

Emprendimiento para Madres Adolescentes Cabeza de Familia a Partir de Material

Reciclable

Estudiantes

Jorge E. Barahona

Pablo A. Morales

Rodrigo Uribe

Erika Peña

Asesor director

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento

Social Sistemas de información para la gestión

2022

Tabla de Contenido

Introducción	9
Objetivos	11
General	11
Específicos	11
Identificación de la Problemática.....	12
Innovación Social.....	13
Innovación.....	13
Innovación de productos	13
Impacto social	13
Segundo Impacto,	14
Impacto Productivo Tercer, Factor	15
Cuarto Impacto.....	15
Metodología del Design Thinking aplicado al Proyecto.....	15
Fase 1 – Empatía Imágenes Evocadoras	16
Resultados frente del proyecto.....	17
Resultados frente del Proyecto 2.....	18
Fase 3 - Ideación – Storyboard o Guion Grafico	18
https://designthinking.es/inicio/index.rhp	20
Resultados frente del Proyecto.....	20
Fase 4 – Prototipado – Infografía.....	21
Resultados frente del Proyecto.....	22
Fase 5 – Testeo – Mapa de Ofertas	22

Resultados frente del Proyecto.....	23
Estrategias de Mercadeo	23
Sensación	23
Diseño	23
Talla	23
Productos Para Ofrecer	25
Ropa	25
Chalecos	25
Servicios para Ofrecer:	27
Campañas de Adopción y Esterilización:	27
Guardería.....	27
Peluquería y baño.....	27
Valor agregado Juguetes Inteligentes para Mascotas:	27
Valor agregado Accesorios para Mascotas:	28
Valor agregado arnés Pecheras y Collares para Mascotas Antiparasitarias:	29
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio Para Ofrecer al Mercado	30
Segmentación:.....	33
Competencia Directa.....	35
Famimascotas pet shop	36
Industrias Argos Ltda.....	37
Laika:	37
Competencia Indirecta	37
Bolsas Biodegradables para perros – Pop Art:	37

Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social	40
Secretaría de salud de la Localidad:.....	40
Secretaria de la Mujer	40
Centros Comerciales:	40
Almacenes de Cadena.....	41
Sena.....	41
Estrategias de Mercadeo	42
Estrategias de Comunicación	42
Crear Comunidad en Redes Sociales:.....	42
Estrategia de Marketing en las Redes Sociales.....	42
Estrategia de Lanzamiento: Plan de marketing en Redes Sociales.....	43
Mensaje para Comunicar	43
Medios por utilizar: Redes sociales y Sitio Web.	43
Estrategia de Confianza	43
Mensaje para Comunicar	43
Medios por Utilizar: Redes Sociales y Sitio Web.....	43
Campañas Publicitarias de Bajo Costo:	44
Estrategias de Posicionamiento.....	44
E-mail Marketing:.....	44
Estrategia de Calidad:	44
Estrategia de Posicionamiento Basado en Estilo de Vida.....	45
Mensaje para Comunicar	45
Medios por Utilizar	45

Estrategia de Posicionamiento Basado en sus Características.....	45
Expansión.....	45
Estrategia de Diferenciación.....	46
Crear un Blog.....	46
Priorización al Cliente:	46
Estrategia Diferenciación Estructura de Precios.....	47
Estrategia Diferenciación Calidad.....	47
Estrategia Diferenciación Atención al Cliente.....	47
Características Diferenciadoras	47
Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales.....	48
LinkedIn:.....	48
Facebook:	49
Twitter.....	50
Página Web:	51
Proyección Operativa y Financiera.....	53
Recursos Operativos:	53
Descripción de la Maquinaria o Instalaciones Necesarias para la Puesta en Marcha del Proyecto	57
Proyecciones de Distribución en Planta.....	58
Instalaciones Estructurales:.....	58
Capacidad de Producción de la Planta:	60
Capacidad Instalada	61
Presentación del Organigrama	61

Descripción de los Cargos	61
Proyecciones de Sueldos incluye Parafiscales	63
Descripción de Equipos de Oficina.....	64
Procesos Preoperativos	64
Localización, Descripción del Ámbito Territorial	66
Proyecciones de Ventas	67
Cálculo de la Demanda	67
Proyecciones de Ventas (unidades)	68
Precio de Venta.....	68
Punto de Equilibrio	69
Costos fijos y Variables en Tablas Adicionales.....	70
Proyecciones Ingresos por Ventas	71
Proyecciones de Ingresos por Ventas 2	72
Capital de Trabajo.....	72
Flujo de caja Mensual	74
Capital Social	75
Conclusiones	76
Fuente Referencial	77

Lista de las Tablas

Tabla 1 <i>Venta de Ropa y Accesorios</i>	30
Tabla 2 <i>Segmentacion del Mercado</i>	35
Tabla 3 <i>Marketing</i>	48
Tabla 4 <i>Capacidad Instalada</i>	53
Tabla 5 <i>Disponibilidad de Insumos</i>	54
Tabla 6 <i>Insumos</i>	55
Tabla 7 <i>Ficha Tècnica</i>	56
Tabla 8 <i>Maquinas</i>	57
Tabla 9 <i>Capacidad Instalada</i>	60
Tabla 10 <i>Cargos</i>	62
Tabla 11 <i>Proyección de Sueldo</i>	63
Tabla. 12 <i>Inversiones</i>	64
Tabla 13 <i>Geolocalización</i>	66
Tabla 14 <i>Población Objeto</i>	67
Tabla 15 <i>Proyección de Ventas</i>	68
Tabla 16 <i>Punto de Equilibrio</i>	69
Tabla 17 <i>Costos Variables</i>	70
Tabla 18 <i>Proyecciones</i>	71
Tabla 19 <i>Ingresos por Venta</i>	72
Tabla 20 <i>Financiación</i>	73
Tabla 21 <i>Flujo de Caja</i>	74
Tabla 22 <i>Socios</i>	75

Lista de las Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Cama Para Mascotas con Saco Reutilizado</i>	14
Ilustración 2 <i>Mapa Mental</i>	16
Ilustración 3 <i>Accesorios a Partir de Material Reciclado</i>	17
Ilustración 4 <i>Storyboard Template</i>	18
Ilustración 5 <i>Storyboard Template 2</i>	19
Ilustración 6 <i>Storyboard Template 3</i>	19
Ilustración7 <i>Escenarios</i>	20
Ilustración 8 <i>Infografía</i>	21
Ilustración 9 <i>Mapa de Ofertas</i>	22
Ilustración 10 <i>Tipo de Juguetes</i>	28
Ilustración 11 <i>Sillas de Rueda con Material Reciclado</i>	29
Ilustración 12 <i>Pecheras</i>	29
Ilustración 13 <i>Imagen</i>	31
Ilustración 14 <i>Brandstrat</i>	32
Ilustración 15 <i>Linkelin</i>	49
Ilustración 16 <i>Facebook</i>	50
Ilustración17 <i>Twitter</i>	51
Ilustración 18 <i>Wix</i>	52
Ilustración 19 <i>Piso 1</i>	59
Ilustración 20 <i>Piso 2</i>	60
Ilustración 21 <i>Organigrama</i>	61

Introducción

En esta fase se encuentra la sustentación del emprendimiento social de madres adolescentes con un proyecto de bajo costo denominado Barahona, elaborados a partir de material reciclado y prendas usadas, una iniciativa de cuatro estudiantes que pretende generar negocio donde no solo se busca obtener ingresos económicos sino que además generar conciencia en la preservación del medio ambiente utilizando como materia prima el cartón, plástico, papel y retazos de tela usada, estos elementos reciclados que después de pasar por un tratamiento de desinfección pueden ser utilizados de muchas maneras y formas.

En el primer capítulo se describe el planteamiento del problema o la oportunidad sobre la cual nace Barahona como una oportunidad de negocio Mipyme pensando en la necesidad de emplear mujeres adolescentes en el rol de cabeza de hogar de bajos recursos, la creación de prendas de vestir como de accesorios para mascotas, son su producto estrella con material proveniente del reciclado de la basura reduciendo la contaminación ambiental del planeta.

En el segundo capítulo da a conocer porque es un proyecto de innovación social y como espera aportar al cuidado de nuestro país como del planeta, un proyecto que no es sencillo pero que con estrategias y pericia lograra aumentar la competitividad como reducir la tasa de pobreza de estas madres adolescentes.

El tercer capítulo fija cómo de manera creativa busca aportar al desarrollo económico, social y cultural de la localidad de Usme, con el ensamblaje de partes de distinto material, colores versátiles y diseños especiales que no solo causen impacto, sino que además puedan ser reutilizados. Con la aplicaron de las herramientas del Design Thinking obtendrá una propuesta de valor atractiva más creativa y seguramente de ganancias para BARAHONA.

El cuarto capítulo identifica estrategias de marketing orientadas a la competitividad del proyecto, dado que en este segmento de mercado se evidencia cada necesidad diferente, identificando un mercado objetivo y las posibles estrategias de marketing requeridas para llegar de manera directa al cliente.

El quinto capítulo, determina si el proyecto es viable o no, se realiza toda la proyección operativa y financiera, de esta manera se logra identificar necesidades puntuales, rastreo en la proyección de gastos, permitiendo a los socios corregir y tomar decisiones.

Objetivos

General

Establecer una oferta sostenible y sustentable que mitigue la problemática laboral en mujeres de bajos recursos estructurando estrategias de marketing orientadas a hacer competitivo el proyecto de emprendimiento social ambiental.

Específicos

Sustentar proyectos de emprendimiento social sostenible y sustentable como satisfacción de necesidades o problemáticas.

Justificar propuestas que se traduzcan en proyectos de emprendimiento social aplicando metodologías de evaluación.

Crear una propuesta de emprendimiento como Barahona innovadora sostenible y sustentable que contribuya con soluciones ante problemáticas sociales.

Analizar si el proyecto de emprendimiento es pertinente frente a las necesidades y carencias sociales en el cuidado del medio ambiente.

Identificación de la Problemática

En la zona alta de Usme existen hogares en las cuales las madres no han logrado una vinculación con alguna empresa por diversos temas del sector del mercado, (por edad, experiencia o falta de estudio), además las madres que logran vincularse les toca hacer un esfuerzo grande debido al tema del transporte, existen trayectos hasta de tres (3) horas para poder llegar a sus casas en horas pico de la ciudad, a lo que llegan tienen que atender las labores del hogar (revisar tareas de sus hijos, preparar la comida y alistar el almuerzo del siguiente), limitándolas a solo trabajar y no poder capacitarse o estudiar por cuestión de tiempo, incluso las madres han tenido que renunciar a sus trabajos.

Con el desarrollo de este proyecto productivo la creación de una cooperativa, asociada con una Mipyme dentro del sector la cual se desarrollará la confección de ropa como valor agregado y aprovechando un segmento del mercado el aumento en los hogares de mascotas desarrollaremos una línea donde ofreceremos una serie de conjuntos tanto para dueños como para sus mascotas, expandiendo el emprendimiento personal con madres adolescentes cabeza de familia.

Innovación Social

Innovación

Dentro de estas innovaciones tenemos la forma en la cual la Mipyme contratara y maneja talento humano a través de canales de distribución con la población beneficiada la cual está enfocada en emplear a madres adolescentes cabeza de familia de bajos recursos, mediante la acopio y distribución de madres en puntos estratégicos de la ciudad de Bogotá a donde llegaran saldos de ropa usada donada por gente haciendo convocatorias de acopio de retazos de la ropa unisex (blusas, pantalones, sacos, medias, chaquetas) que llegaran mediante convocatorias vía Whatsapp, Facebook y/o Telegram, con opciones de pasar a recoger estos saldos sin ningún costo.

Se pretenderá posicionar en el mercado ropa y accesorios para mascotas confeccionada a partir de prendas usadas y de material de recicle como (cartón, papel, plástico, llantas y elásticos)

Contará con un gran equipo de trabajo de colaboradores con lo cual espera seguir expandiendo la idea del emprendimiento social a nivel nacional.

Innovación de productos

La Mipyme trabajara en el segmento de ropa usada desechada, así mismo con material reciclado para crear como accesorios para mascotas aprovechando este segmento del mercado en aumento en los hogares de los colombianos desarrollando una línea donde ofreceremos una serie de combos tantos para sus dueños como para sus mascotas.

Impacto social

El impacto social que deseamos obtener con este proyecto productivo es la eliminación de barreras socioeconómicas en las madres adolescentes presentadas por la sociedad y hacerle un

frente al círculo de la pobreza el cual inicia de nuevo con una madre adolescente en estado de embarazo.

Dado que nuestras instalaciones estarán ubicadas en Usme y nuestro aporte social será beneficiar con esta industria a las madres cabeza de hogar de la localidad, nuestra empresa tendrá como objeto de impacto social la contratación de personal únicamente de estas localidades momentáneamente que se encuentren en condiciones de vulnerabilidad económica. En especial, madres cabeza de hogar joven que por su poca experiencia y oportunidades no han logrado vincularse laboralmente.

Primer Impacto, dar oportunidad de empleo a grupo de mujeres que no cuentan con un trabajo formal estable por falta de estudio o de oportunidades aportado un granito de arena al cuidando el medio ambiente gracias a los productos 100% hechos con productos reciclados o de segunda.

Ilustración 1

Saco para Mascotas con Saco Reciclado



(Sánchez, 2012)

Segundo Impacto,

Estamos contribuyendo a darles asesoría, utensilios para las mascotas que se han convertido en parte de las familias y según las estadísticas encontramos que por cada hogar

colombiano tenemos 3'692.365 millones de hogares que tienen animales de compañía, de los cuales el 60,3% tienen perro, 22,3% gato y 17,4% tienen ambos (Panel, 2020)

Impacto Productivo Tercer, Factor

Se realizarán campañas donde se recojan o se reciban donaciones de ropa ya usada o la pagamos a un precio muy cómodos.

Cuarto Impacto

Podemos ser una opción laboral para estas madres siendo su fuente de empleo tanto en la parte operativa como comercial con horarios flexibles, que se acomode a las necesidades del hogar.

Con esto queremos sensibilizar a muchas personas porque queremos involucrar a las madres adolescentes que de acuerdo a los datos de Bogotá de los 2.0 millones de nacimientos registrados en 2019, el 16.6% (348,046) fueron de madres de menores de 20 años: 339,539 en adolescentes y 8,507 nacimientos en niñas menores de 15 años. En el 81.8% de los casos de madres menores de 20 años, se trataba de su primer hijo/a. (genero, 2021)

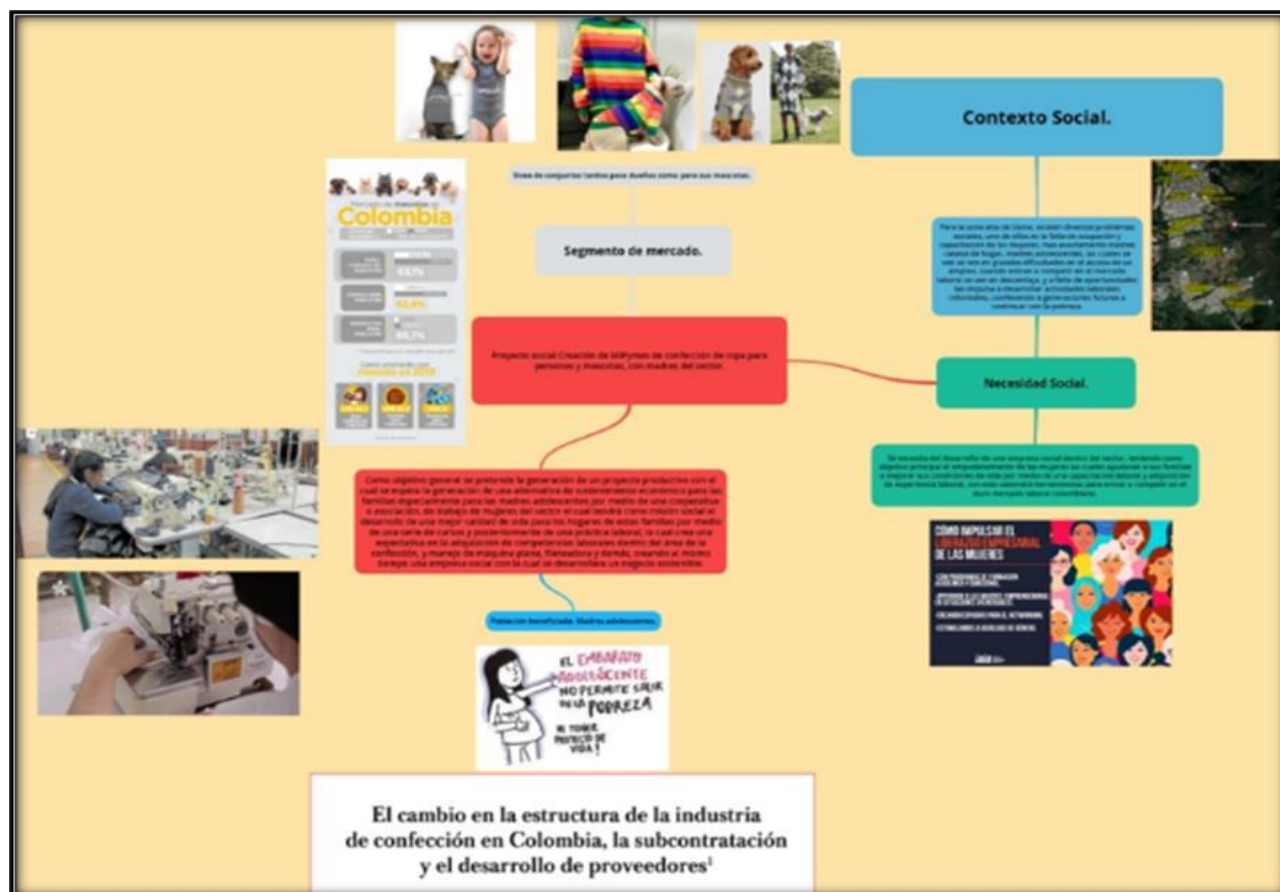
Metodología del Design Thinking aplicado al Proyecto

Haciendo uso de la herramienta de Design Thinking nos ayuda a visualizar y a proyectarla generación de productos, analizar un poco cual de que se trata ese prototipo y hacer un ejercicio de ideación por ende vamos a escoger la herramienta mapa mental: Mapa mental

a través del mapa mental en la etapa de ideación lo que busco es proyectarnos e identificar variables claves del producto, entonces encontramos estas claves de él utilizado para el proyecto se apoyó en las herramientas a continuación descritas en cada fase del proceso creativo social:

Ilustración 2

Mapa Mental



Fuente propia

Fase 1 – Empatía Imágenes Evocadoras –:

Antes de reunirse con el usuario haremos una selección de imágenes que estén relacionadas con nuestro reto y las imprimiremos de forma individual, a color y en un tamaño nomuy grande (10x15cm aproximadamente).

Ilustración 3

Accesorios a Partir de Material Reciclado



(Imagen, s.f.)

Resultados frente del proyecto

En el mundo entero se tiene que dar un cambio total al hacer posible que todo material contaminante pueda volver a ser reutilizado en pro de cambios y oportunidad de emprendimiento del mundo moderno sostenible partiendo de quienes serán los modelos a seguir como sobrevivientes con sus hijos por ser madres solteras, con pequeños cambios en los hábitos de las personas podemos conseguir grandes avances. El sólo hecho de no imprimir en papel nos obliga a utilizar el papel de reciclaje y darle de nuevo uso a un pedazo de papel.

Es la mejor manera de potenciar la productividad de mujeres en etapa de la adolescencia y la producción de artículos para nuestras mascotas a partir de esta materia prima que en muchos de los casos se puede conseguir gratuita, reduciendo los costos.

Resultados frente del Proyecto 2

Frente al proyecto de emprendimiento social logramos ver oportunidades las cuales se le puede explotar encontramos de forma sencilla el equilibrio entre lo analítico del producto para mascotas y lo emocional en estas mujeres adolescentes empoderadas de salir adelante con sus hijos, ayudando a conocer los potenciales clientes y sus requerimientos.

Fase 3 - Ideación – Storyboard o Guion Grafico

Consiste en definir las distintas actividades que debe desarrollar un usuario en el uso de la solución y plasmarlas de forma gráfica mediante viñetas que ayudarán a entender y a evaluar la experiencia.

Ilustración 4

Storyboard Template

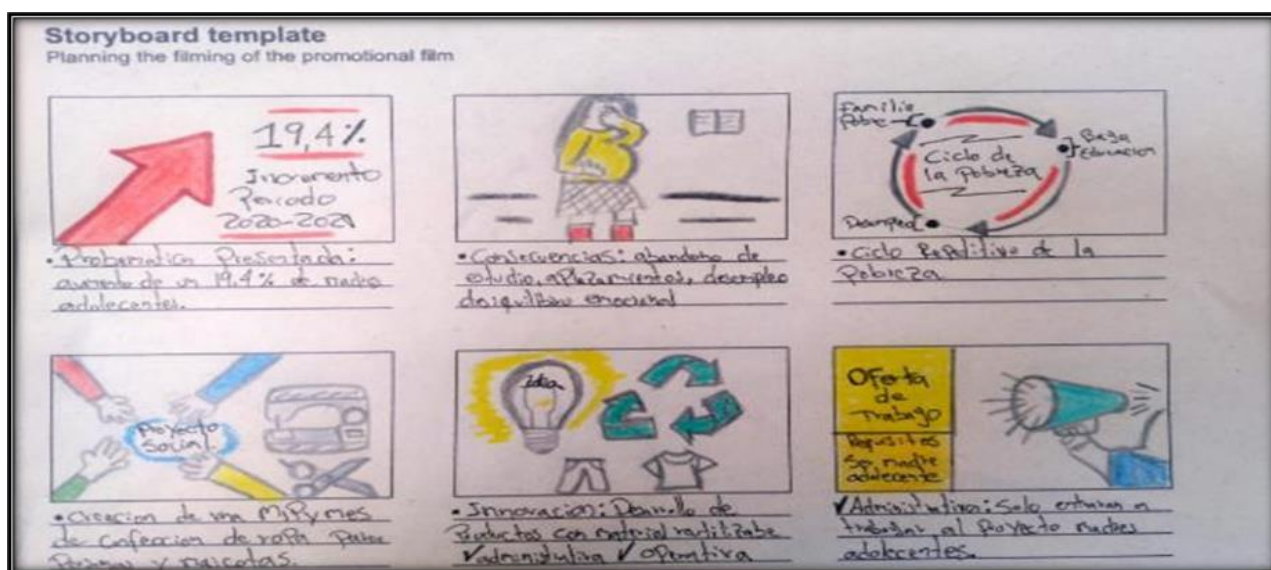


Ilustración 5

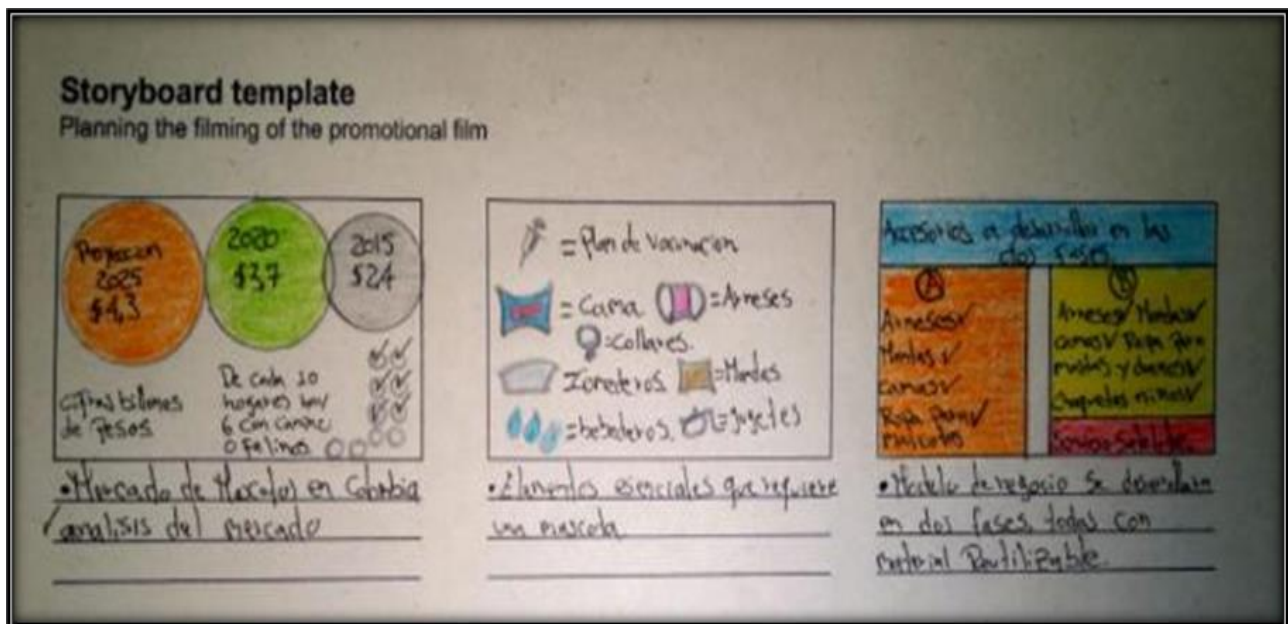
Storyboard Template 2



<https://designthinking.es/inicio/index.rhp>

Ilustración 6

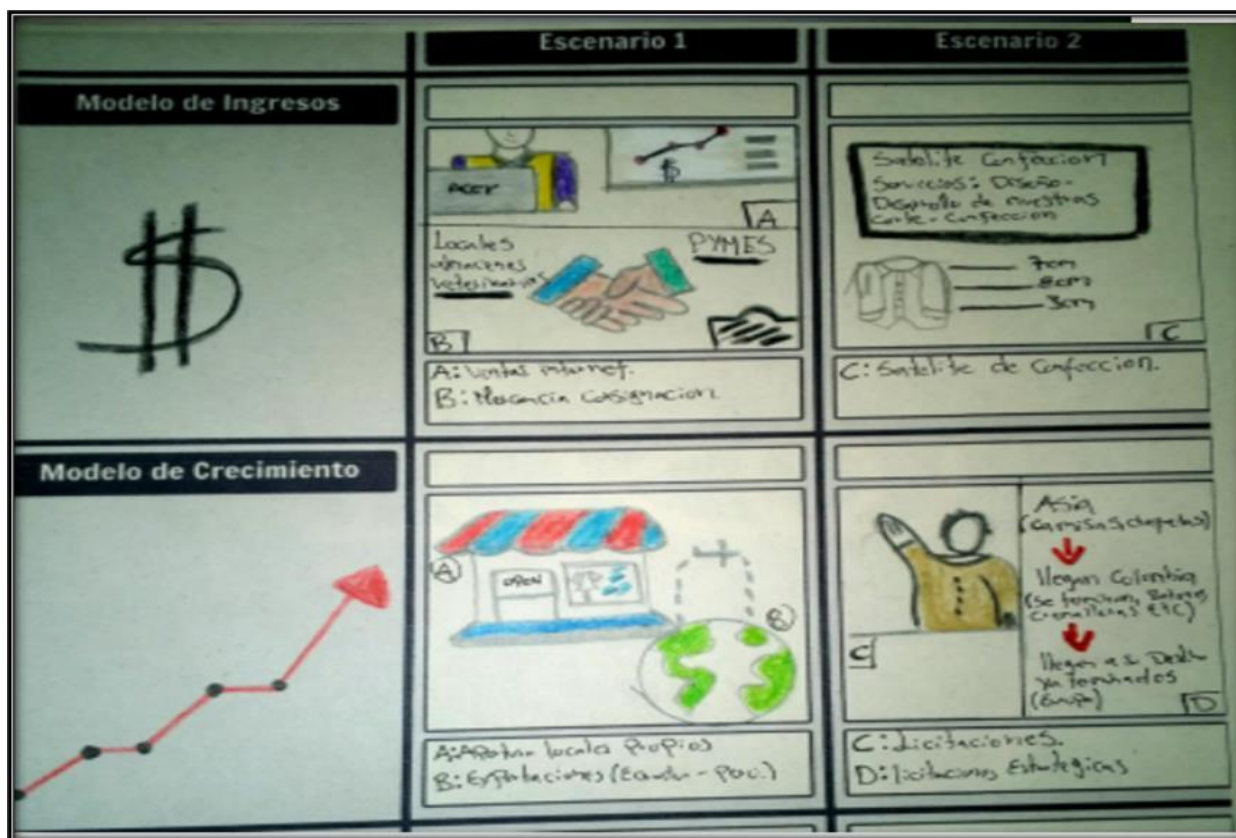
Storyboard Template 3



<https://designthinking.es/inicio/index.rhp>

Ilustración7

Escenarios



<https://designthinking.es/inicio/index.rhp>

Resultados frente del Proyecto

El emprendimiento social donde como complemento adicional podemos biarticular el desarrollo de productos para las mascotas a base de material reutilizable, con un servicio satélitelocal y estratégico a futuro donde podríamos ocupar más madres adolescentes un ejemplo de satélite estratégico es cuando se envía de china para Europa pantalones sin sus terminados, podríamos gestionar a fututo que esos pantalones entren a Colombia se le hagan las terminaciones pertinentes y luego continúen a Europa, cuando lleguen a su destino llegan listo a los almacenes para la venta, el tema de la exportación se podría empezar a gestionar con ecuador

ya que su moneda esta dolarizada y existen acuerdos bilaterales entre ambos países, Venezuela a futuro será una gran oportunidad de proveedor .

Fase 4 – Prototipado – Infografía

Es una representación visual o diagrama de textos escritos que en cierta manera resume o explica; en ella intervienen diversos tipos de gráficos y signos no lingüísticos y lingüísticos (pictogramas, ideogramas y logogramas) formando descripciones, secuencias narrativas o argumentativas e interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos.

Ilustración 8

Infografía



(Propia A2022)

Resultados frente del Proyecto

El redactar nuestro plan de negocios mediante la infografía ilustra con investigación, la presentación y modelo de este negocio de forma llamativa y creativa con las madres adolescentes y la creación de distintas gamas en ropa y accesorios como plan de negocios pudiendo exportar ante lo futuros accionistas sobre la pyme en formación.

Fase 5 – Testeo – Mapa de Ofertas

Consiste en plasmar de forma visual las diferentes funcionalidades que un producto o servicio ofrece a un usuario final. Esto ayuda a sostener el diálogo sobre posibles mejoras de una solución, o su explicación final.

Ilustración 9

Mapa de Ofertas



(Propia A 2022)

Resultados frente del Proyecto

Nos posiciona mejor los productos ante un mercado competitivo del “Usado vs. Nuevo”, para lograr sobresalir ante posibles competencias directas o indirectas con alternativas que los clientes tenga o hayan tenido respecto al producto o servicio que podamos brindar con la calidad y cualidad de los productos ante la industria del reciclaje.

Estrategias de Mercadeo

El desarrollo de este emprendimiento social crearemos un modelo de negocio el cual está orientado a la integración de los factores sociales, ecológicos, productivos e innovadores, con un objetivo empresarial de ser competitivos y trascender en el tiempo. Los atributos que tenemos con la confección de ropa para mascotas y venta de accesorios son:

Sensación: Se tiene sensación de suavidad tanto para la mascota como para su dueño, el cliente busca prendas que no sean rígidas, que sean cómodas para los dos.

Diseño: Se cuentan con diseños personalizados y un catálogo al gusto del cliente puede vestir a su mascota de una manera colorida o con logos, o de una manera más natural dependiendo de su gusto.

Talla: Se manejan todas las tallas acordes a la necesidad de nuestros clientes.

Beneficios: Las prendas confeccionadas ayudan a proteger el pelaje de las mascotas dependiendo su uso, material y temperatura en donde se encuentren ubicados las mascotas. En el invierno los protege contra el frío y en verano contra los rayos uva del sol.

En el caso de los gimnasios y juegos les sirven mucho para evitar el estrés, un estudio demuestra que los perros suelen necesitar de actividad física activa o de lo contrario pueden sufrir de estrés por el encierro y tornarse agresivos, y en el caso de los juguetes les ayuda a

desarrollarse de manera correcta, estimulan diferentes sentidos y también les ayuda a disminuir el estrés.

Productos Para Ofrecer

Nuestros productos contarán con valores agregados que les permitan a los consumidores elegir nuestra marca. Se pondrán en el mercado diseños innovadores y de excelente calidad, fabricados con materias primas recicladas durables. Queremos ser reconocidos por el servicio, el cumplimiento en las entregas, brindando asesorías y apoyo a nuestros clientes. Nuestro talento debe ser capacitado adecuadamente sobre nuestra misión y visión. Así mismo debe ser amable y comprometido con la compañía, de forma que se genere confianza por parte de nuestros clientes.

Ropa: Confeccionada en tallas genéricas o sobre medidas y en materiales reutilizables de excelente calidad.

Sacos: Hechos en su capa exterior en tela impermeable resistente al agua, grasas y otros. En su capa interior son abrigados. Ideales para climas fríos o templados.

Chalecos: Chalecos abrigadores para perros y gatos de todos los tamaños. Confeccionados en materiales reutilizados de excelente calidad que cubren solo el lomo de la mascota. En telas abrigadas para climas fríos y en telas frescas para climas cálidos.

Impermeables: Impermeables y protectores para la lluvia para mascotas, perros y gatos de todos los tamaños.

Calzones: Calzones para el celo, hechos en material transpirable y ajustable. Tallas acordes a la medida de la cintura de la mascota.

Camisetas: Camisetas frescas y cómodas. Esqueletos frescos y cómodos, camisetas tipo polo y tipo T-shirt para perros y gatos de todos los tamaños y colores. Con estampados coloridos y de diferentes temáticas.

Disfraces: Disfraces y Halloween para perros y gatos de todos los tamaños con variedad de temáticas. Vienen con accesorios adaptados a la mascota.

Zapatos: Para proteger de la lluvia, el barro y las piedras. Protegen a la mascota del agua y los terrenos extremos. Cuentan con cremallera para facilitar su uso. Hechos en materiales impermeables fáciles de lavar.

Collares: Collares cómodos y seguros para gatos y perros de todos los tamaños, colores y diseños. Con distintos colores y diseños. Mantienen la concentración de la fuerza y asegura su resistencia.

Mantas: Mantas y cobijas para abrigar y secar mascotas, perros y gatos de todos los tamaños. Realizados en materiales absorbentes ideales para soportar el agua y el barro.

Pañoletas: Pañoletas, pañuelos y accesorios frescos y cómodos para mascotas, perros y gatos de todos los tamaños. Elaborados en telas hipoalergénicas, con broches para asegurar.

Pecheras: Pecheras con arneses cómodos y seguros para mascotas, perros y gatos de todos los tamaños. Elaborados con herrajes de alta calidad, telas resistentes y cómodas. No incomoda en el cuello de la mascota. Incluye argolla para la placa de identificación.

Arneses: Arnesees cómodos y seguros para perros y gatos de todos los tamaños y colores. Sencillo de colocar, con bandas reflectivas para brindar seguridad a la mascota.

Juguetes: Juguetes, pelotas, peluches y diversión para mascotas. Pelotas, rascadores, mordeduras, muñecos y mucho más. Hechos en materiales seguros y resistentes. En varios tamaños y colores

Servicios para Ofrecer:

Campañas de Adopción y Esterilización:

se realizarán campañas de adopción y esterilización de la mano de la secretaria de salud de la localidad. Será un servicio extra gratis que se implementará como campaña social y que atraerá más clientes al negocio.

Guardería: se prestará el servicio de guardería temporal de mascotas para aquellas personas que necesiten dejar sus animales al cuidado de otros.

Servicio de paseo: prestaremos servicio de paseo a mascotas para aquellos que no cuentan con tiempo para sacar de paseo a sus mascotas.

Peluquería y baño: los servicios de peluquería y baño estarán disponible con agenda previa de forma que sea un plus para vender los accesorios que fabricamos.

Valor agregado Juguetes Inteligentes para Mascotas:

Dentro de la línea ecológica desarrollaremos juguetes para las mascotas. Estos accesorios juegan un papel importante para el desarrollo de nuestras mascotas, ayudan a distraerse a desestresarse cuando existen espacios muy reducidos, ayudan a mantener sus dientes y encías saludables ya que están diseñados en pro de cepillo de dientes, alivian el dolor de encías por la aparición de nuevos dientes estas características aportan a un buen desarrollo para su salud física y mental. Sin embargo, podemos ir un poco más allá ayudando a mejorar habilidades como su capacidad mental ya que desarrollaremos y comercializaremos los llamados juguetes inteligentes los cuales están diseñados para hacer pensar, resolver problemas y ayudar a desarrollar su motricidad.

Ilustración 10

Tipo de Juguetes



Fuente: <https://www.google.com/search?q=juguete+y+mascotas&tbm>

Valor agregado Accesorios para Mascotas:

Dentro del desarrollo de nuestros accesorios elaboraremos una línea especial para aquellas mascotas que ya por temas de envejecimiento, accidentes o cirugías necesitan de ayuda para recuperar su movilidad.

Ilustración 11

Silla de Rueda con Material Reciclado



Fuente: <https://www.google.com/search?q=accesorios+mascotas&tbn>

Valor agregado arnés Pecheras y Collares para Mascotas Antiparasitarias:

El arnés pechero y los collares elaborado por nosotros además de ofrecer comodidad a nuestra mascota durante sus salidas a sitios exteriores, le hemos incorporado un protector antiparásito (pulgas, garrapatas) impregnado dentro de la pechera lo cual nos brindara protección cuando nuestra mascota tenga contacto con los perros de la calle.

Ilustración 12

Pechera



<https://www.google.com/search?q=arneses+para+mascotas&tbn>

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio Para Ofrecer al Mercado

Tabla 1

Venta de Ropa y Accesorios

	Atributos	Beneficios
	<p>Material</p> <p>100% elaborado a partir de retazos de tela y reciclado.</p>	100% amigable con el medio ambiente
	<p>Colores</p> <p>netamente originales</p>	Reducción contaminante % material reciclable
	<p>Marca</p> <p>Barahona hecho en Colombia</p>	Ciudad mas limpia y amigable con el medio ambiente
Ventas de Ropa y Accesorios para mascotas	<p>Elaborado</p> <p>por mano de obra colombiana (madres adolescentes) a partir de material reciclable</p>	Oportunidad de empleo y mejoramiento calidad de vida
	<p>Precio</p> <p>productos económicos entre \$2500 y \$230000 varía de acuerdo con el tallaje de la mascota</p>	Generacional de conciencia poblacional sobre la importancia del reciclaje
	<p>Tamaño</p> <p>productos confeccionados con estándares promedios petite toby o ninitobby</p>	Aprovechamiento de material biodegradable para la creación de nuevos productos
	<p>Material</p> <p>100% material reciclado amigable con el medio ambiente</p>	Prolongación de la vida útil de productos desechados

Fuente Propia

Nombre de la Empresa: Barahona productos para mascotas

Marca: Barahona

Slogan: Consintiendo tu mascota de forma sostenible

Ilustración 13

Imagen



Fuente Propia

Bogotá se hace partícipe con el 25%, ubicándola en el primer lugar del mercado para mascotas. Grupo objetivo del proyecto:

Basados en el estudio de mercado realizado, los productos y servicios ofrecidos están dirigidos a personas y familias colombianas que posean perros y gatos o aquellos que desean realizar obsequios a sus amigos amantes de las mascotas. También se tiene como mercado objetivo veterinarias que quieran vender y promocionar nuestros productos, ya que también se familiarizan con los productos que cuidan el medio ambiente y con los diseños personalizados que ofrece la empresa. Ellos cuentan con una gran capacidad de compra dado que se realizaría compras al por mayor y esto generaría más ingresos a la empresa. Esto nos permitiría crear alianzas que deseen vender y promocionar la ropa y accesorios para mascotas.

Llegaremos a los hogares donde las personas tengan mascotas. En nuestro estudio de mercado hemos evidenciado un aumento en los últimos cinco años donde cada vez más hogares

comparten sus vidas con una mascota y hacerlas participes de su núcleo familiar conformando lo que se conoce como familia multi especie, el perfil de nuestro consumidor son personas pertenecientes a un nivel socio económico medio, del estrato 2 al 4.

Tomamos como referencia el informe presentado por Bancolombia donde

Ilustración 14

Brandstrat



(La República, 2022)

Brandstrat realizó una encuesta a 1.000 personas de forma online aplicadas en las 8 principales ciudades de Colombia, a una población mayor de 18 años que están entre los estratos dos y seis, con una respuesta afirmativa de 246 de poseer una mascota en Bogotá.

En cuanto a los datos por género, son más las mujeres que tienen mascotas ya que el total de encuestados que respondieron afirmativamente 502 personas fueron mujeres y 498 hombres, también concluyeron que la tendencia de mascotas es inversamente proporcional al estrato de los hogares, a medida que el estrato aumenta la tendencia de mascotas disminuye, por eso entre los estratos 2 a cuatro encontraron 62% y 65% de afirmación positiva de contar con una mascota en su hogar en los estratos cinco y seis ese indicador disminuye a 47%.

La tenencia de una mascota en hogares donde hay hijos, los hogares encuestados que reportaron tener hijos 557 (67%) confirmaron que tenían una mascota y el 33% negativamente a la consulta, otro resultado para tener en cuenta las viviendas cerradas como conjuntos de apartamentos o casas incide en la tenencia de perros, el 82% de las viviendas cerradas tienen perros, mientras que en viviendas abiertas la cifra es del 72%.

Teniendo en cuenta la anterior información podemos definir que nuestro grupo objetivo son los hogares de estrato 2 al 4, donde resaltamos las características más importantes como genero al cual le interesa más las mascotas, la tenencia acorde a su estrato, la aceptación favorable en hogares donde hay hijos y tipo de vivienda donde se ve más positivamente la aceptación de mascotas.

Los productos Barahona están diseñados para cualquier tipo de mascota. Clientes que gusten del concepto de la elaboración de productos 100% amigables con el medio ambiente y quieran consentir a sus mascotas de manera diferente a la tradicional de los productos importados.

Segmentación:

Los productos y servicios están dirigidos a mascotas perros y gatos de todos los tamaños. Los productos serán ofrecidos a nivel nacional con un punto de venta y fabricación en la localidad de suba. Nuestro objetivo es poder captar clientes a nivel nacional por medio de nuestra página web y nuestras redes sociales de forma que todos puedan comprar en línea y obtener sus productos o servicios directamente a sus hogares sin tener que desplazarse. Sin embargo, también tendremos nuestro punto de venta en nuestra fábrica el cual servirá como vitrina física de los productos y servicios que vendemos.

Como emprendimiento social ya evidenciamos un mercado el cual está en crecimiento y expansión, aplicamos una segmentación geográfica y comprobamos que tenemos la plaza de mercado a nivel nacional más grande Bogotá.

Al tener una plaza tan dinámica como lo es Bogotá debemos identificar aspectos claves de nuestros clientes, como estatus socioeconómico, sexo, tipo de vivienda y demás aspectos claves.

Realizamos una segmentación de mercado de tipo demográfica con las investigaciones consultadas y con el perfil de nuestro cliente final, el cual es de un tipo de nivel socioeconómico medio estrato dos, tres y cuatro los cuales han entrado en la tendencia de humanizar a sus mascotas. Los analistas de “Brandstrat” llegaron a la conclusión que estos estratos socio-económicos son los que más tienen mascotas.

Nuestros productos van enfocados a clientes que se preocupan por reducir el factor contaminante global, implementando la cultura de la recolección y separación adecuada de las basuras tanto industrial como en los hogares. Son personas a las cuales quieren consentir a sus mascotas con diferentes alternativas en prendas como de accesorios para el libre esparcimiento de sus amigos caninos y gatunos a través de productos elaborados con material 100% reciclado y procesado a bajo costo. Promoviendo el empleo para este rango de mujeres adolescentes de bajos recursos y sus familias.

Tabla 2*Segmento de Mercado*

Psicográfico	Demográfico	Geográfico
Tiendas de mascotas o animales: ventas de juguetes gimnasios y accesorios	Tamaño de tiendas tipo Pyme, micro tiendas, markets, almacenes de cadena.	Inicialmente será vendido a la redonda de las viviendas
Características de las tiendas: variedad productos	Dirigido a perros y gatos de cualquier estrato social	Ubicación de la confección de los productos y ventas en la localidad de Usme.
Marcas productos con reconocimiento publicitario y reconocidas	Reconocimiento de los establecimientos por la voz a voz	Ubicación Bogotá Usme
Clase social: dirigido a clientes que apoyen la cultura del reciclaje	Los valores de los precios de los productos a bajo costo	

Fuente Propia

Competencia Directa

Nuestra competencia son los fabricantes locales de esta clase de productos los cuales se encuentran ya posicionados en el mercado y que representan un factor clave en la distribución del mercado objetivo al que queremos llegar. Estas marcas y empresas se encuentran en el mercado desde hace varios años y representan el factor más fuerte de competencia para nuestro negocio. De allí la clave del factor diferencial en cuanto al manejo sostenible de nuestros productos y nuestras mascotas. Así mismo, nos hacemos fuertes en la confección sobre medidas que casi ninguna competencia cuenta con ese servicio. El valor agregado referente a los servicios postventa como los paseos, baño, peluquería, campañas veterinarias, etc., hacen de nuestra empresa una compañía innovadora y diferencial frente a la competencia con alto potencial de crecimiento en el mercado por variedad y servicio.

Son pocos los competidores que cuentan con similares características a las de “Barahona productos para mascotas amigables con el medio ambiente”, venden algunos

productos con material reciclado pero sus vendedoras no son madres adolescentes y el costo es su factor determinante al momento del pago.

Famimascotas pet shop:

Es un principal competidor en Bogotá lleva en el mercado cerca de 10 años fue fundada en el 2011 por una familia colombiana, actualmente vende ropa para mascotas y accesorios, ofrecen productos que, a diferencia de nosotros, nuestros productos son amigables con el medio ambiente biodegradables y contamos con más variedad de accesorios.

Animal Factor:

Es otro competidor que ofrece productos importados como vestuarios, alimentos, medicamentos, accesorios etc. cuentan con más de 20 años en el mercado, pero su principal objetivo no es la confección de ropa para mascotas ofrece uno que otro artículo de vestuario, pero no tienen variedad. No ofrece productos confeccionados sobre medidas.

Am Mascotas:

Es otro competidor que lleva en el mercado cerca de 28 años fundada en el año 1994. Tiene un catálogo variado de vestuario, accesorios, productos y alimentos, pero no se enfoca en la confección de ropa. Tiene uno que otro modelo y a pesar de que lleve muchos años en el mercado no tiene buenas referencias en cuanto a cumplimiento de entregas, se cataloga como mal servicio al cliente.

Dog Toys:

21 años de experiencia produciendo y exportando diseño y creación con calidad. Especialistas en artículos y accesorios para las mascotas en especial para perros y gatos,

con una amplia variedad de accesorios, para el cuidado de las mascotas, cadenas, huesos accesorios y otros productos. No confeccionan sobre medidas y no cuentan con servicios adicionales.

Industrias Argos Ltda.:

Es una empresa de origen colombiano, inicio operaciones desde 1984, dedicada a la producción, distribución y comercialización de implementos para mascotas. No confeccionan sobre medidas y no cuentan con servicios adicionales.

Wawaw®:

Es una marca 100% colombiana de ropa para mascotas fabulosas y amos con estilo.

Todos los productos son hechos en Bogotá por mujeres cabeza de familia. No son tan fuertes en su estrategia en redes sociales.

Laika:

Es la tienda online más completa para mascotas creada por pet lovers para pet lovers. Es la tienda en línea de mascotas con mayor variedad de productos y servicios a domicilio en Colombia.

Tiene como objetivo que los compradores, encuentren todo lo relacionado para sus mascotas en un mismo lugar, ofrecen servicios veterinarios, baños a domicilio para las mascotas, y promociones en sus diversos accesorios, cuenta con presencia en Instagram, Facebook, YouTube, adicional cuentan con un blog, prestan un servicio de compra en línea, pago contra entrega y entregas en el mismo día sujeto a requisitos y horarios.

Competencia Indirecta

Bolsas Biodegradables para perros – Pop Art:

Su slogan es "¡Ofrecemos las mejores bolsas para cuidar del planeta de la mano de tu perro, biodegradables! También tenemos accesorios para tu mascota que son

responsables con el ambiente." Es una empresa 100% colombiana, distribuye productos elaborados con materiales reciclados, tienen ventas a nivel nacional e internacional se destacan en sus ventas al por mayor generando más ingresos y por pensar siempre en el medio ambiente. Cuentan con un blog, donde relatan sus experiencias, cuentan con redes sociales como lo son Instagram, YouTube y su página web www.poopart.co donde realizan sus ventas. Ofrecen grandes promociones al comprar sus productos por cajas al por mayor, se han mantenido en el mercado cerca de 5 años, teniendo una calificación de 3.5 estrellas y tienen una gran alianza con almacenes éxito donde ellos distribuyen una parte de sus productos, generando grandes ingresos. Su foco son accesorios y bolsas. No se especializan en vestuario para mascotas.

Doggy Catt:

Una empresa que fabrica snack natural para mascotas, cada uno de nuestros productos está pensado en mejorar la salud y bienestar de nuestras mascotas. Su foco son comidas para mascotas. No se especializan en vestuario y no cuentan con valores agregados como el trabajo con las comunidades y el manejo de productos amigables con el medio ambiente.

Mascotas bichos/ Tienda - Veterinaria – Peluquería:

Es una empresa que se dedica a la venta de alimentos, snacks de las diferentes marcas catalogadas de alta calidad, adicional ofrece venta de accesorios, servicios como el de higiene, belleza y medicamentos, maneja el formato de tiendas físicas, pero ha hecho grandes inversiones en su sitio web al observar la gran demanda de estos últimos años. Cuenta con presencia en Facebook, Instagram y tiene un blog. Cuentan una tienda online donde ofrecen envíos diferentes servicios como entrega exprés, envió a domicilio, envíos gratis, envió programados, y retiro en tienda, ofrece distintos medios de pago, pero no cuenta con pago contra entrega, Cuenta con

tiendas físicas en Bogotá y barranquilla, para Bogotá tiene un total de 17 distribuidas de manera estratégica. Es una empresa de origen argentino, llegó a Colombia para el año 2016 apertura con la primera tienda en el santa bárbara y desde ese año empezaron con la apertura de 2 a 4 tiendas anuales, Es una buena empresa que ha venido creciendo acorde a la demanda de sus clientes, como valor agregado ofrece servicios muy exclusivos, maneja muy bien su imagen y se ha sabido posicionar en sitios muy estratégicos dentro de Bogotá al hacerlo en zonas donde el nivel económico es elevado.

Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social

Secretaría de salud de la Localidad:

Buscaremos generar campañas de adopción, vacunación y esterilización de mascotas tanto por la web como en nuestras instalaciones. Esta alianza nos ayudará a tener servicios adicionales gratuitos para nuestros clientes como gancho para ofrecer nuestros productos a los mismos y obtener así una venta cruzada.

Secretaria de la Mujer:

Buscaremos apoyo para la promoción del emprendimiento con madres jóvenes cabeza de hogar donde nos enfocaremos en la publicidad y apoyo comercial y promocional. La secretaria de la mujer busca también alianzas que le permitan apoyar estrategias de mejoramiento de la calidad de vida de la mujer en la ciudad, proceso que nosotros generamos en nuestra compañía. Se generaría un gana-gana en doble vía donde se diseñe, se coordine y se ejecute las políticas de promoción de los derechos de las mujeres, buscando apoyo en el emprendimiento con madres jóvenes cabeza de hogar. Buscaremos orientación, asesorías y una intervención en el proyecto realizado por estas mujeres vulneradas logrando fortalecer su autoestima y ayudándola a salir adelante a pesar de las adversidades, inspirando a otras mujeres a crecer.

Se busca concretar una cita con Diana Rodríguez secretaria encargada, para posteriormente presentar el proyecto mediante un comité, en un acto protocolario donde se firmaría un memorando estableciendo las políticas de los derechos de las mujeres y atendiendo las necesidades de estas madres cabezas de hogar.

Centros Comerciales:

Buscaremos convenios para realizar ferias de mascotas. Por medio de este aliado podemos poner varios stands y hacer campañas de marketing para mascotas de forma que todo el

tráfico del centro comercial sea mercado objetivo de nuestra compañía. Estas campañas se realizarían los fines de semana en los cuales hay mayor afluencia de clientes potenciales y que se encuentran en un tiempo de relajación dedicado a sus seres queridos, en especial las mascotas.

Almacenes de Cadena:

Así mismo, nuestro emprendimiento busca ser promovido grandes marcas de manera que ellos generen clientes que gusten de nuestros artículos y a la vez se masifique el consumo entre su clientela colocándolos ya en góndolas o en estantería de los supermercados para visionar nuestro catálogo de productos para mascotas en las grandes superficies del país, así el beneficio económico será compartido y pasar de una sola compra diaria a posiblemente compras durante la semana o varias durante el mes, siendo así una alianzas estratégica.

Sena:

Buscar alianza estratégica con el fondo emprender Sena, la cual nos traería en primera medida apoyo en el área de inversión por medio del acceso al capital semilla, de hasta un 100% financiando el proyecto si los recursos solicitados no exceden los 224 SMLV; además podemos acceder a recursos del fondo sin contar con una constitución jurídica legalmente, y nos brindan un acompañamiento desde el inicio hasta el fortalecimiento empresarial. Fortaleciendo la formación del talento humano de las madres cabezas de hogar; impulsando el empleo para superar la pobreza, la primera etapa es nivelar los conocimientos brindando formación con certificación, seguido de presentar el proyecto ante el portal Sofia plus donde ya tenga el proyecto con los siguientes pasos: Para posteriormente esperar una aprobación, donde estos recursos están dirigidos a sectores priorizados como el sector textil y confecciones en los cuales se identifican tendencias que aportan al desarrollo tecnológico del mundo.

Estrategias de Mercadeo

Estrategias de Comunicación

Para el lanzamiento de la MiPymes comenzaremos la creación del sitio web y una redsocial Facebook, donde nos daremos a conocer dentro del mercado presentando nuestros productos, contaremos nuestra misión como emprendimiento social y además nos permitirá comunicarnos de manera más asertiva a nuestro mercado meta.

Crear Comunidad en Redes Sociales:

En el análisis de estrategias de mercadeo, a la hora de buscar nuevos clientes es de gran importancia las redes sociales. Allí podemos interactuar con diferentes clientes y dar a conocernos sin mayor inversión de recursos. Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram. En esta comunidad podremos publicar nuestros productos, ofertas, valor agregado de cada uno de ellos, ventajas frente a la competencia (labor social de la compañía y productos sostenibles) y muchos temas de comunicación interesantes para el manejo adecuado de mascotas, en especial los que tienen que ver con sostenibilidad ambiental.

Estrategia de Marketing en las Redes Sociales:

La mayoría de las personas hoy en día poseen redes sociales y con certeza pasan allí más de tres horas al día. Cuando las redes sociales se crearon eran inicialmente para contactar personas y fortalecer un lazo de amistad con personas de diferentes lugares, pero hoy en día las redes sociales han tomado tanta fuerza que se puede realizar intercambios de productos, compras, ventas etc.

La estrategia de MiPymes es buscar que a través de las redes sociales podamos crear el Marketplace adecuado. De esta forma se agregan los productos con precios e información

relevante, se pueden enviar mensajes, realizar base de datos de contactos los clientes y tener interacción con ellos.

Estrategia de Lanzamiento: Plan de marketing en Redes Sociales

Mensaje para Comunicar:

Presentarnos como una empresa innovadora, con responsabilidad social, enseñando la forma que contribuimos al crear un mundo mejor para nuestras mascotas y lo importante que sonen nuestros hogares.

Medios por utilizar: Redes sociales y Sitio Web.

Las redes sociales y el sitio web serán los medios por los cuales empezaremos a enviar nuestro mensaje corporativo, lo haremos por medio de una programación de contenidos los cuales están orientados a nuestro perfil de cliente y familias multi especies, además la interacción en las redes nos permitirá recopilar, medir, y entender los datos obtenidos para realizar ajustes en pro del emprendimiento.

Estrategia de Confianza.

Una de nuestras fuentes de materia prima para desarrollar nuestros productos es reutilizables por lo cual existen personas no muy convencidas de la calidad.

Mensaje para Comunicar:

Mostrar el proceso de reestructuración de los materiales reutilizados y resaltar su calidad.

Medios por Utilizar: Redes Sociales y Sitio Web.

Por medio de las redes sociales presentaremos esta estrategia en la cual nos permitirá recolectar información clave para un ajuste de estrategia si se llegase a ser requerir.

Campañas Publicitarias de Bajo Costo:

A través de volantes, perifoneo, voz a voz, anuncios cortos por medio de la emisora y en los parlantes de las juntas de acción comunal de la localidad de Usme y barrios aledaños para posicionar la marca en la mente de los potenciales compradores, más adelante cuando la masificación de esta población de mujeres se empodere se realizará a través de medios masivos de comunicación.

Estrategias de Posicionamiento

Nuestro objetivo es posicionar la MiPymes como una empresa innovadora, con responsabilidad social, que entiende y comprende el estilo de vida de las familias multi especies y lo importante que son en nuestros hogares.

E-mail Marketing:

La utilización del correo electrónico para realizar actividades de información comercial para tener una comunicación más personalizada y exclusiva con los clientes o usuarios y el costo es mínimo. Esta estrategia nos permitirá llevar mensajes de sostenibilidad ambiental a nuestra comunidad y lograr diferenciarnos frente a la competencia en la creación y venta de productos realizados manejando de manera adecuada el medio ambiente y aportando a la sostenibilidad de este.

Estrategia de Calidad:

esta marca busca ser exclusiva en sus productos este es el recurso de posicionamiento más empleado por las grandes marcas de confección de ropa. Logrando disminuir los indicadores de contaminación ambiental dando vida de nuevo a materiales desechados en ropa para adulto como para las mascotas. Confeccionando las prendas con materiales sostenibles y biodegradables de buena calidad y fibras a un bajo costo; con diseños únicos, diseños escogidos por el cliente

donde una estrategia seria vender la prenda para la mascota con la foto del cliente impresa una vez más mostrando su amor.

Estrategia de Posicionamiento Basado en Estilo de Vida.

Para el desarrollo de esta estrategia debemos tener muy en cuenta los intereses, la formade vida, los valores y el comportamiento del perfil de nuestros clientes.

Mensaje para Comunicar:

Entendemos el estilo de vida de las familias multi especies desarrollamos y presentamos soluciones a estos hogares.

Medios por Utilizar:

Redes sociales, sitio web y publicidad folletos y ferias comerciales.

Seguiremos utilizando muestras redes sociales como punto central de difusión de nuestras estrategias, adicionaremos una serie de folletos y participación en ferias comerciales con los cuales enviaremos el mensaje a comunicar.

Estrategia de Posicionamiento Basado en sus Características.

Para la implementación de esta estrategia debemos tener en cuenta las características de nuestros productos (material reutilizable, calidad) pero también debemos aprovechar el proceso de fabricación para proyectar un posicionamiento innovador dentro del mercado.

Expansión:

La expansión de este proyecto social depende del emprendimiento y disposición de otras mujeres adolescentes en los barrios alternos que busquen de la misma manera crear empresa para regocijo propio y de sus hijos, fortaleciendo la marca “Barahona productos para mascotas amigable con el medio ambiente”

Estrategia de Diferenciación

El desarrollo de estas estrategias está enfocadas a generar una percepción diferenciadora por parte de nuestro mercado meta con respecto a las demás empresas del sector.

Mensaje para comunicar: Empresa social, ecológica e innovadora tanto en sus productos, servicios, atención al cliente, y desarrollo de proceso de fabricación.

Crear un Blog.

Un blog dentro de nuestro sitio web que se caracterice por ser dinámico y por tener sus publicaciones organizadas cronológicamente. Los blogs son una muy interesante herramienta Marketing que nos permite estar constante conectada con nuestro segmento de clientes. También nos permitirá acercarnos a las comunidades que se preocupan por el adecuado manejo del medio ambiente y nos ayudará a llevar información a los dueños de mascotas sobre la importancia de manejar los procesos con nuestras mascotas de manera sostenible. Esta estrategia nos ayudará a crear conciencia en las comunidades sobre la sostenibilidad y manejo ambiental con nuestras mascotas.

Priorización al Cliente:

En la actualidad los clientes exigen más atención, las empresas deben ser inteligentes y saber cuidar del cliente y de las referencias que este pueda dar, una estrategia de diferenciación es atención al cliente de manera personalizada y exclusiva; mostrando interés por atender su necesidad, una estrategia puede ser a través de un WhatsApp corporativo en el cual se puede atender todas las dudas y sugerencias del cliente y brindarle darle información clara y veraz para que él se sienta que MiPymes se interesa por su bienestar y el de su mascota, en cuanto a la selección de su diseño materiales y productos.

Estrategia Diferenciación Estructura de Precios.

La implementación de esta estrategia consiste en que si un cliente quiere obtener un descuento en algún accesorio del negocio debe llevar una camisa, buzo, chaqueta y demás materiales reutilizables en condiciones aprobables. De esta manera lograremos adquisición de materia prima e innovaremos la manera de ofrecer descuentos a nuestros clientes logrando una innovación en descuentos en pro de nuestro modelo de negocio.

Estrategia Diferenciación Calidad.

Presentaremos a nuestros clientes una calidad superior, donde aprovecharemos las características de los materiales reutilizables al ser exclusivos (color, textura, botones) para crear productos únicos, exclusivos de una calidad proyectando tener un determinado estatus.

Estrategia Diferenciación Atención al Cliente.

Es importante que el proyecto social trabaje un círculo de calidad, con lo cual logran presentar una mejor atención al cliente, respondiendo a sus expectativas de una manera eficiente y eficaz por medio de la escucha activa.

Características Diferenciadoras.

Precios, Calidad., Servicio al cliente.

Tabla 3*Marketing*

Tradicional	Digital
Hace referencia a todas aquellas estrategias enfocadas a promocionar productos y servicios una empresa mediante herramientas que no hace tecnológicas digitales	Consiste en la utilización de tecnologías de la información basadas en internet.
Publicidad en medios impresos, volantes, folletos. Servicio al cliente Publicidad medios tradicionales	Sitios web, redes sociales Facebook, twitter, YouTube, Wasap and LinkedIn
Televisión, radio, periódico y revistas.	Software especializados (Hubspot RD Station, Hoosuite, Google analytics)

Fuente Propia

El factor que nos resalta es la representación de nuestra marca “Barahona productos para mascotas amigable con el medio ambiente”, dado que contamos con una amplia gama de artículos de calidad a partir de material usado tratado y amigable con el medio ambiente en dos opciones: Ropa para mascotas y Accesorios. Así mismo, como valor agregado trabajaremos con servicios para mascotas que nos ayudaran como post venta y venta cruzada.

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales***LinkedIn:***

Contactarse con personas de todos los lugares, para fortalecer relaciones profesionales y adquirir habilidades para el éxito del negocio. El proyecto social de emprendimiento de estas madres adolescentes consiste en la creación de empresa independiente a tan corta edad como recursos pueden utilizar LinkedIn para promover sus artículos para

mascotas a un público diferente que está disponible en otras redes sociales. La clave es tomar una estrategia inteligente para acercarse a ellos.

Fuente Propia

Ilustración 15

Linkelin



Facebook:

Página publicitaria, imágenes de los productos ya confeccionados, catálogos con diseños y precios actualizados e imágenes de los clientes satisfechos con sus compras. La estrategia de marketing de Facebook está enlazada con Instagram, por tal motivo la definición del emprendimiento social es muy importante ya que se posiciona una marca y los futuros o presentes clientes que permiten contacto directo también permitirán la divulgación masiva de nuestro catálogo de productos permitiendo hacer más seguidores.

Ilustración 16

Facebook



Fuente Propia

Twitter:

Noticias de los productos fabricados donde los clientes puedan dar una opinión, una crítica para saber que se puede mejorar y que se requiere para la nueva temporada con base en sus opiniones. Esta página de aterrizaje es bastante útil para esta clase de emprendimiento social para impulsar a diario con screenshots y en tiempo real los productos, a la vez que se promueve se monetizan. Se puede llevar una trazabilidad de que productos son más llamativos y cuales no llaman la atención para compra o venta.

Ilustración 17

Twitter



Propia Fuente 2022

Página Web:

Nuestra página web tendrá al inicio el mensaje clave que queremos comunicar a toda nuestra comunidad: “Somos una empresa con sentido social y ambiental. Fuimos creados basados en dos objetivos: el primero, el apoyo a la comunidad de madres jóvenes cabeza de hogar de la localidad de Kennedy con el fin de capacitarlas y ofrecerles oportunidades de empleo digno y sostenible. En segundo lugar, buscamos crear productos amigables con el medio ambiente convirtiéndonos en los pioneros de la creación de ropa y accesorios para mascotas hechos con productos reciclados. Nuestra empresa busca consentir a tu mascota de una forma sostenible y apoyando nuestras comunidades menos favorecidas.”

Página oficial web para el proyecto

<https://barahonabiodegrada.wixsite.com/barahona-productos-p>

Ilustración 18

Wix

BARAHONA
"Consolidando tu mascota de forma sostenible"

Productos elaborados a partir de material reciclado y restos de tela usada

CONSUMIDORES

Propia Fuente 2022

Propia Fuente 2022

Proyección Operativa y Financiera

Recursos Operativos:

Contamos con un área de 435M2, de los cuales se tiene estimado la utilización del 90%, en cuanto a la capacidad instalada podemos decir que debido a que los productos fabricados por Barahona se hacen bajo pedido y al ser diseñados de acuerdo con el requerimiento y gusto de los clientes varían todo el tiempo. El tipo de negocio con material reciclado puede presentar algunos desfases debido al volumen de ventas que estas madres puedan ejecutar, depende de ellas estar preparadas para responder de manera rápida o si las ventas descienden tener la capacidad de ajustarse para así poder mantener un punto de equilibrio para no desistir del negocio.

Tabla 4

Capacidad Instalada

Concepto	Unidad de medida
Área	435m2
% por ciento espacio utilizado	100%

Fuente Propia

Tabla 5*Disponibilidad de Insumos*

Código	Descripción	Fecha	Cantidad	Valor unitario	Valor total
110101	Retazos de madera	5/02/2022	12	3600	\$43200
	Retazos de tela	5/02/2022	12	6900	\$82800
110102					
110103	Lija	5/02/2022	2	2000	\$4000
110104	Nylon	5/02/2022	2	2300	\$4600
110105	Algodón	5/02/2022	6	6800	\$40800
110106	Cremalleras	5/02/2022	12	1600	\$19200
110107	Tiza	5/02/2022	2	1200	\$2400
110108	Hilos	5/02/2022	6	2400	\$14400
110109	Pegante	5/02/2022	2	6000	\$12000
110110	Tachuelas	5/02/2022	1	4000	\$4000
110111	Pintura no Toxica	5/02/2022	2	12000	\$24000

Fuente Propia

La rotación de este inventario se haría cada mes, como se puede evidenciar de un mes a otro el saldo en el stock es de (1) o (0) existencia en los insumos para la elaboración de los porta comidas.




Tabla 6*Insumos*

Productos				
Código	Descripción	Entradas	Salidas	Saldo
110101	Retazo de Madera	12	12	0
110102	Retazo de Tela	12	12	0
110103	Lija	3	2	1
110104	Nylon	2	2	0
110105	Algodón	6	6	0
110106	Cremalleras	12	12	0
110107	Tiza	6	2	4
110108	Hilos	8	6	2
110109	Pegantes	3	2	1
110110	Tachuelas	2	1	1
110111	Pintura no toxica	4	2	2

Fuente Propia

Tabla 7

Ficha Técnica

Ropa para mascotas		Fecha de elaborac												
Ficha técnica														
Nombre del accesorio	Código	Factores de riesgo para controlar			Material									
Suéter	110101	<table border="1"> <tr> <td colspan="3">clima</td> </tr> <tr> <td>Frio</td> <td>Templado</td> <td>Cálido</td> </tr> <tr> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			clima			Frio	Templado	Cálido	x			Algodón
clima														
Frio	Templado	Cálido												
x														
Características técnicas														
														
Especificaciones														
Suéter azul para mascotas														
Material		Reciclado												
Color	Azul													
Costura	Maquina plana o fileteadora según el diseño escogido p el cliente													
Diseño	Gusto del clie													
Lavado	A mano o lav													
Hilos de costura y despunte		Al c												
Condición del diseño														
Como son prendas con tela usada, deben estar en excelentes condiciones, garantizar los estándares de calidad.														
Limitaciones de uso														
Prendas en mal estado, hilos sueltos, agujer falta de cal														
Elab														
Er														

Fuente Propia

Descripción de la Maquinaria o Instalaciones Necesarias para la Puesta en Marcha del Proyecto

A continuación, se describe la maquinaria que se tiene estimada para llevar a cabo el proyecto con el fin de optimizar la producción de los accesorios y prendas para poder ofrecer diseños diferentes de los productos:

Tabla. 8

Maquinas

Maquinas	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquina plana	2	\$1,250,000	\$2,500,000
Máquina de etiquetado	1	\$935,550	\$935,000
Máquina de coser industrial	3	\$2,100,000	\$6,300,000
Maquina zig zag	2	\$1,350,000	\$2,700,000
computadores	5	\$1,200,000	\$6,000,000
Teléfonos con planta	5	\$1,000,000	\$5,000,000
Escritorios	5	\$1,000,000	\$5,000,000
Mostradores	2	\$1,000,000	\$2,000,000
Vitrinas	2	\$1,000,000	\$2,000,000
Overlock	2	\$1,855,900	\$3,711,800
Collaret	2	\$1,784,111	\$3,568,222
Mesa de corte	3	\$343,000	\$1,029,000
Impresora digital	1	\$392,000	\$392,000
Maquina ojales	2	\$190,165	\$380,330
Elementos de oficina	Varios		\$4,800,000
Maquina sobre hilado	2	\$1,382,110	\$2,764,220

Total	\$49,081,122
--------------	---------------------

Fuente Propia

Son los insumos base para generar la producción de los dos primeros meses de la empresa y que son fundamentales para lograr un producto terminado de buena calidad.

Proyecciones de Distribución en Planta

El área para trabajar son 435M2 con unas áreas de almacenamiento como de producción amplias, espacios para cada dependencia organizados de manera que permita el correcto flujo y funcionamiento de la empresa, se pretende lograr un crecimiento en ventas a futuro que permita la expansión para poder contar con una segunda planta a nivel nacional para apoyar a más mujeres madres de hogar de bajos recursos:

Instalaciones Estructurales:

Área de producción (corte y confección) donde se encontrará toda la maquinaria necesaria para desarrollar la actividad de la empresa. 200m2

Área de bodega: dividida en dos partes, donde se almacenará el producto terminado y los insumos respectivamente. 50m2

Área de terminado y alistamiento 15m2

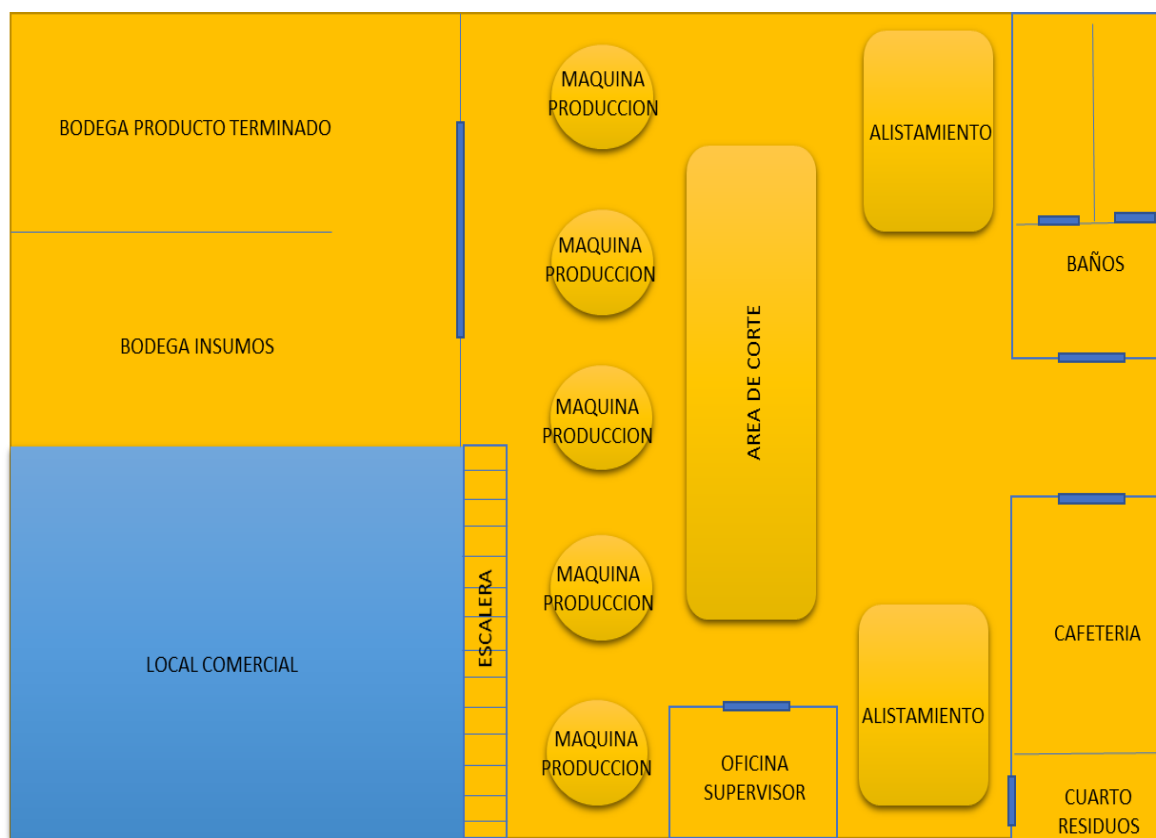
Baños 10m2

Área de cocina o refrigerio 10m2

Local comercial 150m2

Área administrativa (recepción, gerencia, contabilidad, baños) 200m2

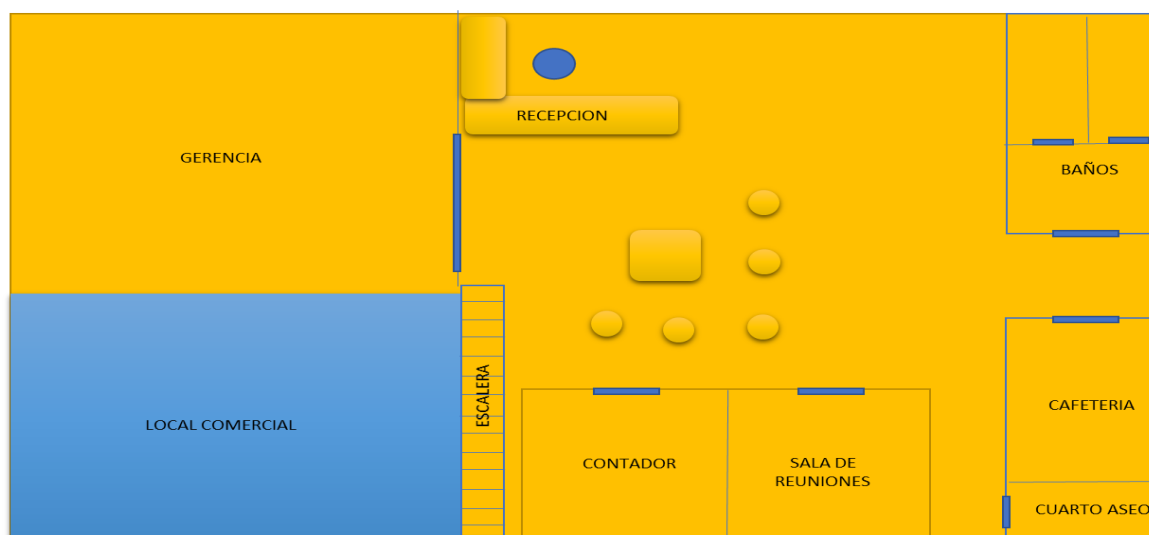
La distribución por plantas seria así:

Ilustración 19*Piso 1*

Fuente Propia

Ilustración 20

Piso 2



Fuente Propia

Capacidad de Producción de la Planta:

Tabla 9

Capacidad Instalada 2

	Promedio Mes
Ventas Proyectadas mes- en Unidad	1917
Capacidad Planta en Maquinas	5
Capacidad Instalada en Maquinas	3
%Capacidad Operativas Maquinas	60%
Capacidad Producción x Maquina mes	960
Capacidad Producción Planta Operaria mes	2880
	67%

Fuente propia

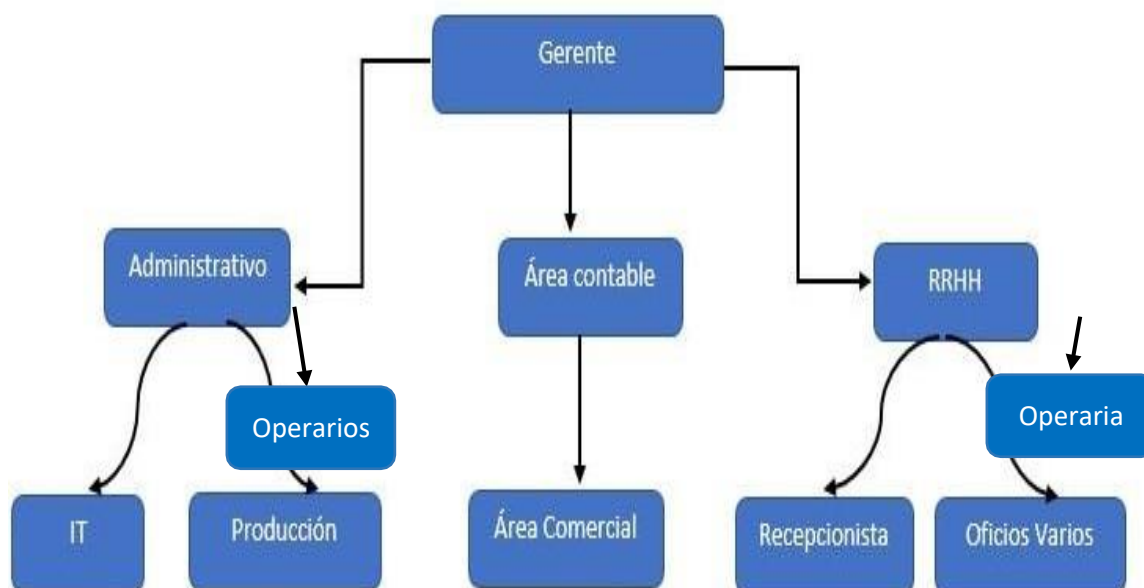
Capacidad Instalada

Proyectamos realizar ventas mensuales de 1.917 productos lo cual requiere la utilización de la capacidad instalada de la planta del 67%. Lo anterior dado que, aunque contamos con 5 puestos de máquinas, iniciaremos operaciones con solo 3 de ellas. Cada máquina realiza 960 prendas al mes lo que hace que tengamos una capacidad de producir 2.880 prendas mensuales. En la medida en que se vayan viendo los crecimientos en las ventas, se irá realizando la habilitación de las máquinas restantes.

Presentación del Organigrama

Ilustración 21

Organigrama



Fuente Propia

Descripción de los Cargos

Tabla 10*Cargos*

	Cargo	Descripción
1	Gerente	Planifica dirección y controla en la totalidad la empresa
2	Administrativo	Organiza las políticas estratégicas para las diferentes actividades administrativas de la empresa, vigila los cumplimientos de las políticas que amerite su responsabilidad
3	Área contable	Encargado de la contabilidad diaria garantiza la efectividad de cada transacción, pendiente de emitir o cobrar cualquier factura, vigila la cartera y toda la parte contable del área financiera.
4	Recursos humanos	Asiste en los procesos de reclutamiento, selección de personal, evalúa el desempeño de los empleados, gestiona capacitaciones, administra salarios, beneficios y retiros.
5	Recepcionista	Asesora clientes actuales como potenciales, con el fin de generar ventas concretas, informa precios comerciales, da aperturas como cierres de ventas, posiciona estrategias de mercados para atraer clientes, realiza proyecciones de ventas a corto plazo. Cumple los ANS con los clientes, redacta contratos comerciales, potencializa los servicios de posventa y en-commerce en las redes sociales y páginas web
6	Área comercial	Asesora clientes actuales como potenciales en el manejo de compras en-commerce en nuestra página web BARAHONA contribuyen subiendo imágenes e información precios de
7	IT	nuestros productos a las redes sociales, diseña estrategias de marketing digital, vigila por el correo manejo de software corporativo en los computadores de la empresa, vigila los funcionamientos de los sistemas de pago en nuestro punto de venta.
8	Oficios varios	Persona encargada de realizar las labores de mantenimiento, limpieza y desinfección, asiste la cafetería como el área administrativa y comodidad del cliente.
9	Planta de producción	Son las directas encargadas madres cabezas de hogar, desarrollan las diferentes formas de producción, operan las máquinas y herramientas para transformar el material reciclado en el producto transformado y

Fuente Propia

Proyecciones de Sueldos incluye Parafiscales

Tabla 11

Proyecciones Sueldo

Proyecciones Sueldo						
Salario mínimo						
2022 \$ 1.000.000						
Auxilio de transport \$ 117.172						
Prima. 8%						
Cesantías. 8.33%						
Intereses de cesant 1%						
Vacaciones. 4.17%						
Salud. 8.50%						
Pensión. 12%						
ARL (Nivel 1) 0.52%						
Parafiscales (ICBF, SENA, CAJA DE Aporte seguridad social. 9%						
Nominas.	Sueldo básico	Días liquidados.	Auxilio de transporte.	Salario devengado.	Total, devengado.	Salu
Administrador.	\$ 2.000.000		30 \$ 117.172	\$ 2.000.000	\$	
Contadora	\$ 1.700.000		30 \$ 117.172	\$ 1.700.		
Diseñador de moda.	\$ 1.500.000		30 \$ 117.172	\$		
Digital Project Manager.	\$ 1.800.000		30 \$ 117.17			
Vendedora	\$ 1.000.000		30 \$			
Vendedora	\$ 1.000.000					
Operaria de confección.	\$ 1.000.000					
Operaria de confección.	\$ 1.000.00					
Auxiliar de corte.	\$					
Personal de aseo y mantenimiento.						
Total						

Fuente Propia

*Descripción de Equipos de Oficina***Tabla. 12***Inversiones*

INVERSIONES EN MUEBLES Y ENSERES.								
DETALLE.	UNIDAD DE MEDIDA.	CANTIDAD.	COSTO UNITARIO.	COSTO TOTAL.	VIDA UTIL EN	Valor residual	Depreciación	línea recta.
Escritorio.	UNIDAD	2	\$ 380.000	\$ 760.000	5	\$ 95.000	\$	57.000
Sillas de oficina.	UNIDAD	3	\$ 190.000	\$ 570.000	5	\$ 31.000	\$	31.800
computador.	UNIDAD	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	5	\$ 900.000	\$	180.000
Teléfono.	UNIDAD	3	\$ 85.000	\$ 255.000	5	\$ 42.000	\$	8.600
Especios.	UNIDAD	3	\$ 70.000	\$ 210.000	5	\$ 35.000	\$	7.000
Silla rimax.	UNIDAD	7	\$ 50.000	\$ 350.000	5	\$ 25.000	\$	5.000
Impresora.	UNIDAD	1	\$ 600.000	\$ 600.000	5	\$ 300.000	\$	60.000
Tablero acrílico.	UNIDAD	2	\$ 130.000	\$ 260.000	5	\$ 65.000	\$	13.000
Televisor.	UNIDAD	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	8	\$ 750.000	\$	93.750
INVERSIONES EN MUEBLES Y ENSERES.				\$ 6.305.000	\$			456.150

Fuente Propia

Procesos Preoperativos

El emprendimiento social está orientado a constituir una microempresa ya que su número de trabajadores en un principio no es superior a 10 trabajadores, su constitución se realizará de la forma de una sociedad por acciones simplificadas SAS, aprovechando su simplicidad en los tramites y la flexibilidad en cuanto a su estructura jurídica y administrativa, debemos tener en cuenta disponibilidad del nombre de la empresa ante la cámara de comercio, la clasificación por la actividad económica trámites ante la cámara de comercio, trámites ante la notaría pública de constitución de sociedades, apertura de cuenta bancaria e inscripción de libros de comercio,

Inscripción en el Rut (avalado por la Dian), Inscripción registro mercantil en cámara de comercio, certificado de uso de suelos, Certificado de seguridad (Condiciones de seguridad, salidas de emergencia extintores)


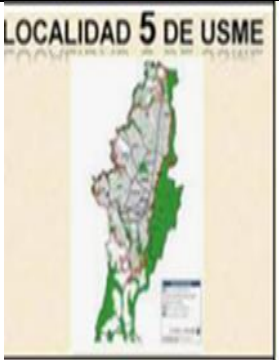

En cuanto al seguro de la empresa, debemos realizar una previa de los posibles riesgos a los cuales estará sometido el emprendimiento, de esta manera mantendremos a salvo la inversión, garantizando la continuidad de las operaciones financieras después de haberse dado casos de hurto, incendios, daños a terceros entre otros.

Seguro para PYME todo riesgo, es un seguro el cual brinda protección, es un seguro diseñado especialmente para pequeñas y medianas empresas cubre desde incendios o desastres naturales hasta sustracción de contenidos y actos mal intencionado. Localización, descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto (bien o servicio) sustentando las ventajas y desventajas. Por ejemplo, vías de acceso, proximidad con los clientes, costos de los espacios, seguridad, disponibilidad de espacios, entre otros aspectos que considere claves.

Localización, Descripción del Ámbito Territorial

Tabla 13

Geolocalización

Usme	
Localización	Ubicación
<p>La localidad 5 de la capital, limita al norte con San Cristóbal sur, Rafael Uribe y Tunjuelito; al sur con la localidad de Sumapaz; al oriente con los municipios de Chipaque y Ubaque y al occidente con la localidad de Ciudad Bolívar y el municipio de Pasca.</p>	<p>Está dividida en 7 UPZ (unidad poblacional zonal) Conformadas así: UPZ 52 la Flora, UPZ 56 Danubio, UPZ 57 Yomasa, UPZ 58 Comuneros, UPZ 59 Alfonso López, UPZ 61 Usme -Veredas, UPZ 60 Parque Entre Nubes.</p> 
<p>Clientes más próximos</p>	<p>Estarán localizados en los barrios de San Cristóbal, Rafael Uribe y Tunjuelito, con tiendas de mascotas, supermercados de cadena y puntos de venta propio.</p> 
<p>En Transmilenio se detienen cerca del portal de Usme: H20, H54, H72, H75. En el SITP se detienen cerca de parque Usme pueblo 3-10, 802,,910, H521, H907</p>	<p>Vías de acceso</p> 

Fuente Propia

Proyecciones de Ventas

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estarían dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Cálculo de la Demanda

Tabla. 14

Población Objeto

Población objetivo	2'514.482
Consumo promedio (mensual o anual)	419.080
Total consumo.	609.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	25%
Total demanda potencial	628.620

Fuente Propia

Proyecciones de Ventas (unidades)

Tabla 15

Proyección Ventas

		Año 1
TOTAL	\$	455.900.000
Enero	\$	35.000.000
Febrero	\$	36.300.000
Marzo	\$	39.100.000
Abril	\$	38.700.000
Mayo	\$	39.800.000
Junio	\$	39.800.000
Julio	\$	39.200.000
Agosto	\$	35.800.000
Septiembre	\$	35.500.000
Octubre	\$	36.400.000
Noviembre	\$	38.300.000
Diciembre	\$	42.000.000

Fuente Propia

Precio de Venta

El precio de venta establecido para algunos artículos del emprendimiento teniendo en cuenta la competencia, valor promedio del mercado, fabricación, gastos operacionales y su costode ventas.

Juguetes y accesorios: valor entre \$8.000 y \$50.000

Arneses y pecheros: valor entre \$12.000.000 y \$156.000

Punto de Equilibrio

Tabla. 16

Punto de Equilibrio

	Año 1	
Total costos fijos	\$	262.507.056
Total costos variables	\$	123.979.992
Número de unidades		23.000
Costo total promedio unitario	\$	70.000
Costo promedio unitario	\$	63.000
Costo variable unitario	\$	34.000
Precio de venta sin IVA	\$	126.360
Precio de venta con IVA	\$	156.000
Margen de utilidad promedio	\$	57.000
Punto de equilibrio en unidades		6.790

Fuente Propia

Costos fijos y Variables en Tablas Adicionales

Tabla. 17

Costos Variables

Costos Directos.		Gastos.	
Materias primas.	\$ 12.948.400	Gastos administrativos.	
Total, MPD.	\$ 12.948.400	Sueldo del administrador.	\$ 3.154.172
Sueldo operaria de confección.	\$ 1.635.672	Servicios públicos.	\$ 750.000
Sueldo auxiliar de corte.	\$ 1.635.672	Depreciación de muebles.	\$ 456.150
Total, MOD.	\$ 3.271.344	Arriendo del local.	\$ 1.400.000
Costos fijos indirectos.		Seguro robo e incendios.	\$ 1.300.000
Depreciación de máquina y equipos.	\$ 410.450	Sueldo del personal de aseo y mantenimiento.	\$ 1.635.672
Sueldo de la diseñadora.	\$ 2.394.922	Total, gastos administrativos.	\$ 8.695.994
Sueldo Digital Project Manager.	\$ 2.850.472	Gastos de ventas.	
Total Costos fijos indirectos.	\$ 5.655.844	Salario vendedor	\$ 1.635.672
TOTAL COSTOS	\$ 21.875.588	Total, gastos ventas.	\$ 1.635.672
		Total Gastos.	\$ 10.331.666

Fuente Propia

Proyecciones Ingresos por Ventas

Tabla 18

Proyecciones

	Ventas esperadas miles					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Total ventas	\$ 35.000.000	\$ 36.300.000	\$ 39.100.000	\$ 38.700.000	\$ 39.800.000	\$ 39.800.000
Descuentos por ventas	8%	9%	10%	8%	9%	9%
Ventas netas	\$ 32.200.000	\$ 33.033.000	\$ 35.190.000	\$ 35.604.000	\$ 36.218.000	\$ 36.218.000
% de ventas a contado	70%	65%	80%	74%	72%	80%
% de ventas a crédito	30%	35%	20%	26%	28%	20%
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total ventas	\$ 39.200.000	\$ 35.800.000	\$ 35.500.000	\$ 36.400.000	\$ 38.300.000	\$ 42.000.000
Descuentos por ventas	9%	6%	6%	8%	6%	6%
Ventas netas	\$ 35.672.000	\$ 33.652.000	\$ 33.370.000	\$ 33.488.000	\$ 36.002.000	\$ 39.480.000
% de ventas a contado	77%	86%	73%	75%	65%	60%
% de ventas a crédito	23%	14%	27%	25%	35%	40%

Fuente Propia

Proyecciones de Ingresos por Ventas 2

Tabla 19

Ingresos Por Venta

	Año 1	
Total ventas	\$	455.900.000
Descuentos por ventas	\$	35.773.000
Ventas netas	\$	420.127.000
% de ventas a contado		70%
% de ventas a crédito		30%

Fuente Propia

Capital de Trabajo

Se determinó a la capacidad de inversión de sus accionistas en este caso del emprendimiento social de bajo costo, para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo que se proyecta la empresa recuperar su inversión en un plazo de tres años.

En cuanto al capital de trabajo es el necesario para mover el negocio para cubrir los costos hasta que las cuentas a cobrar entren en la caja y la caja mínima se representa con la reserva necesaria para que la empresa financie sus operaciones iniciales.

Tabla 20*Financiación*

N	Financiación			Total Gs
	Inversiones	Propia	Terceros	
1	Inversiones			
1.1	Inversiones	\$1.713.792		\$1.713.792
1.2	Constitución Legal	\$1.713.792		\$1.713.792
1.3	Gastos de Formalización	\$1.713.792		\$1.713.792
1.4	Licencia y Permiso	\$1.713.792		\$1.713.792
1.5	Registro de Marca	\$1.713.792		\$1.713.792
1.6	Investigación de Mercado	\$10.000		\$10.000
1.7	Capacitación de Personal	\$1,875,122		\$1,875,122
1.8	Campaña de Marketing	\$7.480,387		\$7.480,387
2	Capital de Trabajo			
2.1	Stock Inicial	\$102,738.875		\$102,738.875
2.2	Caja Mínima	\$80.000.000		\$80.000.000
	Inversión Total Gs	\$200.673.344		\$200.673.344

Fuente Propia

Flujo de caja Mensual

Tabla 21

Flujo de Caja

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos	\$ 32.200.000	\$ 33.033.000	\$ 35.190.000	\$ 35.604.000	\$ 36.218.000	\$ 36.218.000	\$ 35.672.000	\$ 33.652.000	\$ 33.370.000	\$ 33.488.000	\$ 36.002.000	\$ 39.480.000
Ventas												
Total ingresos	\$ 32.200.000	\$ 33.033.000	\$ 35.190.000	\$ 35.604.000	\$ 36.218.000	\$ 36.218.000	\$ 35.672.000	\$ 33.652.000	\$ 33.370.000	\$ 33.488.000	\$ 36.002.000	\$ 39.480.000
Egresos												
Compra material prima e insumos	\$ 2.000.000	\$ 2.300.000	\$ 2.400.000	\$ 2.200.000	\$ 2.450.000	\$ 2.400.000	\$ 2.200.000	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000	\$ 2.400.000	\$ 2.500.000
Remuneración personal operativo	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016	\$ 4.097.016
Gastos generales de operación	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Remuneración administrativos	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532	\$ 14.369.532
Gastos de administración	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000
Gastos financieros	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000
Gastos de marketing	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros gastos												
Total egresos	\$ 24.771.548	\$ 25.071.548	\$ 25.171.548	\$ 24.971.548	\$ 25.221.548	\$ 25.171.548	\$ 24.971.548	\$ 25.071.548	\$ 25.071.548	\$ 25.071.548	\$ 25.171.548	\$ 25.271.548
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$ 7.428.452	\$ 7.961.452	\$ 10.018.452	\$ 10.632.452	\$ 10.996.452	\$ 11.046.452	\$ 10.700.452	\$ 8.580.452	\$ 8.298.452	\$ 8.416.452	\$ 10.830.452	\$ 14.208.452

Fuente propia

Capital Social

Es la inversión con la que iniciara operaciones este emprendimiento social de bajo costo con sus cuatro (4) accionistas y una participación igualitaria del 25% equitativamente.

Tabla 22

Socios

Socio	Tipo de Aporte	Valor	Participación
Pablo Andrés Morales	Monetario	\$80.168.336	25%
Jorge Barahona	Monetario	\$80.168.336	25%
Erika Peña	Monetario	\$80.168.336	25%
Rodrigo Uribe	Monetario	\$80.168.336	25%
	Capital Total	\$320,673,344	100%

Fuente Propia

Conclusiones

El proyecto de emprendimiento social proyectado busca trabajar para nuestros clientes en brindarles productos con excelentes estándares de calidad y lograr bajar los indicadores de contaminación ambiental haciendo posible dar de nuevo vida a materiales desechados convirtiéndolos como nuevos para divertir a nuestros amigos fieles.

Tenemos el compromiso de llevar a cabo una actividad económica que sea amigable con el medio ambiente, incurriendo en una sostenibilidad ambiental, social y económica con minorías de población femenina que son afectadas por optar muy jóvenes al rol de madres.

El desarrollo de este proyecto nos permitió conocer más a profundidad la idea de negocio aplicando las técnicas del Design thinking, con una propuesta de emprendimiento como Barahona como viable y favorable para inversionistas que quieran apoyar la causa ambiental en pro del medio ambiente, no solo de una localidad, sino que puede ayudar a más mujeres u hombres de bajos recursos como un propósito de emprender negocio a partir de material reciclado.

Después de realizar la proyección operativa y financiera se concluye que el proyecto Barahona es un emprendimiento social sostenible y sustentable que contribuye con la reducción de residuos transformándolos por el bien de todos.

Fuente Referencial

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). Qué es Innovación Social [Archivo de video].

<https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>

Constanza Gómez Guasca. (2021, 25 de octubre). Mercado de mascotas movería \$4.9 billones

este año. Portafolio. [https://www.portafolio.co/negocios/empresas/mayor-mercado-](https://www.portafolio.co/negocios/empresas/mayor-mercado-de)

[dehttps://www.portafolio.co/negocios/empresas/mayor-mercado-de-mascotas-la-otra-huella-de-la-pandemia-557763](https://www.portafolio.co/negocios/empresas/mayor-mercado-de-mascotas-la-otra-huella-de-la-pandemia-557763)

Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). ¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video].

<https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>

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

[http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-](http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-)

innovacion-

[alhttp://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/](http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/)

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

[http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-](http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/)

sociales[http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-](http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/)

[innovacion-al-servicio-del-cambio-social/](http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/)

Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). Innovación social en

Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios.

<https://elibrohttps://elibro->

net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053net.bibliotecavirtual.unad.edu.

co/es/lc/unad/titulos/126053

Dane, Kantar; Fenalco, Portafolio (2021, 21 de abril). Mercado de mascotas en

Colombia: crecimiento durante el 2021. Bancolombia.

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/tendencias/mercado->

mascotas-2021 <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-hogares-del->

pais-tienen-mascota- segun <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10->

hogares-del-pais-tienen-

Mascota-segun-brandstrat-2829114brandstrat-2829114

<https://economipedia.com/definiciones/emprendimiento-social.html>

<https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-social/>

https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm

[_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_brandedhttps://www.canva.com/es_co/q/pro/?ut](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded)

m_so

[urce=google sem&utm medium=cpc&utm campaign=co es all pro rev conversion b](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[randed-tier1_em&utm term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[tier1_Canva_EM&UTM content=373_control&gclid=EAIAIQobChMIyt6Q4pjV9wIV2s](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[DICH33LgWvEAA YASAAEgK7DfD_BwE&gclsrc=aw.dstier1_em&utm_term=REV_C](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[O_ES_CanvaPro_brandedhttps://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm source=google sem](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[&utm medium=cpc&utm campaign=co es all pro rev conversion branded-](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[tier1_em&utm term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[tier1_Canva_EM&UTM content=373_control&gclid=EAIAIQobChMIyt6Q4pjV9wIV2s](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[DICH33LgWvEAA YASAAEgK7DfD_BwE&gclsrc=aw.dstier1_Canva_EM&UTM_cont](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

[ent=373_control&gclid=EAIAIQobChMIyt6Q4pjV9wIV2s](https://www.canva.com/es_co/q/pro/?utm_source=google_sem&utm_medium=cpc&utm_campaign=co_es_all_pro_rev_conversion_branded-tier1_em&utm_term=REV_CO_ES_CanvaPro_branded-)

DICH33LgWvEAAYASAAEgK7DfD_BwE&gclsrc=aw.ds

<https://aplazame.com/blog/estrategias>

[marketing/#:~:text=Las%20estrategias%20de%20marketing%20son,cerrarla%20\(fideliza%20ci%C3%B3n%20de%20clientes\).](https://aplazame.com/blog/estrategias-marketing/)

<https://www.questionpro.com/blog/es/ejemplos-de-atributos-de-un-producto-o-servicio/>

<https://librecad.org/> <https://www.modafacil.com/que-maquinas-coser-se-necesitan-iniciar-negocio/> <https://www.orangeup.org/post/pasos-para-hacer-proyecciones-financieras>

<https://www.google.com/maps/> <https://www.elorganizadorgrafico.com/organigrama-de-una-empresa-de-ropa/>

https://es.wix.com/mystunningwebsites/domain?utm_source=affiliate&utm_medium=paid_referr

al&utm_campaign=af_11%40xtreame-deals.com%2F&experiment_id=cake_108059438

%5E458

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

Ebook Central. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577)

<net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577> Kerestegian S. (2017).

Días Norticos 2017: Design Thinking.

Mejía Martínez, A. (19, 11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>

Mateo Arias Ortiz, (2020, 17 de octubre). La conciencia ecológica impulsa el mercado de la ropa usada en Bogotá. El Tiempo. [https://www.eltiempo.com/vida/medio-](https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi)

<ambiente/asi> <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi-va-el-mercado-de-la->

[ropa-usada-y-la-moda-sostenible-en-bogota-543771](http://hdl.handle.net/10596/12450)va-el-mercado-de-la-ropa-usada-y-la-moda-sostenible-en-bogota-543771

Mejía Martínez, A. (28, 06,2017). OVI Unidad dos. El emprendimiento social. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/12450>

Mejía Martínez, A. (19,11, 2018). Ovi unidad 2 Innovación Social. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21688>

Objetivos de Desarrollo Sostenible | El PNUD en Colombia (undp.org)