

## Strong Family, una Tienda con Propósito

### Estudiantes:

Astrid Johanna Alfonso Velandia

Olga Esther Calderón Ramírez

Wilson Fabián Lizcano Jaimes

Elkin Borja Florián

César Eduardo Caicedo

### Tutora:

Adriana Paola Rodríguez Riaño

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela Ciencias de la Educación

Tecnología en Gestión Comercial y de negocios

2022

## Tabla de contenido

Introducción .....	1
Objetivos .....	2
General .....	2
Específicos.....	2
Descripción de la problemática a solucionar.....	3
Iniciativa de emprendimiento social.....	4
Aporte social de la problemática .....	6
Innovación social.....	9
Impacto Social.....	9
Factor Productivo .....	10
Financiación .....	11
Mercado Objetivo.....	11
Modelo Design Thinking .....	13
Etapa de empatía.....	13
Etapa de Definición .....	14
Etapa de Ideación .....	15
Etapa de prototipado.....	17
Etapa de Testeo.....	20

Estrategias de mercado.....	23
Atributos y beneficios del producto.....	23
Grupo objetivo del proyecto.....	24
Segmentación .....	24
Competencia.....	24
Aliados clave .....	25
Estrategias de mercado.....	26
Estrategia de Posicionamiento.....	26
Estrategia de Diferenciación.....	27
Prototipos de los contenidos.....	27
Proyección operativa y financiera .....	29
Recursos operativos .....	29
Disponibilidad insumos .....	30
Ficha técnica del producto.....	30
Realizar las proyecciones de distribución en planta.....	35
Descripción de los cargos, presentación del organigrama.....	35
Equipos de oficina .....	40
Procesos pre operativos .....	40
Localización .....	42
Proyecciones de ventas.....	44

Precio de venta .....	46
Proyecciones ingresos por ventas .....	46
Capital de trabajo.....	48
Fuentes de capital de inversión.....	50
Conclusiones .....	51
Bibliografía.....	53

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Análisis de Oportunidades y Debilidades del Emprendimiento</i> .....	5
<b>Tabla 2</b> <i>Lienzo Modelo de Negocio</i> .....	16
<b>Tabla 3</b> <i>Análisis Matriz DOFA</i> .....	22
<b>Tabla 4</b> <i>Capacidad instalada</i> .....	29
<b>Tabla 5</b> <i>Insumos y Proveedores</i> .....	30
<b>Tabla 6</b> <i>Stock del inventario mensual</i> .....	30
<b>Tabla 7</b> <i>Ficha técnica Pulsera</i> .....	31
<b>Tabla 8</b> <i>Ficha técnica de la Hamaca</i> .....	32
<b>Tabla 9</b> <i>Ficha técnica del Jarrón</i> .....	33
<b>Tabla 10</b> <i>Ficha técnica del lienzo</i> .....	34
<b>Tabla 11</b> <i>Descripción de maquinaria y elementos operativos</i> .....	35
<b>Tabla 12</b> <i>Descripción de cargos</i> .....	35
<b>Tabla 13</b> <i>Liquidación nómina mensual</i> .....	39
<b>Tabla 14</b> <i>Descripción equipos de oficina</i> .....	40
<b>Tabla 15</b> <i>Tramites y Documentación Cámara de Comercio</i> .....	41
<b>Tabla 16</b> <i>Costo de producción artículos artesanales</i> .....	44
<b>Tabla 17</b> <i>Calculo de la demanda</i> .....	45
<b>Tabla 18</b> <i>Proyecciones de ventas (unidades)</i> .....	45
<b>Tabla 19</b> <i>Costos Fijos</i> .....	46
<b>Tabla 20</b> <i>Costos variables</i> .....	46
<b>Tabla 21</b> <i>Punto de equilibrio artesanías</i> .....	46
<b>Tabla 22</b> <i>Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)</i> .....	47

**Tabla 23** *Flujo de caja mensual* ..... 48

**Tabla 24** *Saldos acumulados (en miles)*..... 49

**Tabla 25** *Inversión total* ..... 50

## Lista de Ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> <i>Mapeo de Actores</i> .....	13
<b>Ilustración 2</b> <i>Mapa de Atracción de Clientes</i> .....	14
<b>Ilustración 3</b> <i>Técnica de personas</i> .....	17
<b>Ilustración 4</b> <i>Técnica de personas</i> .....	18
<b>Ilustración 5</b> <i>Técnica de personas</i> .....	19
<b>Ilustración 6</b> <i>Prototipo en Imagen</i> .....	20
<b>Ilustración 7</b> <i>Matriz DOFA</i> .....	21
<b>Ilustración 8</b> <i>La distribución de nuestra empresa</i> .....	35
<b>Ilustración 9</b> <i>Disponibilidad de nombre</i> .....	40
<b>Ilustración 10</b> <i>Localización del proyecto</i> .....	43

## **Introducción**

(Gomez, 2010) la pérdida de nuevos clientes, lo anterior siendo motivación para crear un plan estratégico y así lograr que la organización obtenga los resultados esperados mejorando notablemente sus indicadores y mejorando su rentabilidad.

En la comuna seis de Barrancabermeja, Santander las oportunidades que se brindan a las madres cabeza de hogar y a los jóvenes que están en proceso de rehabilitación son muy pocas, por lo que este proyecto se busca desarrollar los diferentes talentos artísticos que posee este grupo de personas, donde además podrán mejorar por medio de estos productos su calidad de vida y la de su familia

El desarrollo artístico, ha permitido analizar la problemática que se vive hoy en día en la región y en el país, ya que el desempleo cada día impacta más hogares colombianos, donde además se visualiza un incremento en la población y un excesivo aumento de precio en los productos básicos de la canasta familiar, a los cuales no todos tienen acceso.

Por otra parte, el desarrollo cultural ha pasado a un segundo plano; es por ello que, mediante este proyecto se mejorará la adaptación de los recursos al medio ambiente, por medio de los insumos con los que se elaboraran los distintos productos.

Con la participación de las diferentes empresas de la ciudad se pretende promover la creatividad de aquellas personas que desean formar parte de este gran proyecto, gracias a la herramienta Design Thinking se logra concordar las diferentes necesidades de los clientes para que así estas sean realizables.

Por medio de una estrategia global de negocios se transforma un producto en una experiencia de valor para cada uno de ellos.



## **Objetivos**

### **General**

Estructurar de forma escalonada el proyecto de emprendimiento social, basado en la creación de una fundación dedicada a la ayuda a las madres cabeza de hogar y jóvenes de procesos de rehabilitación con el fin de elaborar de artesanías colombianas. buscando así disminuir los niveles de pobreza y hambre que afectan estas comunidades.

### **Específicos**

Plantear soluciones a los problemas y adversidades del proyecto a través de la creación y desarrollo de nuevas ideas de negocio mediante la metodología Design Thinking.

Lograr el reconocimiento de la marca por medio de la gestión del marketing, donde cada uno de los elementos a tener en cuenta juega un papel muy importante para poder aumentar la presencia digital, la cual hoy en día se ha convertido en un canal fundamental para facilitar la interacción con los clientes.

Identificar aquellos factores claves de las estrategias a desarrollar, con el fin de lograr el reconocimiento de la fundación, por medio de la confianza que deposita cada cliente en los productos que está adquiriendo.

Proponer estrategias de mercadeo que permitan generar aumento en las ventas por medio de la activación de distintas dinámicas comerciales que permitan el desarrollo y la sostenibilidad de la fundación y a su vez mantener una ventaja competitiva basada en diferencias con las empresas competidoras.

### **Descripción de la problemática a solucionar**

La FAO (organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura) dentro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) promueve la erradicación del hambre, la seguridad alimentaria y la agricultura sostenible. La FAO recalca que, aunque la producción de alimentos en el mundo es más que suficientes para alimentar a la mayor parte de la población, aun se presentan millones de personas que sufren de desnutrición o mal nutrición, las cuales tiene consecuencias para la salud pública. ( FAO, 2022)

Los ODS se adoptaron por todos los estados miembros hacia el año 2015, con ellos se busca hacer un llamado mundial a reducir la pobreza, proteger al planeta y por ende brindar prosperidad y paz a la mayor cantidad de personas del mundo, objetivos que se pretender dar por cumplidos hacia el año 2030. En este sentido, los ODS buscan llegar a un índice de cero especialmente a la pobreza, el hambre, el sida y la discriminación de mujeres y niñas, aspectos que aquejan a la mayor parte del mundo en vía de desarrollo o en atraso económico y social. (Informe anual de avance ODS 2021, 2021)

En Colombia y de acuerdo a los datos obtenidos de la FAO, es uno de los países con unas de las tasas de desigualdad más alta del mundo, aunque se han registrado una marcada disminución de la pobreza en los últimos ocho años aun una parte significativa de la población siguen viviendo en una situación de pobreza o pobreza extrema.

Dentro de los grupos que más se han visto afectados por esta situación, podemos encontrar a la población rural, resaltando a las mujeres, los pueblos indígenas, las comunidades afrodescendientes, los jóvenes y las víctimas del conflicto armado y el desplazamiento.

Con la llegada de la tecnología día a día se ve más afectada la parte del arte y la cultura en el país, logrando así dedicarle más tiempo a las distintas redes sociales y aplicaciones, y a su vez apartando del patrimonio cultural interno los grupos más vulnerables del país; producto del

conflicto armado trae consigo el 98% de población en condición de pobreza y el 68,5% en pobreza extrema lo que identifica el grupo social, que trabaja en el proyecto.

Más allá de la creación artística, el tejido ha sido históricamente una forma de expresión de las comunidades en donde aportan al desarrollo local, creando un sentido de pertenencia en la cual se debe aprovechar el vínculo con la educación para rescatar el reconocimiento cultural y mirar alrededor para entender como sociedad y recuperar parte de la identidad perdida.

Por otra parte, las madres cabeza de familia cada día siguen aumentando, y son ellas quienes sufren situaciones de desempleo y violencia de género; al poder participar en proyectos emprendedores donde pueden ejercer una actividad que les permita mejorar su nivel de vida y a su vez el de sus hijos, fortalecerán las distintas estrategias para mantener un acercamiento con la cultura y la industria artística que tanta falta le hace a la región.

### **Iniciativa de emprendimiento social**

Desde este panorama, se considera pertinente la elaborar y poner en marcha un proyecto social productivo que busca contribuir el bienestar de la comunidad, generando los primeros pasos para contrarrestar la pobreza monetaria presente en los hogares jóvenes en procesos de rehabilitación y mujeres cabeza de hogar la cual está enfocada en la parte del arte y la cultura, en la educación de artesanías (tejidos y telares) y la preparación de cultivos hidropónicos urbanos, en la comuna seis de la ciudad de Barrancabermeja.

Se emplea un plan de marketing para encontrar el capital semilla, a organismos regionales como lo son: Alcaldía Municipal, Ecopetrol, USO, Cavipetrol, Cafaba, entre otras; igualmente, se realizan convenios con entidades educativas como el SENA, para que ofrezca capacitaciones en las áreas descritas anteriormente.

Los productos generados en la fundación son productos agrícolas, artesanías y tejidos se comercializarán en un punto de venta virtual, permitiendo llegar a muchas más personas, contando con los estándares de calidad conforme la ley reglamenta.

**Tabla 1** *Análisis de Oportunidades y Debilidades del Emprendimiento*

<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad de vida para los niños, jóvenes en proceso de rehabilitación y madres cabeza de familia de la comuna 6 de la ciudad de Barrancabermeja.</li> <li>• Adecuada capacitación en el diseño de artesanías y cultivos hidropónicos urbanos garantizando calidad en la producción.</li> <li>• Nuevas líneas de diseño y adaptación a las tendencias en el proceso de creación de sus artesanías aumentando así su potencialidad en la industria.</li> <li>• Participación y exposición en ferias de ecoturismo, turismo y negocios lo cual permiten reconocimiento y contacto con nuevos intermediarios y posibles nuevos clientes.</li> <li>• Crecimiento de la mujer en el ámbito empresarial cumpliendo un papel fundamental como contribuyente activa a nivel socioeconómico y cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de apoyo de entes gubernamentales e incentivos para micro, pequeñas y medianas empresas artesanas.</li> <li>• Deficiencia en la maquinaria e infraestructura para una mayor producción requeridas en el mercado.</li> <li>• Falta de local para exponer sus creaciones para que propios y visitantes, al momento de visitar la región puedan apreciarlos y adquirirlos.</li> <li>• Pérdida de costumbres artesanales especialmente en los más pequeños esto debido a la intervención de nuevas tecnologías.</li> </ul>

**Nota.** Observaciones dadas al proyecto para ser trabajadas y fortalecidas, durante el desarrollo del mismo. Fuente creación propia, 2022

### **Aporte social de la problemática**

Se refiere al planteamiento de un modelo de emprendimiento, en el cual se pueden encontrar las variables y parámetros que componen la actividad de enseñanza de emprendimiento, como lo son las herramientas, capacidades del orientador, temas a desarrollar y metodología utilizada, teniendo en cuenta que la población a la que va dirigida este modelo inicialmente corresponde a jóvenes y en su mayoría madres cabeza de hogar con dificultades de tiempo y de aprendizaje.

La familia es el elemento central del desarrollo social, en este sentido para la declaración universal de los derechos del hombre “La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado ( Declaración Americana sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. Antecedentes de dercho internacional y naciona, 2001)en este sentido, conformar una familia se hace un derecho que tienen los hombres y mujeres que desean casarse como una unión complementaria que se puede finiquitar en un matrimonio.

Asimismo, para la convención de los derechos del niño “La familia, como grupo fundamental de la sociedad y medio natural para el crecimiento y el bienestar de todos sus miembros, y en particular de los niños, debe recibir la protección y asistencia necesarias para poder asumir plenamente sus responsabilidades dentro de la comunidad”. (UNICEF, 1989)

Es así, que se propende por la necesidad que se tiene de la conformación de la familia como medio natural para el crecimiento, protección, asistencia bienestar de sus miembros para poder de esta manera cumplir con las responsabilidades pertinentes y necesarias dentro de una comunidad.

La familia es el elemento central del desarrollo social, en ella se empieza el fenómeno de la educación la cual se da a través de la socialización e integración a la comunidad en que se encuentra, la familia es la primera educadora, sin ella el sistema educativo carecería de cimientos.

Las familias como primera educadora crean los ejes fundamentales de los seres que la conforman para que posteriormente surjan de allí los pilares del buen funcionamiento económico, político y cultural marcando así la calidad de vida de las personas, lo anterior se reflejan en el bienestar y realización de cada uno de sus miembros.

Por su parte, (Ampudia, 2020) define a la familia como “grupo de personas del hogar que tienen cierto grado de parentesco por sangre, adopción o matrimonio, limitado, por lo general a la cabeza de familia, su esposa y los hijos solteros que conviven “en este sentido, también existen diferentes tipos de familia como la unipersonal, compuesta sin núcleo y con núcleo como la monoparental, amplia y Polinucleares.

Cada una de estas clases de familia, se entiende como el espacio donde se da la formación ética, moral y cultural, y que tiene como función el papel de proveedora de bienestar de sus integrantes, propendiendo por su salud y desarrollo, físico, emocional y mental (Departamento nacional de Planeacion , 2014).

Es así, que este proyecto se centra hacia las familia monoparentales, crear esto en familias donde faltan partes del engranaje resulta un poco complicado, y más aún, cuando es el padre quien se encuentra ausente, puesto que, la madre que en muchas ocasiones es la encargada de los procesos educativos y donde se descarga mayor parte del cuidado para el correcto desarrollo del ser humano, debe empezar la búsqueda de recursos económicos para el mantenimiento del hogar, esto, lleva a largas jornadas laborales donde su hijo, en el mejor de los casos, queda bajo el cuidado.

Resulta necesario plantear para estas familias un escenario participativo, que promulgue la consolidación de procesos de empoderamiento para que los proyectos se sustenten y crezcan desde y para ellas, para lograrlo se requiere un acercamiento que permita el reconocimiento de las

partes involucradas y se creen ambientes amigables que fomenten el dialogo verdadero, sin presiones ni escudo personales.

Para accionar sobre los fenómenos sociales que generan pobreza y potenciar los sueños que ayudan grupalmente desde la ética de las personas, es necesario el abandono de las armaduras y presentar una vida desnuda que muestre anhelos y afecto con la intención de construir puentes y conocer las habilidades y sueños por lograr,

La construcción conjunta, la aceptación y la optimización de los recursos permitirán identificar las potencialidades de las familias monoparentales participes del proyecto, y se descubre que las artesanías permiten a las mujeres con un mínimo de instrucción puedan elaborar esta clase de productos, así estar más tiempo con sus hijos y asegurarles unas mejores condiciones de vida y desarrollo integral.

Con esta información es posible decir que las personas que viven en condición de pobreza de la comunidad de la comuna 6 de la ciudad Barrancabermeja aboguen por una doble inclusión tanto social como laboral, ya que consideran que sus condiciones de vida podrían mejorar a partir del incremento de las oportunidades laborales.

## **Innovación social**

Los productos artesanales son creados para todo tipo de comunidad, sin embargo, no todos los productos que están en los mercados son productos amigables con el medio ambiente. El marketing ha ido evolucionando y los clientes hoy en día buscan productos que sean sostenibles con el entorno, que le aporte a la comunidad y que a futuro haya un cambio favorable para todos.

El hecho de crear un proyecto de artesanías a través de materiales reciclables y biodegradables que involucran a tantas personas que está pasando por un mal momento de sus vidas; en este caso a las madres cabezas de familia y esos jóvenes que no cuentan con el apoyo ni social ni económico de ninguno y por eso terminan por otros caminos.

Por ende, abarcar en productos artesanales para todo tipo de comunidad ayuda a tener un mercado más innovador, por que empieza a atraer más personas que no son de la ciudad y generar más cultura en las personas simbolizando el arte y las manualidades de la región.

Crear un valor agregado en los productos y materiales a utilizar, toda vez que los materiales son autóctonos de la región para que toda persona lleve su artesanía desde productos en arcilla hasta productos hechos de material reciclable, todo abarca a que el proyecto gane reconocimiento y estatus económico en la región, siendo las artesanías y la manufactura los productos más utilizados para estos fines.

## **Impacto Social**

Desarrollar un plan de acción que permita involucrar a personas que de una u otra manera se sienten vulnerables o excluidos por la sociedad, donde además de fortalecer su autoestima permitirán mejorar su situación económica, generando así un gran impacto positivo para la región.



Ayudar a toda la comunidad del sector en la ciudad de Barrancabermeja especialmente a las madres cabezas de hogar y jóvenes en proceso de rehabilitación con el fin de darles un mejor bienestar y calidad de vida.

### **Factor Productivo**

Uno de los principales objetivos de este proyecto es disminuir el desempleo y la falta de oportunidades para ciertos grupos de personas a quienes no se les tiene en cuenta o quienes presentan dificultad para ejercer trabajos convencionales, además de tener un acercamiento con la cultura y la industria artística que tanta falta le hace a la región.

Algunos insumos son materiales ecológicos, como la arcilla, ramas de árboles procesadas, ramas de bambú, y algunas plantas, por el otro lado están los materiales biodegradables y reciclables para ofrecer siempre manualidades que no atenten contra el medio ambiente.

Generar un capital semilla que permita al proyecto sostener y mantener en óptimas condiciones el funcionamiento de las actividades. Si bien es cierto, hay entidades que apadrinan a grupos de jóvenes en el proceso de la capacitación.

Los recursos para materiales e insumos serán obtenidos con el capital semilla que se logre recolectar con las donaciones de las entidades comprometidas. Los recursos a recolectar serán mediante la venta (cuadros, bolsos, hamacas, manillas, collares, esculturas...) de los artículos artesanales, en ferias y empresas hoteleras y de turismo regionales y nacionales.

Los materiales transformados serán tales como materiales ecológicos; el factor humano las madres y jóvenes en rehabilitación. El objetivo principal es incrementar la participación de estas personas en cierto estado de vulnerabilidad y desigualdad en el sector productivo de la región, para de esta forma lograr mejorar su nivel de vida, participación social y posicionamiento en el mercado artesanal.

El proyecto busca, disminuir los índices de Pobreza, teniendo en cuenta el ODS de Hambre Cero y Pobreza Cero), enfocado a la producción de artesanías. Una inclusión laboral, donde los artesanos en este caso mayoría mujeres y jóvenes en rehabilitación podrán comercializar en mercados formales asegurando que tengan un precio más justo en su compra-venta.

### **Financiación**

El proyecto cuenta con un capital semilla de 10 millones de pesos, para locaciones, (arriendo de local o casa), equipos de secretaria (escritorio, computador impresor archivador) y materias primas. El proyecto es autosostenible ya que los productos elaborados serán comercializados en el mercado regional, nacional, en ferias artesanales que realiza la cámara de comercio, en diferentes ferias por todo el País y en mercados online.

A través de un fondo propio de los fundadores del proyecto, que pueden ser sus ahorros, también los ingresos generados por la facturación de las artesanías. Y crédito a bancos y fondo emprender con el fin de obtener recursos por el valor de 90 millones de pesos.

### **Mercado Objetivo**

Dado a que las mujeres son compradoras compulsivas debido a su deseo por sentirse poderosas; satisfaciendo sus gustos personales ya sea por preferencia en la decoración de la oficina, hogar o lugares de descanso, interés en la cultura de la región o coleccionar momentos y recuerdos; ellas serán el objetivo principal de satisfacción del proyecto.

(Index mundi, 2019) La población femenina en Colombia para el año 2021, fue calculada en 10.177.042 mujeres en edades entre 25 a 55 años de edad, correspondiente al 21 % de la población total de Colombia, estos datos corresponden a la segmentación que ha tomado el proyecto, buscando así llegar al 00,35 % de dicha población. En ventas directas a través de ferias

artesanales y convenios con los principales Hoteles de la Costa Caribe Colombia y Costa Pacífica. (mincit.gov.co, 2022).

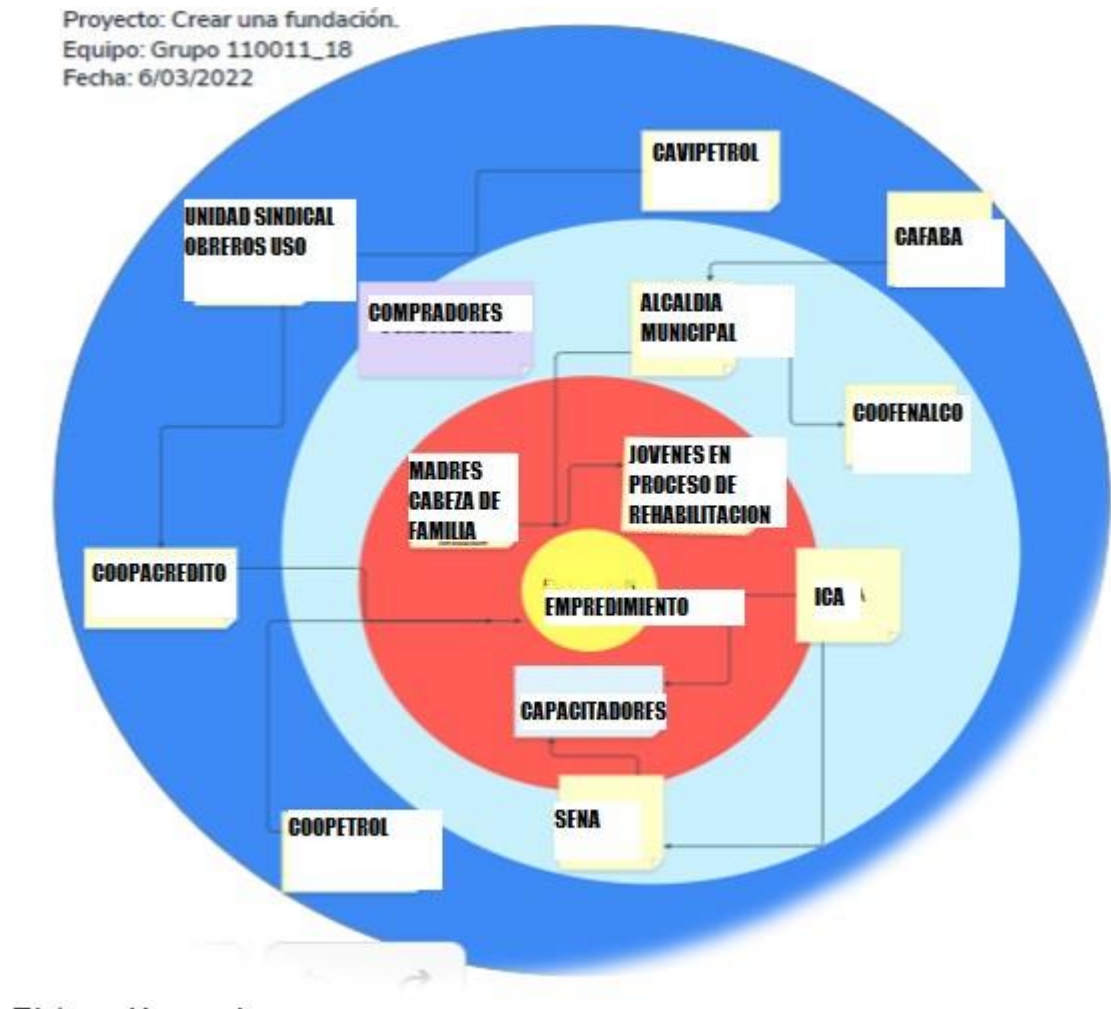
También harán parte de este grupo los jóvenes y adultos amantes de la cultura que deseen contribuir al desarrollo tanto desde los ámbitos sociales e identitarios que le son propios, como desde su participación en lo económico. Partícipes del crecimiento del proyecto serán todos aquellos empresarios que deseen incluir los diferentes productos dentro de su portafolio.

Los clientes potenciales serán las entidades municipales, ferias nacionales y departamentales y el mercado nacional por medio del marketing digital. Todos aquellos mercados posibles tales como turistas locales, nacionales y extranjeros.

## Modelo Design Thinking

### Etapa de empatía

#### Ilustración 1 Mapeo de Actores




**Nota.** Representa la importancia de cada actor en el proyecto. Adaptado de Design thinking.es, 2022

Esta herramienta fue elegida para representar la importancia de cada actor en el desarrollo del proyecto, su nivel de interés e influencia en la cual participan las mujeres madres cabeza de familia y jóvenes en rehabilitación como componentes vitales, el Gobierno, los compradores, los campesinos y las ONGS son actores indispensables para el éxito del proyecto y luego los transportadores y la sociedad en general.


## Etapa de Definición

### Ilustración 2 Mapa de Atracción de Clientes



**Técnica: Mapa de atracción de clientes**  
Se usa en Empatía e Ideación

¡Escanea para más info!



Design Thinking  
en Español  
www.designthinking.es  
@designthinking.es


Proyecto: **Fundación de mujeres cabeza de hogar y jóvenes en rehabilitación.**

Equipo: **grupo\_31**

Fecha: **04/04/2022**


Atraer <small>Estímulos</small>	Convertir <small>De visitantes a testers</small>	Acercar <small>De testers a clientes</small>	Deleitar <small>De clientes a promotores</small>
<p><b>Anuncios en Google Ads:</b> Mostrar los anuncios en Google, en el momento preciso en que alguien esté buscando productos o servicios como los que se ofrecen en la fundación.</p> <p><b>Anuncios en Tv:</b> Apoyarnos en los canales de Tv regionales (TRO, Enlace Tv) para que nuestros futuros clientes conozcan la fundación y sus beneficios.</p> <p><b>Revista:</b> Mensualmente hacerles llegar una revista a los habitantes de Barrancabermeja acerca de los productos que encontrarán en la fundación.</p>	<p><b>Instagram, Facebook:</b> Apoyarnos de las distintas redes sociales por medio de creación de contenido de valor, aumentando la audiencia y así lograr un crecimiento orgánico.</p> <p><b>Página Web:</b> Mediante la creación de la página web comunicaremos Misión, Visión, y nuestro objetivo con la fundación. También daremos a conocer las familias que se verán beneficiadas con la misma.</p>	<p><b>Atención al cliente:</b> Teniendo en cuenta que la opinión de los clientes es importante para el mejoramiento de la fundación, contaremos con este servicio, donde tendremos un acercamiento mucho personal con el mismo.</p> <p><b>Tienda On Line:</b> Para aquellos clientes que prefieren comprar de manera virtual ya sea porque no están cerca o por falta de tiempo, también contaremos con esta modalidad; además cuenta con un horario de atención más amplia donde se les harán llegar sus productos a cualquier parte de la ciudad.</p>	<p><b>Ofertas y/o descuentos:</b> Contaremos con diferentes dinámicas comerciales que le permitan al cliente en determinado periodo llevar nuestros productos a un precio más económico.</p> <p><b>Ventas al por mayor:</b> Las personas que compren cierta cantidad obtendrán un precio especial.</p> <p><b>Concursos:</b> Durante el año contaremos con diferentes concursos que incentiven al cliente a comprar. En él se harán sorteos donde participan todos aquellos que realicen cierto monto en su compra.</p>

Anotaciones:



Somos Dingo, la escuela de diseño estratégico. Apoyamos a empresas a mejorar en productos, servicios y procesos a través del diseño y formamos a personas para que exploten su capacidad innovadora.

En 2014 lanzamos **Design Thinking en Español**, con el objetivo de democratizar el acceso a información sobre el método para toda la Comunidad Iberoamericana. Trabajamos abiertamente por mejorar y así ampliar su potencial transformador. Que nuestro esfuerzo sirva a los demás es lo que da sentido a lo que hacemos. **¡Gracias por formar parte de la comunidad!**



www.dingo.es / @dingo\_

**Nota.** Descripción del plan de marketing que se desarrolla en el proyecto, como estrategia para llegar a todos los clientes. Adaptado de Design thinking.es, 2022

Se implementará un proyecto de artesanías para las madres cabezas de hogar y jóvenes en proceso de rehabilitación inculcándoles nuevamente valores en las personas vulnerables a través

de estas manualidades, artesanía, educación gratuita y entre otros aportes sociales que el gobierno pueda contribuir ya que por medio de este proyecto puedan tener una mejor condición de vida, una mejora educativa, productividad, superación de carencias sociales, mejora en salud, mejora laboral, bienestar social, desarrollo cultural, medio ambiente y bienestar económico.

Este Plan de marketing busca que los clientes sigan comprando y a su vez por medio de su voz a voz de una gran experiencia atraigan así a nuevos visitantes capturándolos y fidelizándoles al probar los productos y servicios ofrecidos en Strong Family.

### **Etapas de Ideación**

A través de ésta se define la propuesta de valor, diseñando una relación única con los clientes lo cual permite tener una visión más clara del proyecto, esta inicia y se transforma mediante una lluvia de ideas en la que se trabaja en marcar la diferencia ante la competencia en relación a dar una experiencia única e innovadora definiendo tendencias.

De igual manera el proyecto cuenta con diversos medios para estar cerca de sus clientes y, sobre todo de la población más joven y exploradora; también de aquellas personas que ya están disfrutando su tiempo después de un retiro de vida laboral y viajan conociendo lugares y coleccionando sus recuerdos por medio de artesanías que es la manera más clara y precisa para expresar el patrimonio y cultura de la región.




**Tabla 2** Lienzo Modelo de Negocio

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con el cliente	Segmento del cliente
<p>Entidades financieras</p> <p>Patrocinios con las principales empresas de Barrancabermeja</p> <p>Convenio con Grandes empresas generadoras de residuos aprovechables.</p>	<p>Participación y exposición en ferias de ecoturismo, turismo y negocios lo cual permiten reconocimiento y contacto con nuevos intermediarios y posibles nuevos clientes.</p> <p>Elaboración de Nuevas líneas de diseño y adaptación a las tendencias en el proceso de creación de sus artesanías aumentando así su potencialidad en la industria</p> <p>Recurso clave</p> <p>Local fijo y céntrico en la ciudad</p> <p>Contratos fijos con empresas interesadas en exportarlas artesanías</p> <p>Catálogo de artesanías actualizado en la web y redes sociales.</p>	<p>Mejorar la de calidad de vida para los jóvenes y madres de familia en proceso de rehabilitación de la comuna 6 de la ciudad de Barrancabermeja</p> <p>Mediante la comercialización de artesanías de alta calidad y diseño en un punto de venta virtual y/o presencial permitiendo llegar a muchas más personas, logrando así el Crecimiento de la mujer en el ámbito empresarial</p> <p>cumpliendo un papel fundamental como contribuyente activa a nivel socioeconómico y cultural de la región</p>	<p>Al identificar el nicho de cliente se podrá satisfacer más fácil su necesidad y así fidelizarlo.</p> <p>Sostener precios para su fidelización</p> <p>Poner mucha atención a lo que está expresando el cliente y no necesariamente a lo que dice si no, A sus expresiones no verbales para establecer una relación más cercana y acertada.</p> <p>Canales</p> <p>Redes sociales, comercializados en el mercado regional y nacional, en ferias artesanales que realiza la cámara de comercio, en diferentes ferias por todo el País y en mercados internacionales interesados en esta clase de productos.</p>	<p>Mercados internacionales posibles, turistas locales y extranjeros: Mercado Europeo y Canadiense además</p> <p>Precolombina se ha identificado oportunidades de importación de artesanías colombianas en Bolivia, Brasil, Corea del Sur, España, Finlandia, Francia, Grecia, Japón, Nigeria, Nueva Zelanda, Puerto Rico, República Dominicana, Rusia, Suecia y Turquía.</p> <p>Nuestros clientes más frecuentes son personas entre los 25 y 35 años que disfrutan sus vacaciones laborales y personas mayores que ya dedican su descanso a coleccionar artesanías de diferentes regiones.</p>
<p>Estructura de costes</p> <p>Determinar costos fijos como servicios, arriendo, seguro.</p> <p>Gastos indirectos, gastos mano de obra, gasto en materiales.</p>			<p>Fuentes de ingreso</p> <p>Participación en eventos y contratos de Empresas grandes del sector como Ecopetrol, USO, Cavipetrol, Cafaba, entre otras.</p> <p>Margen de ganancia generado por la venta de artesanía presencial y en línea</p>	

**Nota.** Se describe los diferentes procesos para lograr la diferenciación del proyecto. Adaptado de Design

## Etapa de prototipado




### Ilustración 3 Técnica de personas

 <b>Técnica: Personas</b> Se usa en Empatía e Ideación <small>¡Escanea para más info!</small>				Proyecto: Fundación de mujeres cabeza de hogar y jóvenes en rehabilitación.
				Equipo: 106000_31
				Fecha: 05/04/2022
<b>Nombre</b> Carlos Eduardo Prada 	<b>Bio</b> Carlos disfruta tomar café todas las mañanas antes de salir a su trabajo. Trabaja como supervisor liderando a un equipo de trabajo. Siempre aprovecha sus vacaciones para disfrutar del mar. Disfruta de cuidar de su salud consumiendo productos que aporten a su organismo. Dentro de sus comprar prefiere incluir productos amigables con el medio ambiente.	<b>Objetivos</b> Ser feliz Disfrutar de cada instante de la vida		
<b>Frase</b> "Cada día es un regalo"		<b>Frustraciones</b> La injusticia Ver el mundo tan desigual Ver cómo día a día se ve afectado nuestro entorno debido a la contaminación.		
<b>Edad</b> 37 años <b>Profesión</b> Adm. de empresas <b>Estado</b> Soltero <b>Ciudad</b> Floridablanca <b>Arquetipo</b> Rebelde	<b>Personalidad</b> Intuitivo / Buen lector / Disfruta la soledad			

**Nota.** Perfil de usuario que se identifica ser un hombre independiente y libre. Adaptado de Design thinking.es, (fotografía) stockphoto.com, 2022





### Ilustración 4 Técnica de personas

 <b>Técnica: Personas</b> Se usa en Empatía e Ideación		 Proyecto: <input type="text" value="rehabilitación."/>	
		Equipo: <input type="text" value="106000_31"/>	
		Fecha: <input type="text" value="05/04/2022"/>	
<b>Nombre</b> Jeny Paola Alfonso 	<b>Bio</b> <p>Jeny trabaja en una empresa de dotaciones la cual crearon hace varios años junto con su pareja. Durante los fines de semana ella disfruta compartir su tiempo con Luciana, su única hija la cual el próximo mes cumple sus 6 años de edad.</p>	<b>Objetivos</b> <p>Continuar siendo independiente en el ámbito laboral y lograr generar mayor empleo.</p> <p>emplear a aquellas madres que necesitan de un sustento para mantener a sus hijos.</p>	
<b>Frase</b> <p>"Yo puedo con todo lo que me propongo"</p>			<b>Frustraciones</b> <p>En algunos momentos cuando está en búsqueda de nuevos clientes y debe enfrentar situaciones como desinterés por el producto, etc.</p>
<b>Edad</b> 30 años <b>Profesión</b> Empresaria <b>Estado</b> Unión libre <b>Ciudad</b> Bucaramanga <b>Arquetipo</b> Exploradora	<b>Personalidad</b> <p>Ordenada / Amable / Optimista</p>		

**Nota.** Perfil de usuaria que se identifica como persona con deseo de contribuir a la sociedad. Adaptado de Design thinking.es, (fotografía) stockphoto.com ,2022

### Ilustración 5 Técnica de personas

Se usa en Empatía e Ideación		rehabilitación.
 <p>Escanea para más info!</p>		<p>Equipo: 106000_31</p> <p>Fecha: 05/04/2022</p>
<p><b>Nombre</b></p> <p>Yeraldín Sánchez Velandia</p> 	<p><b>Bio</b></p> <p>Yeraldín trabaja en su empresa la cual se dedica a la distribución de palancas de cambios para carros. Disfruta conocer nuevos lugares junto a sus dos hijas Sara y Sofia. Sus amigas más cercanas son con las que estudió en el colegio; hablan casi todos los días. Disfruta cocinar</p>	<p><b>Objetivos</b></p> <p>Mejorar día a día su rentabilidad para brindarles una excelente calidad de vida a sus dos hijas.</p> <p>Generar más empleo.</p>
<p><b>Frase</b></p> <p>“Los límites sólo existen en nuestra mente”</p>	<p><b>Personalidad</b></p> <p>Divertida / Comprensiva / Solidaria</p>	<p><b>Frustraciones</b></p> <p>Limitarse a seguir avanzando por miedo al fracaso.</p>
<p><b>Edad</b> 27 años</p> <p><b>Profesión</b> Empresaria</p> <p><b>Estado</b> Soltera</p> <p><b>Ciudad</b> Barrancabermeja</p> <p><b>Arquetipo</b> Creadora</p>		

**Nota.** Perfil de usuaria independiente y que busca mejorar su calidad de vida. Adaptado de Design thinking.es, (fotografía) stockphoto.com, 2022

Esta herramienta permite dar a conocer el modelo de los usuarios; la dinámica consiste en realizar una serie de preguntas a las personas entrevistadas y luego de obtener dicha información se establece unos patrones los cuales fueron plasmados en cada uno de los siguientes perfiles.

Este perfil enfoca las diferentes necesidades de los usuarios que integran la asociación de mujeres cabezas de hogar y jóvenes en rehabilitación de la comuna seis en Barrancabermeja, Santander.

## Etapa de Testeo

### Ilustración 6 Prototipo en Imagen

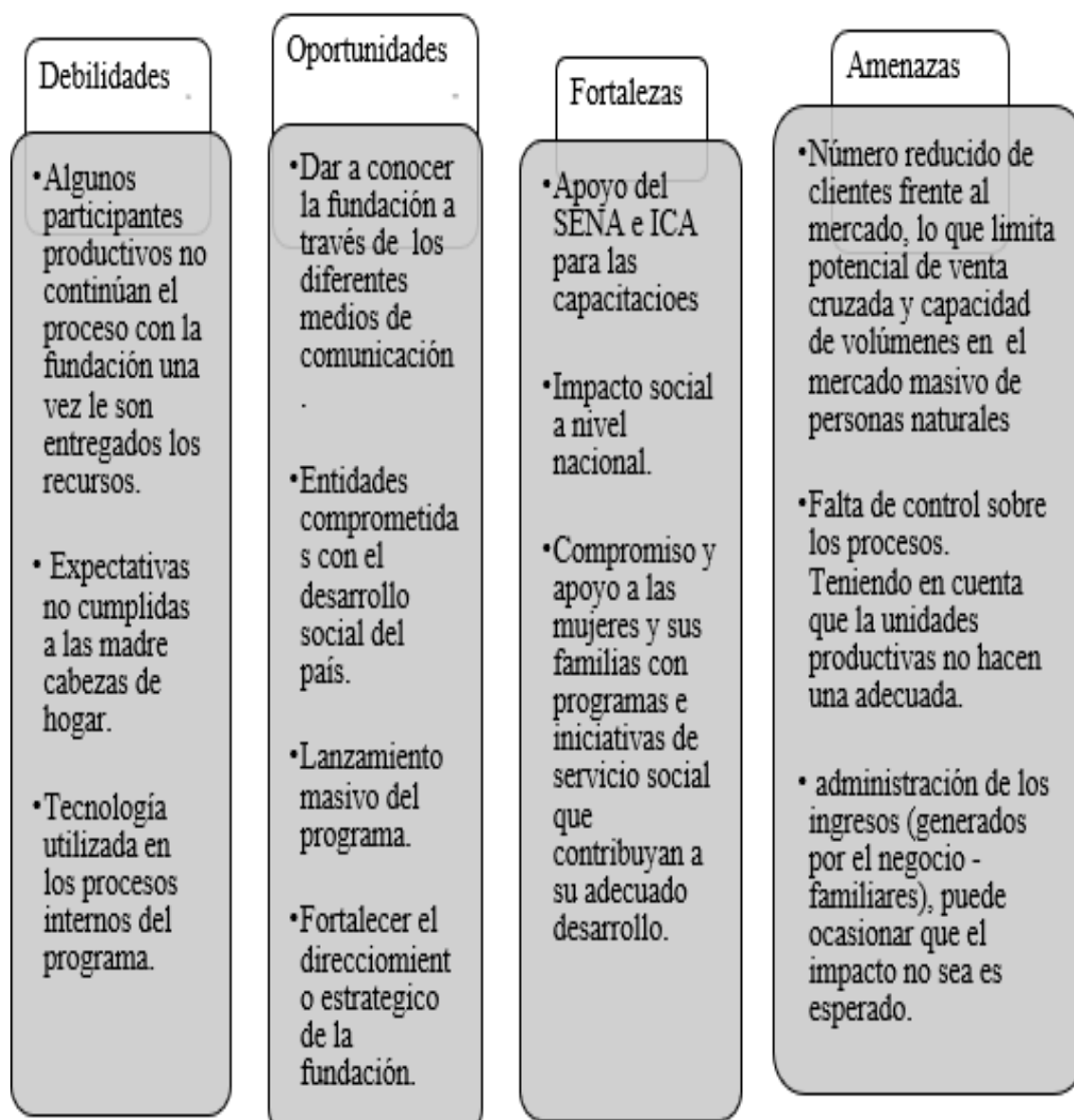


**Nota.** Se plasma el proceso de elaboración de los productos artesanales, la población beneficiada e impacto en la sociedad. Tomado de [pinterest.com](https://www.pinterest.com), [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com), [depositphotos.com](https://www.depositphotos.com), [elnuevoempresario.com](https://www.elnuevoempresario.com), 2022

Esta herramienta permite diseñar ideas tangibles mediante gráficas las cuales representan productos, beneficios y servicios que se van a generar en el desarrollo del proyecto, de igual manera mediante esta técnica se busca que el cliente se sienta identificado y haya un flujo de interacción con el producto ofertado.

En la imagen se muestra, inicialmente la forma de elaboración de una artesanía, los materiales utilizados, el segmento al cual van dirigidos los productos y la cultura colombiana adquirida por turistas nacionales y extranjeros.

**Ilustración 7** Matriz DOFA



**Nota.** Descripción de los indicadores a mejorar a través del aprovechamiento de las oportunidades que se presentan y fortalecimiento de las debilidades para afrontar las amenazas del proyecto. Elaboración propia, 2022

**Tabla 3** *Análisis Matriz DOFA*


---

<p><b>Estrategia Do</b></p> <p>DO 1: Crear mecanismos y plataformas tecnológicas de fácil uso para los clientes, teniendo en cuenta que todo segmento de mercado pueda acceder a esta sin dificultad.</p> <p>DO 2: Fortalecer y crear anuncios publicitarios virtuales que atraigan la atención de nuevos posibles clientes.</p>	<p><b>Estrategia Fo</b></p> <p>Al tener una imagen colectiva a nivel nacional y poco tiempo de trayectoria en el mercado, crear alianzas con demás entidades que permitan el desarrollo y crecimiento empresarial generando nuevas oportunidades y facilidades de acceso a mayor población</p>
<p><b>Estrategia Da</b></p> <p>Medir y hacer un análisis comercial y realizar cuadros comparativos de los costos Vs beneficio ante las proyecciones determinadas.</p>	<p><b>Estrategia Fa</b></p> <p>Con la ampliación del portafolio del cliente ganar posicionamiento frente a la competencia en relación con la variedad de servicios y la facilidad de oportunos pagos.</p>

---

**Nota.** El análisis detallado de cada uno de los indicadores a mejorar para el desarrollo y alcance del proyecto.

Elaboración propia, 2022

## Estrategias de mercado

### Atributos y beneficios del producto

Uno de los principales atributos con los que cuenta el proyecto, es que se trata de un producto elaborado de manera sostenible, lo cual garantiza un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social, teniendo en cuenta que el cliente desea encontrar en el mercado productos que les haga sentir que de una u otra manera está contribuyendo con el planeta; esto genera motivación en ellos y gusto con lo que están adquiriendo.

Por otra parte, el proyecto apoya a las madres cabeza de familia y a jóvenes en rehabilitación, en donde por medio de éste se tendrán la oportunidad de mejorar su nivel de vida y la de sus hijos, fortaleciendo aquellas estrategias que permitan mantener la cultura y a la industria artesanal.

Se contará con diversidad de materiales para ser transformados tales como el vidrio para elaborar piezas de decoración, el plástico se puede tejer o moldear, para la elaboración de recipientes, mochilas, el papel para creación de productos decorativos e incluso el barro.

También se tiene en cuenta las técnicas utilizadas por los artesanos para la elaboración de los productos, las cuales han sido transmitidas de generación a generación reflejando la cultura y simbología de cada artesanía elaborada.

*Strong Family, una tienda con propósito*



**Nota.** Fuente logotipo por Jazmina Hurtado, 2018

## **Grupo objetivo del proyecto**

Los productos elaborados en la Strong Family, van dirigidos a personas con edades comprendidas entre 18 a 60 años, de diferentes estratos que desean conocer la historia de cada región donde se identifica con la labor del artesano, con la elaboración hecha a mano, con lo tradicional, logrando transportarlos a la época por medio de estos productos siendo estos instrumentos de interacción social.

Por ejemplo, los turistas quienes desean siempre incluir un recuerdo de cada lugar que visitan; es por ello que la ubicación del sitio donde se llevará a cabo el proyecto es un lugar en donde se valora el trabajo del artesano, en donde su valor será bien retribuido para así poder alcanzar a sostenibilidad deseada.

Otro cliente objetivo son los mayoristas quienes comprarán los productos a un precio más asequible logrando darlos a conocer en los distintos puntos de venta; de esta forma tender diferentes puntos de contacto para dar a conocer el proyecto de artesanía.

## **Segmentación**

El proyecto se enfatiza en un segmento de mercado con las siguientes características mujeres en que les guste la belleza y la cultura, hombres y mujeres que sean simpatizantes del medio ambiente, los animales, les guste la moda, que tenga como Jovi leer, los viajes, el desarrollo sostenible, les guste los temas de cultura y tengan un espíritu libertario.

## **Competencia**

Este Proyecto es pionero en el Municipio de Barrancabermeja, porque abarca ampliamente el enfoque artístico y cultural, enfatizándose en la ayuda de la mujer cabeza de hogar y jóvenes en proceso de rehabilitación, lo que busca ser una opción de cambio de vida e impulsor de progreso, ya que en Barrancabermeja no existen fundaciones con enfoque social; que las existentes se dedican a otras actividades tales como el folclor, la danza y su punto

fundamental es la enseñanza no la expansión y provecho económico. sin embargo, en Colombia si existen varias organizaciones dedicadas a la venta e importación de artesanías colombianas como son:

Subienda tejeduría artesanal: artesanías elaboradas a mano con materiales biodegradables como plumas, semillasy otros materiales reciclados; productos asequibles y venta presencial y pagina web.

Artesanías Colombia: artesanías de obras ancestrales tradicionales, utilización de algunos materialesbiodegradables, productos desde \$20.000 y venta online, catalogo.

La tienda santandereana: elaboración manual de artesanías como artículos para el hogar, bisutería y otrosaccesorios su costo desde \$25.000 en adelante realizando su venta en redes.

A las cuales se les compite con una campaña de marketing fuerte en redes sociales en la cual busca posesionar la marca y ser autoridad y así eliminar la competencia, para esto inicialmente se utiliza influenciadores colombianos con gran audiencia, se debe el tipo de segmentación que se aplicará al proyecto de acuerdo con la actividad económica.

### **Aliados clave**

Para el proyecto un aliado clave será, la cámara de comercio de Santander, la secretaria de Cultura municipal de Barrancabermeja y secretaria de Cultura departamental de Santander, así como Ecopetrol, además de fortalecer alianzas con entidades del sector privado, como:

Almacenes de cadena como Olímpica, Jumbo, y Tiendas de Moda femenina como Studio F, igualmente buscar alianzas con empresas del sector solidario como EL Fondo Emprender e internacionales como UNICEF, las cuales son reconocidas en el mercado internacional y muy frecuentadas por nuestros clientes objetivos.



Las empresas de turismo como Aviatour- Decamerón también hacen parte importante de la sostenibilidad del proyecto, puesto que estas son claves para establecer una relación de compra y experiencia directa con los turistas que visitan la región.

### **Estrategias de mercado**

**Estrategia de comunicación:** en el mercado tradicional se propone mensualmente hacerles llegar una revista a los habitantes de Barrancabermeja acerca de los productos que encontrarán en la fundación, y a su vez, en caso de tener alguna dinámica comercial también comunicarla por este medio.

En el mercado digital, se utilizará las distintas redes sociales, como Instagram, Facebook, YouTube, se darán a conocer los productos que se elaboran en la fundación, a su vez se responderán las preguntas de los seguidores, (precios, materia prima, tamaño, costo de envío, entre otras).

Repartir volantes y enviar publicidad por internet sobre la inauguración de la compañía, con un día y un lugar específico fácil de asistir

Recurrir a eventos y exposiciones para generar un mayor impacto en reconocimiento y posicionamiento; compartir el lanzamiento en vivo mediante redes sociales

Generar confianza en los clientes dando productos de prueba y darle a entender que se tiene el mejor material de calidad

### **Estrategia de Posicionamiento**

Una de las principales estrategias del proyecto para lograr su posicionamiento tanto en el mercado tradicional como en el mercado digital es poder formar parte de las diferentes ferias que se realizan a nivel regional y nacional, con el fin de poder tener otros puntos de contacto con el cliente y así darse a conocer. Se contará también con una estrategia de precio adecuada vs la competencia, teniendo en cuenta que el cliente revisa varias opciones antes de realizar su compra.

Crear logo y slogan fácil de recordar en la mente del cliente final.

Dar a conocer los beneficios y atributos que maneja la marca.

Invertir en Avisos publicitarios sobre la ciudad, mensajes en las emisoras. Creación de la página web y en Facebook e Instagram.

### **Estrategia de Diferenciación**

La Estrategia de diferenciación para el mercado tradicional es poder contar con el servicio de “Atención al cliente” donde luego de su visita y/o su compra se le realizará una llamada para conocer el grado de satisfacción de los productos y servicio de la fundación.

Por otra parte, en el mercado digital, la fundación se enfocará en mostrar los beneficios que trae el obtener un producto que sea amigable con el medio ambiente. Esta será una herramienta diferenciadora que el cliente desea encontrar en los productos que se ofrecen.

- Brindar la mejor asesoría y servicio al cliente final
- Brindar la mejor calidad en los productos y tener la mejor eficiencia en la entrega. Página web o redes sociales
- Brindar la mejor solución y respuesta en el tema de la garantía.

### **Prototipos de los contenidos**

Los prototipos de contenidos para las distintas redes sociales se ejecutarán mediante la enseñanza y el contenido de valor, que permitan además de generar información, educar por medio de una comunicación que llegue al ser de cada uno de los usuarios, donde se enamoren de las artesanías mediante mensajes tanto en vivo, imágenes y/o videos, que comunicarán la visión, y lo importante que son los clientes para llegar a ella.

También se harán sorteos y concursos por medio de las redes sociales, en donde tendrán la oportunidad de ganar premios relacionados a las artesanías elaboradas en el proyecto. Las redes sociales también se alimentarán a través de videos que permitan la manera en la que cada

cliente puede contribuir con la mejora de calidad de vida de cada familia que forma parte del proyecto artesanal.

YouTube: un video sobre la inauguración de la empresa y de que redes se están utilizando, además se verá en el video la dirección, como llegar, horario y sobre todo darles la bienvenida a los clientes.

LinkedIn: esta página es una de las más importantes a nivel mundial, por eso deseamos abrir vacantes a través de ella ya que nuestros productos serán de talla internacional ya que el principal foco son los turistas, además laboral.

Facebook y Twitter: en estas redes sociales, se posesionará la compañía, mediante una agresiva campaña publicitaria haciendo todo tipo de sorteos y video en vivo para captar la mayoría de clientes, además estaremos siempre dando tics de como apoyar los productos nacionales y sobre todo como creer en los recursos regionales.

Página web para el proyecto: la página web enseña la historia de la empresa, y muestra la variedad de productos que los usuarios pueden encontrar en la tienda, y conocer su proceso de elaboración y materias primas utilizadas además de identificarse con la cultura ancestral colombiana.

Link de Página web. [Inicio | My Site 1 \(elkinborjaflorian8.wixsite.com\)](http://Inicio | My Site 1 (elkinborjaflorian8.wixsite.com))

## Proyección operativa y financiera

### Recursos operativos

Para el proyecto se requiere del alquiler de una casa de aproximadamente 150 metros cuadrados, que coste de mínimo 3 habitaciones y un garaje, distribuidos de la siguiente manera:

salón No 1: La dirección

Salón No 2: Bodega y alistamiento de productos

Salón No 3: Taller de Hidroponía

Garaje: Sala de ventas

Sala: Taller de Manualidades

Cocina: Cafetería

Baños: Baños Públicos

**Tabla 4** *Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Área	150mts2
% de espacio utilizado	80%

**Nota.** Total, del espacio adquirido para el desarrollo del proyecto y ocupación inicial. Elaboración propia, 2022

## Disponibilidad insumos

**Tabla 5** *Insumos y Proveedores*

Ítem	Insumos	Proveedor	Dirección.
1	Pinturas (Oleo), Caballetes y lienzo	Mundo Artesanal	Calle 53 #14 – 49, Bogotá
2	Hilos nylon, crochet, Mollet y Macramé.	Tex mundo	Calle 63 # 74B – 42 Bodega 19. Bogotá
3	Yeso artesano (figuras de cerámica y arte)	Arte Bizantino Otelo SAS	Calle 42 Bis Sur N 78H – 42 Bogotá
4	Bisutería	Materiales de Bisutería Colve	Calle 71B # 86 – 45, Bogotá

**Nota.** Insumos que se necesitan para la elaboración de los productos artesanales. Elaboración propia, 2022

**Tabla 6** *Stock del inventario mensual*

Ítem	Insumos	Recursos Stock
1	Pinturas (Oleo), Caballetes y lienzo	\$ 1.886.000
2	Hilos nylon, crochet, Mollet y Macramé.	\$ 2.438.000
3	Yeso artesano (figuras de cerámica y arte)	\$ 1.142.000
4	Bisutería	\$ 1.364.000
	Total	<b>\$ 6.830.000</b>

**Nota.** Inventario mensual con el fin de tener una buena administración de la empresa. Elaboración propia, 2022

## Ficha técnica del producto


Son diversos los productos, entre ellos podemos encontrar aretes, manillas, balacas, sombreros, salidas de baño, alfarería (productos hechos de barro) materas, jarrones, adornos precolombinos. Por lo tanto, cada producto tiene un proceso diferente de elaboración y dimensiones.

**Tabla 7** Ficha técnica Pulsera

	<p><b>Nombre del producto:</b> Pulsera Yare gués</p> <hr/> <p><b>Referencia:</b> Y1-1234</p> <hr/> <p><b>Descripción:</b> Pulsera tejida con nailon y esferas en piedras volcánicas y bañadas en oro golf, de material resistente y con larga duración, para que lleves siempre el emblema de la región.</p>
<p><b>Dimensiones:</b> Largo de la pulsera 20cm</p>	<p><b>Precio:</b> \$14.900</p>
<p><b>Peso:</b> 27,65gr</p>	<p><b>Disponibilidad:</b> 268 unidades</p>
<p><b>Recomendaciones del cuidado del producto:</b></p> <p>Usa un paño suave y limpio para limpiar tu pulsera. Evita siempre el contacto con productos químicos, como perfumes, lociones y productos de limpieza para el hogar.</p>	<p><b>Colores:</b> negra con dorado</p> <hr/> <p><b>Costo de envío:</b> \$7.000 a nivel nacional</p> <hr/> <p><b>Tiempo de envío:</b> Entre 3 a 5 días hábiles a nivel nacional</p>


**Nota.** Descripción de los materiales utilizados en la bisutería artesanal, cuidados y demás característica. Imagen tomada de (fotografía) listado.mercadolibre.com.co, 2022

**Tabla 8** Ficha técnica de la Hamaca

	<p>Nombre del producto: <b>Hamaca Yaregués</b></p> <hr/> <p>Referencia: Y7-7244</p> <hr/> <p><b>Descripción:</b> Mano de obra nacional, 100% algodón tejido denso y con muchas cuerdas de suspensión que aseguran una distribución uniforme del peso. es una hamaca resistente y de alta calidad.</p>
<p><b>Dimensiones:</b> Largo de 310cm x 160cm de ancho</p>	<p>Precio: \$419.900</p>
<p>Peso de resistencia máx.: <b>200kg</b></p>	<p>Disponibilidad: 34 unidades</p>
<p><b>Recomendaciones del cuidado del producto:</b></p> <p>Ubicarla lejos de lugares húmedas, no consumir bebidas sobre ella y lavar a mano con detergente biodegradable en polvo</p>	<p>Colores: Blanca con beige, negra con beige</p> <hr/> <p>Costo de envío: \$12.000 a nivel nacional</p> <hr/> <p>Tiempo de envío: Entre 3 a 5 días hábiles a nivel nacional</p>


**Nota.** Descripción de los materiales utilizados en la elaboración de tejidos como hamacas con productos reciclables para lograr un producto de impacto artesanal, cuidados y demás características, (fotografía) tomada de [www.easy.com.co](http://www.easy.com.co), 2022

**Tabla 9** Ficha técnica del Jarrón

	<b>Nombre del producto:</b> Jarrón cerámico
	<b>Referencia:</b> C1-2157
<b>Dimensiones:</b> Altura: 18cm. Diámetro: 13cm	<b>Descripción:</b> Jarrón hecho a mano y pintado a mano, cerámico, con muy buena artesanía y detalles finales, utilizado por los ancestros para uso doméstico y cultural, tener un jarrón de estos es símbolo de abundancia y prosperidad.
<b>Peso:</b> 10,58oz	<b>Precio:</b> \$74.900
<b>Recomendaciones del cuidado del producto:</b> No poner cerca a temperaturas altas y conservar en lugares altos y frescos. Limpiar con un paño húmedo cuando tenga polvo.	<b>Disponibilidad:</b> 388 unidades
	<b>Colores:</b> negra con dorado
	<b>Costo de envío:</b> \$7.000 a nivel nacional
	<b>Tiempo de envío:</b> Entre 3 a 5 días hábiles a nivel nacional
<b>Nota.</b> Descripción de los materiales utilizados en la elaboración y moldeo de productos hechos a base de cerámica, arcilla, cuidados y demás características, (fotografía) tomada de Amazon.es, 2022	



**Tabla 10** *Ficha técnica del lienzo*

	<b>Nombre del producto:</b> Oleo abstracto
	Referencia: O1-6344
	<b>Descripción:</b> Pintura al óleo, lienzo moderno sobre las mujeres de la región hecho por nuestros jóvenes de la fundación y signo de inspiración para la sociedad.
<b>Dimensiones:</b> Largo 90cm x 60cm de ancho	Precio: \$214.900
Peso: <b>2,7kg</b>	Disponibilidad: 16 unidades
<b>Recomendaciones del cuidado del producto:</b>	Colores: n/a
Mantener en un lugar de ambiente, fresco y amplio a una altura y no poner en paredes húmedas.	Costo de envío: \$12.000 a nivel nacional
	Tiempo de envío: Entre 3 a 5 días hábiles a nivel nacional

**Nota.** Descripción de los materiales utilizados en la elaboración y pintura de un cuadro hecho a mano con pinturas de óleo, cuidados y demás características, (fotografía) tomada de [spanish.alibaba.com](http://spanish.alibaba.com), 2022

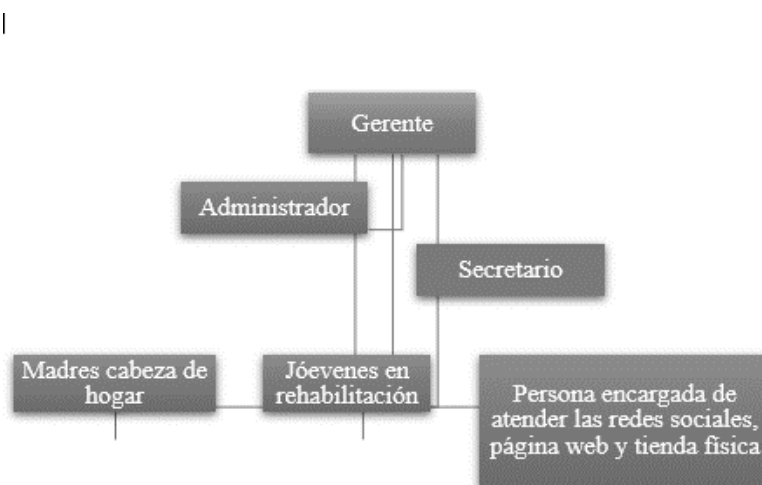
**Tabla 11** Descripción de maquinaria y elementos operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa de corte	2	\$550.000	\$1.100.000
Máquina de ensamblar o pegue	2	\$350.000	\$700.000
Máquinas de coser	6	\$500.000	\$3.000.000
Maquina tejedoras Singer	2	\$1.500.000	\$3.000.000
Vitrinas	3	\$350.000	\$1.050.000
Tijeras	12	\$5.000	\$60.000
Colores	20	\$ 10.000	\$ 200.000
Vinilos	1000	\$ 1000	\$ 1.000.000
Pinceles	12	\$2.500	\$30.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$10.140.000</b>

**Nota.** Maquinaria e insumos necesarios para la creación y diseño de las diferentes artesanías en el proyecto.

Elaboración propia, 2022

### Realizar las proyecciones de distribución en planta

**Ilustración 8** La distribución de nuestra empresa

**Nota.** Descripción breve de la distribución y estructura del proyecto. Elaboración propia, 2022

### Descripción de los cargos, presentación del organigrama

**Tabla 12** Descripción de cargos

<b>Cargo</b>	<b>Perfil</b>	<b>Funciones</b>
<b>Gerente</b>	Encargado de dirigir, coordinar y supervisar que todas las actividades de la empresa se cumplan para ello debe hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las áreas que pertenecen a la empresa creando lineamientos de control, análisis financiero, supervisar cumplimiento de políticas, crear sinergia con las demás áreas operativas para lograr el objetivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y administrar la empresa conforme a la ley a los estatutos.</li> <li>• Organizar e inspeccionar la producción de la empresa.</li> <li>• Representar la compañía judicial o extrajudicialmente.</li> <li>• Llevar y firmar los documentos comerciales, bancarios y demás de acuerdo con las atribuciones conferidas.</li> </ul>
<b>Secretaria</b>	Persona que asume la responsabilidad por sus resultados y compromete recursos y tiempos para mejorar la productividad tomando las medidas necesarias para minimizar los riesgos, además realiza todas las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos enfrentando y solucionando los retos que se presentan a diario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar la agenda del gerente y ayudar en la planificación de las citas, reuniones, conferencias de las demás áreas de la empresa.</li> <li>• Asistir a las reuniones para realizar las minutas y actas, luego compilarlas, transcribirlas y distribuirlas.</li> <li>• Llevar a cabo las investigaciones encomendadas para las reuniones.</li> </ul>
<b>Contador</b>	Supervisar y coordinar el registro contable de las operaciones, así como la elaboración/supervisión de los estados contables individuales y consolidados y liquidaciones tributarias, en el marco de la normativa vigente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones.</li> <li>• Analizar las cuentas específicas e individuales del balance general con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera de la compañía.</li> <li>• Asegurar la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia.</li> <li>• Elaborar reportes financieros, de ventas y</li> </ul>

		producción para la Gerencia General
<b>Asistente Administrativo</b>	Deberá ser un líder capaz de llevar a cabo la estrategia de Recursos Humanos apoyándose para su diseño con el gerente, de manera conjunta establecer los objetivos estratégicos y prioridades para la entrega de resultados a su debido tiempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reportar y acompañar a la Gerencia General en el diseño de estrategias que coadyuven a la consecución de metas económicas y de crecimiento.</li> <li>• Recomendar e implementar iniciativas de RH alineadas los objetivos estratégicos de la empresa.</li> <li>• Liderar estrategias de cambio que logren adaptar la operación a las circunstancias cambiantes de mercado.</li> <li>• Planear, implementar y.</li> <li>• Coordinar y supervisar el entrenamiento y el desarrollo de los operarios.</li> </ul>
<b>Tutores de diseño y ventas</b>	Capacidad para poder trabajar correctamente en equipo, poder comunicarse correctamente y ser un líder, debido a que él es el que tiene que ayudar a impulsar el producto. Buena capacidad para organizarse y mantener las entregas en tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer cadenas de distribución para productos y servicios, dirigir estudios y estrategias de mercadeo, analizar resultados y apoyar en el desarrollo del producto.</li> <li>• Planear y dirigir actividades de firmas y departamentos que desarrollan e implementan campañas de publicidad para promocionar la venta de productos y servicios.</li> </ul>
<b>Operativos</b>	Madres de familia y jóvenes en proceso de rehabilitación los cuales trabajaran para desarrollar su destreza y habilidad en la elaboración de productos artesanales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y fabricar artesanías a través de diferentes tareas utilizando la diversidad de materiales reciclables obtenidos por la compañía tales como:</li> </ul>

---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teñir e hilar con colorantes naturales diferentes tipos de fibras.</li> <li>• Coser y tejer</li> <li>• Moldear y transformar materiales tales como: cartón, vidrio, botellas, entre otros.</li> </ul>
<b>Personal de aseo general</b>	<p>Persona con calidad de servicio, respetuoso, cordial en sus relaciones laborales, responsable y cuidadoso con los materiales y herramientas a su cargo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asear las oficinas y áreas asignadas y velar que se mantengan aseadas</li> <li>• Mantener los baños y lavamanos en buenas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria.</li> <li>• Prestar el servicio de cafetería a visitantes y propios del lugar.</li> </ul>

---

**Nota.** Proyección del perfil de cada uno de los cargos solicitados para la conformación de cargos en proyecto, el cual busca personal de calidad humana y dispuesta a entregar su conocimiento y aprender de cada reto que se presente en el día a día. Elaboración propia, 2022

**Tabla 13** Liquidación nómina mensual

Cargo Empleado	Devengado		Salario Devengado	Auxilio de Transporte	Total, devengado	Deducciones		Neto Pagado
	Salario Básico	Días Liquidados				Salud	Pensión	
Gerente	2600000	30	2600000	-	2600000	104000	104000	2392000
Secretaria	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Contadora	2000000	30	2000000	117172	2117172	80000	80000	1957172
Asistente Administrativa	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Tutor Diseño y Ventas	1350000	30	1350000	117172	1467172	540000	54000	1359172
Servicios generales	1100000	30	1100000	117172	1217172	44000	44000	1129172
Operativa Madre1	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre2	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre3	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre4	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre5	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre6	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre7	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre8	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre9	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre10	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre11	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre12	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre13	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre14	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre15	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre16	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre17	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre18	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre19	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativa Madre20	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 1	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 2	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 3	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 4	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 5	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 6	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 7	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 8	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 9	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
Operativo joven 10	1200000	30	1200000	117172	1317172	48000	48000	1221172
<b>Totales</b>			<b>45450000</b>	<b>4101020</b>	<b>49551020</b>	<b>1818000</b>	<b>1818000</b>	<b>45915020</b>

**Nota.** Liquidación prestacional de los empleados y miembros del proyecto. Elaboración propia

## Equipos de oficina

**Tabla 14** Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Impresora	1	\$550.000	\$550.000
Escritorio	1	\$230.000	\$230.000
Silla	1	\$180.000	\$180.000
Papelería y accesorios de consumo	1	\$300.000	\$300.000
Total			\$2.760.000

**Nota.** Elementos necesarios e indispensables para el desarrollo de las actividades principales del proyecto.

Elaboración propia, 2022

## Procesos pre operativos

El estudio Legal nos permite analizar la importancia de las distintas generalidades que componen el marco legal, para poder contar de esta manera con un buen manejo, control y comercialización de las artesanías.

Se darán a conocer los aspectos legales que implican el manejo adecuado del proyecto y su entorno en el marco legal, de las generalidades de la empresa, donde se analizan cada uno de los aspectos que lo componen, con el fin de aterrizar de manera oportuna el manejo responsable que se requiere para su buen funcionamiento.

## Ilustración 9 Disponibilidad de nombre

Realice su consulta empresarial o social



Recomendaciones de uso



Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación.

**Info** La consulta por Nombre no ha retornado resultados

**Nota.** Tomado de <https://www.rues.org.co>

Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIIU Tarifas por trámites y documentación requerida en Cámara de Comercio Teniendo en cuenta los factores de desarrollo y producción para la empresa, se analiza que cuenta con la capacidad para gestionar y generar la producción ejerciendo la actividad de manera que permita el cumplimiento de cada uno de sus objetivos.

**Tabla 15** *Tramites y Documentación Cámara de Comercio*

<b>Tramite</b>	<b>Costo</b>
Matricula Mercantil	3100
Cancelación de la matrícula del comerciante	12300
Mutaciones referentes a la actividad comercial	12300
Existencia y representación legal. Inscripciones de documentos	6200
Certificado	53000
Formulario RUES	6200
Inscripción inicial en el registro	45000
Renovación Anual de la inscripción	45000
Concepto de Actualización	12300

**Nota.** Procedimientos esenciales para el funcionamiento del proyecto legal y comercialmente. Creación propia, 2022

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019) El Gobierno Nacional, mediante el Decreto 1074 de 2015, modificado por el Decreto 2260 del 13 de diciembre de 2019, estableció los derechos por registro y renovación de la matrícula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las Cámaras de Comercio.



## **Localización**

El proyecto se ubicará en la ciudad de Barrancabermeja, en un barrio de estrato 3 llamado Primero de Mayo el cual pertenece a la Comuna 6, en una vivienda adaptada a un local, con una unidad de medida de 150mts<sup>2</sup>; está ubicada sobre la calle 56 en una esquina, lo cual es una gran ventaja ya que es mucho más visible teniendo en cuenta que tiene salida a dos calles, por lo tanto, lo hace mucho más estratégico a la hora de generar mayor punto de contacto con el cliente, y a su vez muy seguramente generará un éxito potencial.

Por otra parte, el contar con esta ubicación hace que el precio del alquiler sea más costoso, lo cual es una desventaja para la fundación teniendo en cuenta que está en su etapa inicial.

El local cuenta con los servicios públicos básicos para su funcionamiento como lo son agua, luz e internet. Cuenta como muy buena iluminación y luz natural lo cual es clave para que los colaboradores de la fundación puedan realizar sus actividades de manera correcta y segura. El sector cuenta con servicio de vigilancia las 24 horas del día, lo que hará que quienes visiten el establecimiento se sientan más seguros, sin embargo, siempre se recomienda tener cuidado con sus pertenencias ya que tanto en este sector como en cualquier otro de la ciudad, se evidencian hurtos.

Las instalaciones cuentan con vías principales de fácil tránsito vehicular que permiten la comunicación eficaz con el centro y el resto de la ciudad.



### Proyecciones de ventas

Las proyecciones de ventas se analizan desde el comportamiento inicial de la demanda, lo cual permite determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estarían dispuestos a adquirir, en este sentido, recopilar datos sobre gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se toma datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio.

Los costos de producción de la empresa se enfocan básicamente, en la elaboración artesanal de artesanías como:

Bisutería colombiana: (aretes, manillas, collares, adornos, balacas, mantas, pulseras, accesorios, llaveros, porta gafas, diademas, colas, sombreros playeros, pañoletas, bolsos)

Alfarería: jarrones, porcelanas, materos, ollas, elementos de cocina como servilleteros, codimenteros, pocillos.

Madera: portarretratos, portallaves, pisa páleles, cuadros etc.

Cada uno de estos elementos con costos de producción bajos, por tratarse de materiales en su mayoría reciclables y bajos costos, un ejemplo de esto se ilustra a continuación:

**Tabla 16** *Costo de producción artículos artesanales*

<b>Costos de Producción</b>		<b>Costos mensuales</b>	<b>Costos Primer año</b>
Materia Prima	Hilo de algodón x 5000m, telas x rollos de 100m, pepas, piedras, vinilos, nailon, agujas, fique, lana, accesorios sintéticos, piedras, plásticos, Alfarería, cerámica, semillas, tijeras, colores, bolsas	6.000.000	72.000.000
Mano de obra	Mujeres cabeza de hogar / Jóvenes en proceso de rehabilitación	36.635.160	\$439.621.920

Totales	Para producir en promedio 12359 artículos mensuales y un total de 148309 artículos anuales	42.635.160	499.621.920
---------	--	------------	-------------

**Nota.** Descripción de los insumos y costos a utilizar para la elaboración de las artesanías mensualmente. Elaboración propia, 2022

**Tabla 17** *Calculo de la demanda*

<b>Población objetivo</b>	Empresas dedicadas a la venta de artículos de bisutería para Mujeres entre los 25 a 55 años de edad de Colombia Equivalentes a 10.177.042 de mujeres y mujeres europeas y Suramericanas Turistas en el País, equivalentes a unas 200.000 mujeres.
<b>Consumo promedio (mensual o anual)</b>	Promedio mensual 12.359 y 148.309 artículos primer año
<b>Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)</b>	0,073%
<b>Total, demanda potencial</b>	1.000.000 mujeres

**Nota.** Población objetivo del proyecto para el año inmediatamente anterior, lo cual según cálculos representa un buen porcentaje de la población de mujeres colombianas y visitantes. Elaboración propia, 2022

**Tabla 18** *Proyecciones de ventas (unidades)*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>
<b>TOTAL</b>	148.309	177.971
<b>Enero</b>	11668	14002
<b>Febrero</b>	12698	15238
<b>Marzo</b>	10982	13178
<b>Abril</b>	11325	13590
<b>Mayo</b>	13041	15649
<b>Junio</b>	12012	14414
<b>Julio</b>	10639	12767
<b>Agosto</b>	13384	16061
<b>Septiembre</b>	13384	16061
<b>Octubre</b>	12750	15300
<b>Noviembre</b>	12698	15238
<b>Diciembre</b>	13728	16474

**Nota.** Población impactada durante los dos primeros años del desarrollo del proyecto. Elaboración propia, 2022

## Precio de venta

Los costos fijos se representan en mano de obra, materia prima, arriendo costos variables servicios públicos e imprevistos. El costo de producción de un artículo es de 555 pesos aproximadamente el precio de venta será de 6.480 pesos, precio con IVA es de 8.000 pesos, el punto de equilibrio es de 6864 artículos vendidos mensualmente.

**Tabla 19** *Costos Fijos*

<b>Salarios Administrativos</b>	<b>14.279.860</b>
<b>Mano de obra operativa</b>	36.635.160
<b>Servicios públicos (agua, luz, gas e internet)</b>	550.000
<b>Resurtido de mercancía</b>	400.000
<b>Arriendo local</b>	850.000
<b>Total</b>	<b>52.715.020</b>

**Nota.** Descripción de gastos mensuales fijos del proyecto. Creación propia, 2022

**Tabla 20** *Costos variables*

<b>Materia prima</b>	<b>6.000.000</b>
<b>Total</b>	<b>6.000.000</b>

**Nota.** Valor de los insumos necesarios para la creación de las artesanías, los cuales varían según la producción mensual. Creación propia, 2022

**Tabla 21** *Punto de equilibrio artesanías*

	<b>Año 1</b>
Total, costos fijos	52.715.020
Total, costos variables	\$ 6.000.000
Número de unidades primer año	148.309
Costo total promedio unitario	555
Costo promedio unitario	555
Costo variable unitario	0
Precio de venta sin IVA	\$ 6.480
Precio de venta con IVA	\$8.000
Margen de utilidad promedio	73 %
Punto de equilibrio en unidades	6864 artículos mensuales

**Nota.** Cálculo de indicadores mensuales. Elaboración propia, 2022

## Proyecciones ingresos por ventas

**Tabla 22** *Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

<b>Ventas esperadas miles</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, venta</b>	933440	101584	878560	906000	104.328.0	96.096.	85.112.	107.072	107.072	102.000	101.584	109.824.0
<b>s</b>	00	000	00	00	00	000	000	.000	.000	.000	.000	00
<b>Descuentos por ventas</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
<b>Ventas netas</b>	11668	712698	710982	711325	713041	712012	710639	13384	13384	12750	12698	13728
<b>% de ventas a contado</b>	0100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<b>% de ventas a crédito</b>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

**Nota.** Producción y venta mensual variable, según época del año, temporada, vacaciones, entre otras. Elaboración propia, 2022

## Capital de trabajo

**Tabla 23** *Flujo de caja mensual*

	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>N</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b>Ingresos</b>	933440 00	101584 000	878560 00	906000 00	104.328 .000	96.096. 000	85.112. 000	107.072 .000	107.072 .000	102.000 .000	101.584 .000	109.824 .000
<b>Ventas</b>	11668	12698	10982	11325	13041	12012	10639	13384	13384	12750	12698	13728
<b>Total, ingresos</b>	933440 00	101584 000	878560 00	906000 00	104.328 .000	96.096. 000	85.112. 000	107.072 .000	107.072 .000	102.000 .000	101.584 .000	109.824 .000
<b>Egresos</b>												
<b>Compra material prima e insumos</b>	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00	6.000.0 00
<b>Remuneración personal operativo</b>	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160	36.635. 160
<b>Gastos generales de operación</b>												
<b>Remuneración administrativos</b>	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860	14.279. 860
<b>Gastos de administración</b>	200.00 0	200.00 0	200.00 0	200.00 0	200.000 0	200.00 0	200.00 0	200.000 0	200.000	200.000	200.000	200.000

<b>Gastos financieros</b>												
<b>Gastos de marketing</b>	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00
<b>Otros gastos</b>												
<b>Total, egresos</b>	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020	58.915.020
<b>Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)</b>	34.428.980	42.668.980	28.940.980	31.684.980	45.412.980	37.180.980	26.196.980	48.156.980	48.156.980	43.084.980	42.668.980	50.908.980

**Nota.** El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual detallando costos, gastos y egresos para el primer año del negocio. Elaboración propia, 2022

**Tabla 24** *Saldos acumulados (en miles)*

	<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>Flujo mensual</b>	93.344.000	101.584.000	87.856.000	90.600.000	104.328.000	96.096.000	85.112.000	107.072.000	107.072.000	102.000.000	101.584.000	109.824.000
<b>Flujo mensual acumulado</b>	34.428.980	77.097.960	106.038.940	137.723.920	183.136.900	220.317.880	246.514.860	294.671.840	342.828.820	385.913.800	428.582.780	479.491.760

**Nota.** Informe detallado de los flujos de caja mensuales del proyecto. Elaboración propia, 2022



**Tabla 25 Inversión total**

<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b>Activos fijos</b>	Maquinaria y equipo	
	Equipo de oficina	2.460.000
	Terrenos	
	Muebles y enseres	8.850.000
	Equipo de transporte	0
<b>Instalaciones y puesta en marcha</b>	Estudios de investigación	0
	Adecuación del local o espacio de producción	10.000.000
	Gastos legales de constitución	300.000
	Marketing	2.000.000
	Arriendo	1.200.000
	Sueldos	47.900.000
	<b>Capital de trabajo</b>	
<b>Total</b>	<b>72.710.000</b>	

**Nota.** Descripción de los activos e inversiones del proyecto para su puesta en marcha. Elaboración propia, 2022

### **Fuentes de capital de inversión.**

La fuente principal de inversión de nuestra empresa es de capital propio invertido por cada uno de los socios o fundadores, de 10.000.000 cada uno, en total 50,000.000 millones y la solicitud de un crédito emprender por 40.000.000 millones más. Para un total de un capital inicial de 90.000.000 millones.

## Conclusiones

Como se ha podido observar la empresa que inicia como emprendimiento social constituye un amplio campo de investigación interesante ya que es un modelo de negocio diferente porque no nace guiada por un fin económico, sino por la consciencia de contribuir al medio ambiente y la sociedad.

Podemos concluir que las personas que viven en condición de pobreza de la comunidad de la comuna 6 de la ciudad Barrancabermeja podrán abogar por una doble inclusión tanto social como laboral, ya que se considera sus condiciones de vida podrían mejorar a partir del incremento de las oportunidades laborales en la inclusión de este proyecto social.

Tras el análisis del emprendimiento social planteado anteriormente, podemos decir que se busca su innovación en la medida que se ajusta a la oferta del mercado actual, capacitando activamente a todos sus trabajadores en base a sus conocimientos, patrimonio y expresiones culturales dándole así el factor diferenciador al producto ofertado.

Gracias a todo lo anterior, podemos interpretar los factores claves para la ejecución del proyecto, además se consolida mediante la aplicación de las fases de Design Thinking las cuales permiten disminuir los riesgos en el momento de implementar y ejecutar las diferentes acciones del proyecto teniendo una visión más amplia y efectiva de lo que se quiere lograr.

En base a lo expuesto anteriormente podemos deducir que el Marketing permite aprovechar y explorar el potencial de las redes, sitios web y demás medios impulsando positivamente los resultados del negocio y a su vez mejorando la relación de clientes actuales y potenciales.

Con la elaboración de esta fase el proyecto de grado, toma forma proyectando la empresa en cuanto a viabilidad del proyecto, el enfoque, la segmentación del mercado, además de costos de inversión, producción y sostenimiento, lo que permite aterrizar la idea de negocio que se tiene y observar que es viable o no económicamente.

## Bibliografía

*Declaración Americana sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. Antecedentes de derecho internacional y nacional.* (1 de 03 de 2001). Obtenido de Declaración Universal de los Derechos Humanos ONU:

<https://www.cidh.oas.org/indigenas/indigenas.sp.01/articulo.XI.htm>

Ampudia, D. M. (9 de septiembre de 2020). *Familia: enfoque y abordaje en la atención primaria.* Obtenido de

<https://www.revistamedicasinergia.com/index.php/rms/article/download/543/996?inline=1#:~:text=Familia%3A%20antes%20definida%20por%20la,esta%20definici%C3%B3n%20no%20tomaba%20en>

Curto Grau, M. (2012). *Los emprendedores sociales :Innovacion al servicio del cambio .* La caixa.

*Departamento nacional de Planeacion .* (2014). Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/estudios-y-publicaciones/publicaciones/Paginas/2014.aspx>

Domanski, D. -M.-Q. (2016). *Innovación social en Latinoamérica.* Corporación Universitaria Minuto de Dios.

FAO. (11 de 04 de 2022). *Informe de FAO .* Obtenido de [www.fao.gov](http://www.fao.gov)

Gomez, H. S. (2010). *las empresas colombianas frente a los retos de mercados globales.* Obtenido de

<https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Las%20empresas%20colombianas%20frente%20a%20los%20retos%20de%20mercados%20globales.pdf>

*Index mundi.* (31 de 12 de 2019). Obtenido de

[https://www.indexmundi.com/es/colombia/distribucion\\_por\\_edad.html](https://www.indexmundi.com/es/colombia/distribucion_por_edad.html)

*Informe anual de avance ODS 2021*. (2021). Obtenido de

<https://www.ods.gov.co/es/news/informe-anual-de-avance-ods-2021>

joven, C. (2014). *Innovacion social* .

Mejía Martínez, A. M. (2018). *OVI unidad 2 Innovación Social*. Bogota, Colombia.

*mincit.gov.co*. (02 de 05 de 2022). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/estudios->

[economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo](https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo)

*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. (2019). Obtenido de

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/decreto%202260%20DEL%20>

[13%20diciembre%20DE%202019.pdf](https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/decreto%202260%20DEL%2013%20diciembre%20DE%202019.pdf)

*Objetivos de desarrollo sostenible*. (s.f.). Obtenido de

<https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable-development-goals.html>

*UNICEF*. (20 de 11 de 1989). Obtenido de Convención sobre los Derechos del Niño:

<https://www.unicef.org/es/que-hacemos>