.144.000	604.120	198.000	4.146.120
<b>TOTALES</b>			<b>21.933.409</b>	<b>11.405.373</b>	<b>6.022.914</b>	<b>1.974.007</b>	<b>41.335.703</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 14. Organigrama.**

Fuente: Elaboración Propia

**g. Descripción de equipos de oficina.**

Como su nombre lo indica se relaciona los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. En caso de ser un servicio, estarán en el numeral anterior.

**Tabla 8. Descripción Equipos de Oficina.**

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Impresora	1	\$300.000	\$300.000
Mueble de oficina	2	\$250.000	500.000
Nevera	1	\$500.000	500.000
Muebles sala de espera	1	\$1.200.000	1.200.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$6.500.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

**h. Procesos preoperativos.**

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

**Tabla 9. Procesos Operativos.**

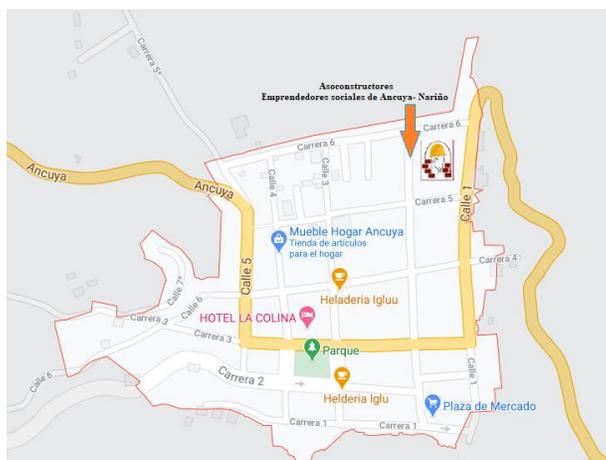
Procesos preoperativos	
Permiso en Curaduría	\$5.000.000
Estudio de Suelo	\$2.000.000
Permiso del EPA	\$1.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.000.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

**i. Localización.**

Descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto.

### **Figura 15. Localización del Proyecto.**



Fuente: <https://goo.gl/maps/637b2wXZUL76exFUA>

#### ***Ventajas***

- ✓ Existen varias vías de acceso terrestres desde San Juan de Pasto, capital de Nariño.
- ✓ Poca competencia en el municipio.
- ✓ Estabilidad en los terrenos de la región aptos para construir

#### ***Desventajas***

- ✓ Las vías están completamente destapadas, y el escaso mantenimiento, ante el uso constante de empresas de transporte; pasajeros y carga, hace que el acceso sea difícil y por ende su desarrollo.
- ✓ Zona de mucha lluvia
- ✓ Los proveedores de material están a grandes distancias, lo que lo hace más costoso por el transporte.

### **Proyecciones de Ventas**

**Tabla 10. Cálculo de la Demanda.**

<b>Datos</b>	<b>Valores</b>
Población objetivo	44
Consumo promedio (anual)	\$65.000.000

Total consumo	\$2.857.142.857
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	35%
Total demanda potencial	\$1.000.000.000

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 11. Proyecciones de Ventas.**

Meses	Año 1	Año 2	Año 3
<b>TOTAL</b>	<b>1.000.000.000</b>	<b>1.025.000.000</b>	<b>1.050.625.000</b>
<b>Enero</b>	20.000.000	20.500.000	21.012.500
<b>Febrero</b>	80.000.000	82.000.000	84.050.000
<b>Marzo</b>	90.000.000	92.250.000	94.556.250
<b>Abril</b>	150.000.000	153.750.000	157.593.750
<b>Mayo</b>	120.000.000	123.000.000	126.075.000
<b>Junio</b>	100.000.000	102.500.000	105.062.500
<b>Julio</b>	80.000.000	82.000.000	84.050.000
<b>Agosto</b>	80.000.000	82.000.000	84.050.000
<b>Septiembre</b>	90.000.000	92.250.000	94.556.250
<b>Noviembre</b>	80.000.000	82.000.000	84.050.000
<b>Diciembre</b>	70.000.000	71.750.000	73.543.750

Fuente: Elaboración Propia

**a. Precio de venta**

**Tabla 12. Punto de Equilibrio.**

Costos	Año 1
<b>Total costos fijos</b>	<b>130.000.000</b>
<b>Total costos variables</b>	339.990.550
<b>Número de unidades</b>	15
<b>Costo total promedio unitario</b>	31.332.703
<b>Costo promedio unitario</b>	8.666.667

<b>Costo variable unitario</b>	22.666.037
<b>Precio de venta sin IVA</b>	65.000.000
<b>Precio de venta con IVA</b>	65.000.000
<b>Margen de utilidad promedio</b>	53%
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	0.30

Fuente: Elaboración Propia

**b. Proyecciones ingresos por ventas**

**Tabla 13. Proyecciones de Ingresos por Ventas.**

<b>Ventas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Total ventas</b>	1.000.000.000	1.025.000.000	1.050.625.000
<b>Descuentos por ventas</b>	0	0	0
<b>Ventas netas</b>	1.000.000.000	1.025.000.000	1.050.625.000
<b>% de ventas a contado</b>	30%	30%	30%
<b>% de ventas a crédito</b>	70%	70%	70%

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 14. Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual).**

	<b>Ventas esperadas millones de pesos</b>											
	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Total ventas</b>	20.000	80.000	90.000	150.000	120.000	100.000	80.000	80.000	90.000	80.000	70.000	40.000
<b>Descuentos por ventas</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Ventas netas</b>	20.000	80.000	90.000	150.000	120.000	100.000	80.000	80.000	90.000	80.000	70.000	40.000
<b>% de ventas a contado</b>	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
<b>% de ventas a crédito</b>	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%

Fuente: Elaboración Propia

## Conclusiones

A través del emprendimiento social, se puede crecer como sociedad y darle desarrollo a un municipio.

Se logra fomentar una nueva cultura de trabajo organizado, generando un cambio significativo e impactando positivamente a la comunidad.

El método Design Thinking permite generar ideas innovadoras para dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

Las estrategias de marketing permiten conseguir los objetivos comerciales del proyecto social.

Es vital para los proyectos identificar los servicios a ofrecer, seleccionar al cliente al que nos vamos a dirigir, establecer el posicionamiento del buen nombre o marca que queremos llegar a tener en la mente de nuestros clientes y definir el marketing (servicio, precio y comunicación).

### Fuente referenciales

Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio.

Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. ProQuest

Ebook Central. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.4421910&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de

[http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082)

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI UNIDAD 2 Innovación Social. [Archivo de video].

Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21688>

Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>