

Tarjetas Pop Up

Daniela Henao Henao

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnologías en Gestión Comercial y de Negocios

2025

Resumen

La iniciativa Tarjetas Pop Up surge como una respuesta a la falta de oportunidades que enfrentan las personas privadas de la libertad en el COPED Pedregal de Medellín en su proceso de reinserción social. Este proyecto innovador ofrece a los internos la oportunidad de diseñar y elaborar tarjetas personalizadas utilizando materiales ecológicos, lo que no solo mejora sus perspectivas económicas, sino que también promueve la creatividad y el uso responsable de recursos, fomentando un sentido de pertenencia y sostenibilidad ambiental. Al alinearse con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) 9 y 12, no solo impulsa la innovación y la sostenibilidad, sino que también contribuye a la formación de una cultura empresarial responsable entre los participantes. A través de un programa integral de capacitación en habilidades de emprendimiento y gestión, se busca preparar a los internos para su reintegración en la sociedad, dotándolos de las competencias necesarias para enfrentar los desafíos laborales y sociales. Esta iniciativa aborda el complejo desafío de la resocialización, proporcionando herramientas y recursos que permiten a los internos construir un futuro con mayores oportunidades.

Palabras claves: reinserción, oportunidades, tarjetas, ecológico, sostenibilidad.

Abstract

The pop up cards initiative arises as a response to the lack of opportunities faced by people deprived of liberty in the COPED Pedregal of Medellin in their social reintegration process. This innovative project offers inmates the opportunity to design and make personalized cards using ecological materials, which not only improves their economic prospects, but also promotes creativity and the responsible use of resources, fostering a sense of belonging and environmental sustainability. By aligning with Sustainable Development Goals (SDGs) 9 and 12, it not only drives innovation and sustainability, but also contributes to the formation of a responsible entrepreneurial culture among participants. Through a comprehensive training program in entrepreneurship and management skills, it seeks to prepare inmates for their reintegration into society, providing them with the necessary competencies to face labor and social challenges. This initiative addresses the complex challenge of re-socialization, providing tools and resources that allow inmates to build a future with greater opportunities.

Keywords: reintegration, opportunities, cards, ecological, sustainability.

Tabla de contenido

Introducción	9
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Propuesta de Emprendimiento Social	12
Impacto Social	12
Impacto Económico	13
Necesidad a Satisfacer	13
Descripción de la Población Vulnerable.....	14
Las 5 fases del Desing Thinking	16
Empatía.....	16
Definir.....	17
Idear	17
Prototipar	18
Prototipo de imágenes.....	19
Testear	24
Sustentación propuesta de valor.....	25
Formulación plan de mercadeo proyecto de emprendimiento social Tarjetas Pop Up.....	26
Comportamiento del mercado.....	26

Estudio de la competencia	26
Segmento de mercado.....	27
Estrategias marketing.....	28
Consolidación del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento a partir del modelo	
Canvas	30
Actividades clave.....	30
Socios y asociaciones clave	30
Recursos clave	31
Segmento del mercado o de clientes.....	31
Canales de Comunicación.....	31
Relación con los clientes	32
Producto o propuesta de valor	32
Estructuras de costes.....	32
Fuentes de ingresos.....	33
Proyección operativa y financiera	37
Caracterización del producto o servicio	37
Especificaciones técnicas.....	37
Relación de procesos	37
Recursos humanos, tecnológicos y de infraestructura	39
Recursos humanos	39

Infraestructura	39
Estructura de costos	40
Conformación del equipo de trabajo.....	43
Definición de un cronograma de actividades y metas alcanzables	44
Proyección de ingresos	45
Proyección de ventas	46
Precio de venta	46
Punto de equilibrio.....	47
Inversión inicial	47
Fuentes de financiamiento	48
Resumen financiero	49
Referencias	51
Apéndice	54

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Modelo canvas</i>	34
Tabla 2 <i>Estructura de costos materia prima 200 unidades</i>	41
Tabla 3 <i>Estructura de costos mano de obra directa</i>	42
Tabla 4 <i>Costos indirectos de fabricación</i>	42
Tabla 5 <i>Costos fijos y variables</i>	42
Tabla 6 <i>Costo promedio unitario</i>	43
Tabla 7 <i>Cronograma mensual Tarjetas Pop Up</i>	44
Tabla 8 <i>Proyección de ingresos por ventas mes</i>	45
Tabla 9 <i>Proyecciones de ventas mes</i>	46
Tabla 10 <i>Punto de equilibrio</i>	47
Tabla 11 <i>Inversión inicial</i>	47
Tabla 12 <i>Mobiliario, maquinaria y equipos</i>	48

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Prototipo tarjeta A</i>	19
Figura 2 <i>Prototipo tarjeta A</i>	20
Figura 3 <i>Prototipo tarjeta B</i>	21
Figura 4 <i>Prototipo tarjeta C</i>	22
Figura 5 <i>Prototipo tarjeta D</i>	23

Introducción

El contexto carcelario colombiano presenta estadísticas de reincidencia que evidentemente muestran que el proceso de resocialización por el que e pasan en su privación de libertad no es efectivo. El emprendimiento social Tarjetas Pop Up pretende reducir estas estadísticas al proponer verdaderas oportunidades de transformación, a través del desarrollo de habilidades emprendedoras y socioemocionales que les permitan enfrentar su reinscripción en la sociedad de manera efectiva y digna. Este proyecto se basa en la fabricación de Tarjetas Pop Up personalizables, elaboradas con materiales de bajo impacto ecológico, que no solo generan ingresos para los internos, sino que también contribuyen a preservar el medio ambiente.

Con una población de 3,667 hombres y mujeres reclusos en el establecimiento Pedregal de Medellín, de los cuales un número significativo proviene de contextos sociales desfavorables, la falta de oportunidades de educación, empleo y capacitación se traduce en altas tasas de reincidencia. A través de la implementación del emprendimiento, se busca ofrecer una solución a estas problemáticas al proporcionar formación y desarrollo de habilidades de emprendimiento, socioemocionales y todo aquello que estas personas requieren para desenvolverse en la sociedad sin tener que reincidir.

La iniciativa propone no solo la elaboración de Tarjetas Pop Up, sino también un programa de capacitación que aborda una variedad de temas, desde habilidades técnicas relacionadas con la fabricación de productos hasta el desarrollo de habilidades blandas, como la gestión emocional y el liderazgo. Mediante la aplicación de la metodología Design Thinking, se identifican y abordan las necesidades específicas de la población carcelaria, garantizando así que las soluciones propuestas sean tanto efectivas como sustentables.

En esta propuesta se contempla no solo la creación de un modelo financiero viable que permita la operatividad del proyecto, sino también el establecimiento de relaciones con aliados estratégicos que fortalezcan su impacto social. Se espera que, al empoderar a los internos y brindarles herramientas para su formación y desarrollo, se contribuya a un futuro en el que estos individuos puedan integrarse de manera efectiva y digna en la sociedad, rompiendo así el ciclo de exclusión y violencia que rodea frecuentemente a la población carcelaria. La producción de tarjetas, pues, se convierte así en un medio de ingresos y en un vehículo para el cambio, la inclusión y la esperanza.

Objetivos

Objetivo general

Impulsar la reintegración social de personas en situación de privación de libertad a través de la implementación de un programa de producción de Tarjetas Pop Up personalizables, fomentando habilidades emprendedoras, socioemocionales y un enfoque en la sostenibilidad ambiental.

Objetivos específicos

Desarrollar un proyecto de emprendimiento social que proporcione soluciones efectivas a las necesidades de resocialización y reinserción de la población privada de la libertad.

Utilizar el enfoque Design Thinking para definir el problema específico de la población vulnerable y desarrollar soluciones innovadoras

Justificar la propuesta de valor del proyecto a través del modelo canvas

Elaborar una proyección del recurso necesario para garantizar la operatividad y financiamiento del proyecto Tarjetas Pop Up

Propuesta de Emprendimiento Social

El emprendimiento social “Tarjetas Pop Up” más que un emprendimiento, es la oportunidad que se crea para que los privados de la libertad puedan, a través de su participación, fabriquen tarjetas personalizadas con materiales de bajo impacto ecológico que posteriormente serán comercializadas, favoreciendo así el nivel económico de los internos y de sus familiares.

Esta iniciativa no solo pretende impactar positivamente esta población, sino que, a través de sus acciones tangibles e intangibles, contribuir a la consecución de los ODS 9 y 12. Este emprendimiento promueve la innovación al crear una idea de negocio, que, además de ser inclusiva por incluir personal privado de la libertad, también es sostenible tanto económica como ecológicamente, y con la capacitación y formación de los internos, no solo en habilidades artísticas, sino también en habilidades necesarias para la administración de un negocio, se pretende con esto que los privados de la libertad que hagan parte del emprendimiento también empiecen a prepararse y a adquirir capacidades que podrán usar cuando recuperen su libertad.

Impacto Social

Existe un concepto muy relacionado con el contexto carcelario y es la resocialización, el cual tiene que ver con la transformación de los internos para que estos puedan reintegrarse exitosamente en la sociedad. La realidad es que en la actualidad este proceso no se desarrolla de forma efectiva ya que según las estadísticas del Instituto Nacional Penitenciario y carcelario [INPEC], 2023, de los 106.638 privados de la libertad, 23, 752 son reincidentes, lo cual nos dice que aún no se está resocializando efectivamente a los individuos. El emprendimiento quiere aportar en la reducción de esta cifra al ofrecer verdaderas oportunidades de cambio, es decir, al ofrecer capacitación de calidad en todo aquello que estas personas requieren para que puedan trabajar en el emprendimiento, pero también en otro tipo de negocio si lo desean. Se pretende

entonces formar en herramientas que les permita desenvolverse en la sociedad sin tener que considerar el delito como forma de sostenerse.

Este emprendimiento se visualiza como ese impulso que les ayudara a fortalecer y desarrollar sus habilidades laborales y empresariales, pero también esas habilidades blandas que permitan afrontar esos desafíos que por su condición o por su pasado puedan presentarse, y les ayude a integrarse socialmente y fortalecer la cohesión social, eliminando esas diferencias y brechas sociales.

Impacto Económico

La generación de ingresos a través de las ventas pretende mejorar la calidad de vida de los internos y de sus familiares. Considerando las pocas oportunidades y el limitado apoyo que reciben en el contexto carcelario, estos se enfrentan a dificultades para cubrir sus necesidades básicas, lo que afecta directamente su bienestar emocional y su autoestima. Esta falta de recursos para necesidades como la alimentación, aseo personal y calidad de vida dentro de la cárcel puede generar un ambiente de desconfianza, estrés, baja autoestima, ansiedad, lo que aumenta así mismo, la reincidencia. Al tener la oportunidad de generar ingresos estos podrán sostenerse y suplir esas necesidades, sino que también pueden mejorar su condición actual, futura y la de sus familias.

Necesidad a Satisfacer

Son múltiples las necesidades que enfrenta la población privada de la libertad. Entre estas se encuentran las necesidades económicas, emocionales, de desarrollo, de inclusión, entre otras. La necesidad que abarca todas estas es la de contar con oportunidades para aprovechar el tiempo en la cárcel de manera productiva, transformándose y preparándose para una reintegración y resocialización exitosa a la sociedad. La iniciativa quiere ofrecer a los privados de la libertad una

forma de aprovechar su tiempo en prisión para adquirir nuevas habilidades, mejorar su situación económica, bienestar social y contribuir así en la mejora de su entorno social y familiar.

Descripción de la Población Vulnerable

La iniciativa social va dirigida a los 3.667 hombres y mujeres privados de la libertad en el establecimiento penitenciario COPED Pedregal de Medellín, de esta cifra se obtiene un total de 1,066 mujeres y 2,601 hombres. Esta población proviene en su mayoría de contextos sociales desfavorables y conflictivos, y, además, han enfrentado barreras significativas para acceder a oportunidades educativas, laborales y de desarrollo individual.

Debido a lo expuesto anteriormente, se percibe que estas personas no han tenido la oportunidad de explorar ni desarrollar habilidades que, como en el caso de la mayoría de la población, podrían haberles permitido integrarse de manera legal y justa en la sociedad.

Esta iniciativa más allá de tratarse de la elaboración y comercialización tarjetas personalizadas, tiene el objetivo de proporcionar a estos y hombres y mujeres las herramientas necesarias para desarrollar esas habilidades personales que contribuyan en su proceso de resocialización y reinserción, contribuyendo así en la construcción de un futuro con más oportunidades para ellos y la sociedad en general.

Aplicación de la Metodología Desing Thinking en la Propuesta de Emprendimiento Social Tarjetas Pop Up.

En el proceso de creación del emprendimiento social, se utiliza la herramienta Desing Thinking para identificar y desarrollar soluciones innovadoras, a los principales problemas que presenta el público objetivo. Al respecto, Castillo et al (2022) afirma que esta es una técnica de aprendizaje innovadora, la cual se enfoca en el incremento de la creatividad a través del trabajo en grupo con la finalidad de buscar soluciones prácticas a diversos problemas complejos. Asimismo, esta técnica se enfoca en reproducir la sistemática que los diseñadores siguen en aras de crear productos, servicios o campañas a partir de las necesidades de los usuarios o destinatarios.

En este sentido, la propuesta de emprendimiento social Tarjetas Pop Up a través de las diferentes etapas de la metodología Desing Thinking, busca identificar y mostrar los elementos diferenciadores que ayudan al logro de los objetivos del emprendimiento, dentro del mercado o público objetivo en este caso, los internos del COPED.

Las 5 fases del Design Thinking

Empatía

A través, de grupos focales se obtuvo información para conocer en profundidad los principales desafíos y necesidades que tiene el público objetivo del emprendimiento social de Tarjetas Pop Up.

En esta fase de conocimiento, se descubre que, aunque existen programas y proyectos de tipo laboral y de formación, promovidos por múltiples fundaciones, estos no se enfocan en la enseñanza de esas habilidades que permiten desarrollar un plan de negocio y conocimientos en cuanto al aspecto legal, financiamiento, marketing, ventas, entre otros.

Las fundaciones que hacen presencia en el establecimiento, hacen uso de la mano de obra de los internos a cambio de una remuneración insignificante, les enseñan técnicas y habilidades en diferentes áreas como peluquería, cosmetología y confección, pero, no capacitan en la materialización de los negocios; esto limita las oportunidades de los internos para que puedan emprender proyectos productivos por su cuenta una vez que recuperen su libertad.

Entre los internos se pueden encontrar diferentes tipos de habilidades y capacidades en diferentes áreas, desde la manualidad hasta conocimientos en ciencias aplicadas y puras, pero dichas habilidades no son explotadas por parte de los cuerpos colegiados, perdiéndose así una gran fuente de conocimientos y de saber que pueden ser aplicados en los proceso de resocialización con enfoque para la construcción de negocios y emprendimientos en pos de cerrar el ciclo resocializativo y como apoyo al infractor en cuanto recupere su libertad, con opciones claras y legales de empleabilidad.

Además, se evidencia que dentro del establecimiento no hay una posición clara frente al consumo sostenible de recursos, y no hay una conciencia individual respecto a esto.

Definir

Se determina que, el mayor problema que enfrenta la población objetivo es la carencia de oportunidades compatibles con los desafíos actuales en cuanto a empleo. Así pues, el problema radica en que los hombres y mujeres privados de la libertad en el COPED Pedregal carecen de oportunidades educativas y laborales de calidad y realistas que les permitan desarrollar habilidades para su reinserción social y laboral, lo que dificulta su integración en la sociedad una vez cumplan su tiempo intramural.

Idear

Una vez definido el problema central de la población objetivo, se presentan las siguientes soluciones que no solo están orientadas a resolver el problema sino, también a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 9 y 12) como contribución de la inactiva de emprendimiento, al logro de los ODS apoyándose en una responsabilidad social y en una idea de negocio innovadora y sostenible en el tiempo.

A continuación, se presentan las activadas a realizar:

Capacitación en habilidades de emprendimiento, marketing, ventas, costos, entre otros.

Talleres de desarrollo personal orientados en el fortalecimiento de habilidades socioemocionales, de resolución de conflictos, de comunicación, de autoestima y liderazgo, entre otras.

Capacitación en la creación de Tarjetas Pop Up personalizadas con técnicas, procesos y recursos eficientes y responsables con el medio ambiente.

Mentorías por parte de emprendedores sociales y empresarios para empoderar, apoyar, e impulsar la población vulnerable objeto de esta iniciativa.

Alineación con ODS, con capacitaciones sobre el impacto ambiental de los procesos y del uso de recursos de bajo impacto para fomentar la sostenibilidad.

Prototipar

Se puede iniciar este proceso con los siguientes pasos.

Capacitaciones sobre la elaboración de las Tarjetas Pop Up en pequeños grupos de internos, abarcando las diferentes partes del proceso: trazo, corte, ensamblado.

Un programa piloto de capacitación en habilidades de emprendimiento y desarrollo personal.

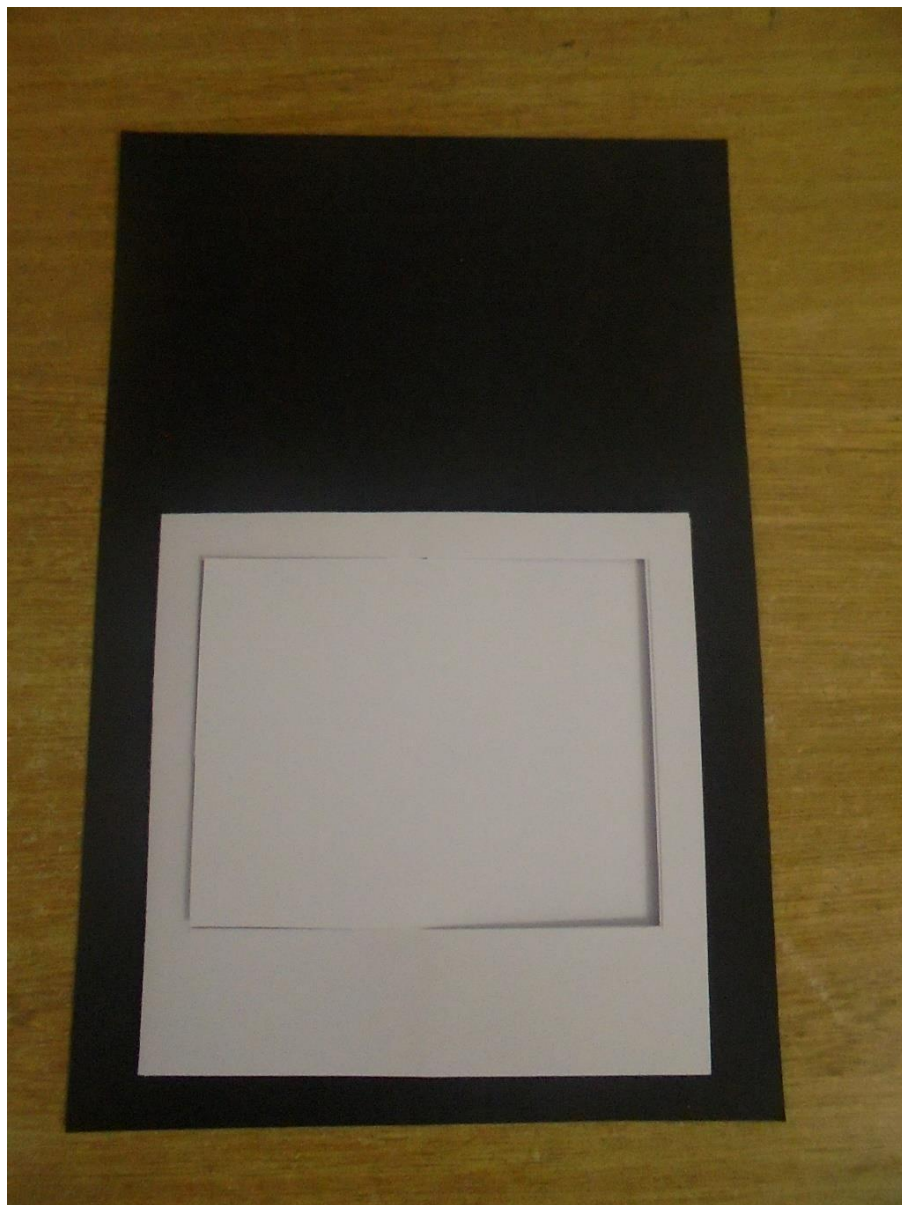
Sesión con emprendedores sociales y empresarios convencionales que, a través, de la transferencia de experiencias y conocimientos logren empoderar a los internos.

Capacitación sobre sostenibilidad y uso efectivo de recursos.

Prototipo de imágenes

Figura 1

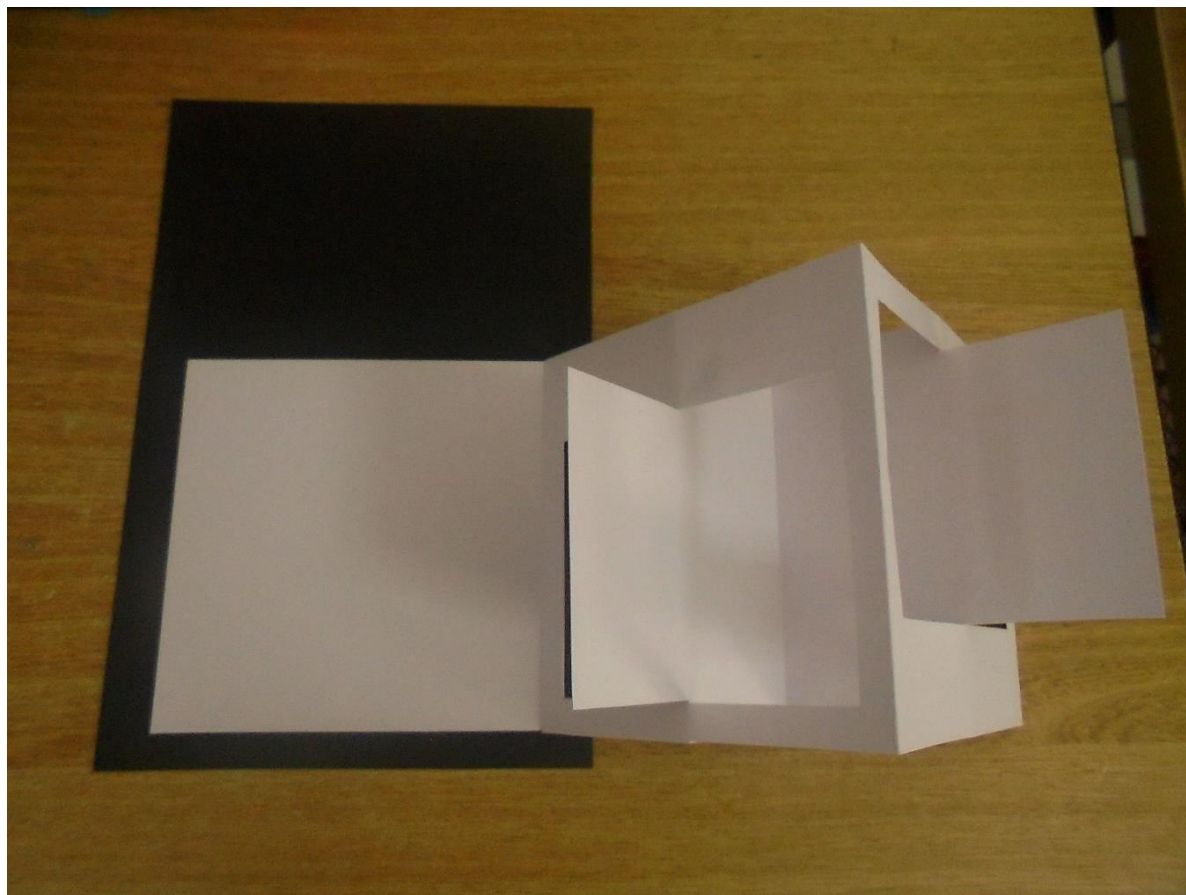
Prototipo tarjeta A



Fuente. Autoría propia

Figura 2

Prototipo tarjeta A



Fuente. Autoría propia

Figura 3

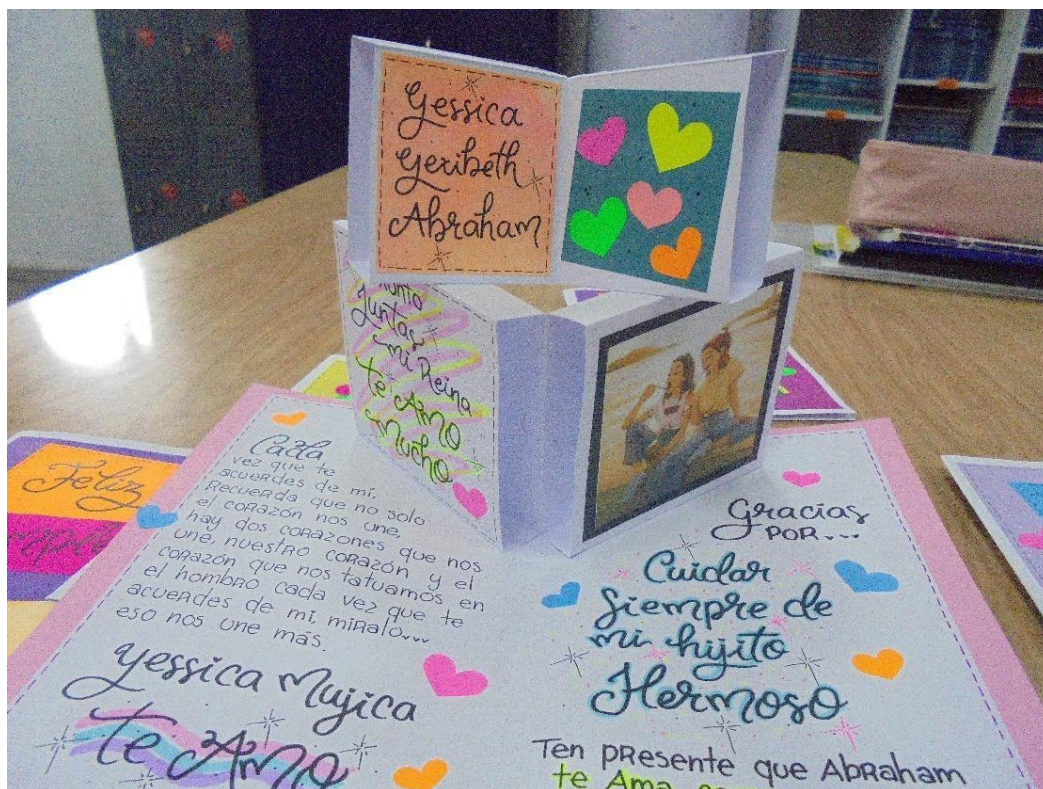
Prototipo tarjeta B



Fuente. Autoría propia

Figura 4

Prototipo tarjeta C



Fuente. Autoría propia

Figura 5

Prototipo tarjeta D



Fuente. Autoría propia

Testear

En el testeo, se pretende determinar si estos prototipos de soluciones son viables y si realmente ofrecen una solución al problema que se busca resolver.

Por lo tanto, se evalúa:

La efectividad de las capacitaciones para elaborar tarjetas: Se observa si existen dificultades para entender las instrucciones y aplicarlas efectivamente.

El impacto de las mentorías, se evalúa si realmente empoderan a los internos y les permiten ver sus proyectos o sueños desde perspectiva más positiva y posible.

La eficacia de las capacitaciones de emprendimiento y de habilidades socioemocionales o de desarrollo personal. se determina si los participantes comprenden y son capaces de aplicar lo aprendido en cuanto, a emprendimiento y si están fortaleciendo sus habilidades blandas.

Los resultados en cuanto a lo aprendido en las capacitaciones sobre sostenibilidad y el uso de recursos.

Puesto que solo se pudo llevar a cabo una prueba piloto de capacitación en la elaboración de tarjetas, se determina de esta, que las internas involucradas siguieron las instrucciones dadas efectivamente, pero tienen dificultades con la precisión de las medidas, en el uso de las herramientas como el colbón, las tijeras y los lápices. Sin embargo, hubo buena disposición de parte de estas en todo el desarrollo de la prueba.

Sustentación propuesta de valor

La propuesta de emprendimiento social Tarjetas Pop Up es una iniciativa que ofrece al personal privado de la libertad del COPED Pedregal de Medellín, una oportunidad de capacitación integral, enfocada en el desarrollo de habilidades empresariales, técnicas y socioemocionales que faciliten su resocialización y su pronta reintegración en la sociedad.

Por medio de la metodología Desing Thinking se identificaron las principales necesidades de esta población vulnerable: la falta de formación, de oportunidades económicas, de desarrollo emocional de inclusión y de conciencia sobre sostenibilidad. Para abordar estos desafíos se implementarán talleres de emprendimiento, mentorías empresariales, capacitaciones para el desarrollo de habilidades socioemocionales y formación en la creación de Tarjetas Pop Up personalizadas con materiales sostenibles que ayudan a financiar el proyecto.

Esta iniciativa tiene como objetivo no solo mejorar la calidad de vida económica de los internos y sus familias, sino también reducir la reincidencia al proporcionarles herramientas necesarias para tener una fuente de ingresos legal, digna y sostenible, promoviendo a su vez el consumo responsable y el fortalecimiento individual. Así, Tarjetas Pop Up se convierte en una solución integral que contribuye al bienestar de esta población vulnerable proporcionando oportunidades y soluciones a los problemas que enfrentan.

Formulación plan de mercadeo proyecto de emprendimiento social Tarjetas Pop Up

Comportamiento del mercado

En la construcción del proyecto de emprendimiento social, es importante tener en cuenta que, aunque el objetivo principal de este no es el beneficio económico, este debe alcanzar un sostenimiento que le permita cumplir con el objetivo principal de la iniciativa: solucionar los problemas y necesidades de formación y laborales que faciliten la reintegración de los privados de la libertad a la sociedad. Por tal razón, es necesario formular un plan de mercadeo efectivo que facilite la definición y desarrollo de los aspectos clave que permitan tener información una base para la demás toma de decisiones. Uno de estos aspectos clave es el comportamiento del mercado, el cual proporcionará datos sobre el público objetivo del producto tangible e intangible que ofrece la iniciativa, conocer sus deseos, qué le podemos ofrecer, qué le ofrece la competencia y la forma en la que podemos alcanzar o satisfacer lo anterior.

A continuación, se especifica el comportamiento del mercado a través de los siguientes ítems:

Estudio de la competencia

Los estudios preliminares de otros negocios enfocados en la fabricación y comercialización de tarjetas pop-up personalizadas en el mercado han mostrado que no hay una competencia directa para tarjetas pop-up, ya que, aunque hay presencia de negocios que venden tarjetas, estas no son el producto ganador u oficial que se ofrece al público, sino un adicional a un producto que contiene diferentes artículos como regalos, dulces, entre otros.

Hay que destacar que las tarjetas que ofrecen no son totalmente personalizadas y no contienen la característica distintiva de Tarjetas Pop Up, que es el diseño pop up o 3D. Lo

anterior muestra que Tarjetas Pop Up tiene la oportunidad de posicionarse como un negocio que comercializa Tarjetas Pop Up personalizadas para diferentes motivos y que además forma parte de una iniciativa social que apoya a la población privada de la libertad en el COPED Pedregal de Medellín.

Los estudios de otras Tarjetas Pop Up personalizadas en el mercado han mostrado que no hay una competencia directa para Tarjetas Pop Up; aunque hay tiendas de sentimientos y negocios que venden tarjetas, este no es el producto estrella u oficial que ofrecen al público, sino un adicional a un kit o combo que contiene otros artículos como regalos, dulces y otros souvenirs. Las tarjetas que ofrecen no son personalizadas y no contienen la característica distintiva de la nuestra, el modelo pop up.

Como se mencionó, no hay una competencia directa para el negocio, lo cual muestra que el mercado no tiene un conocimiento concreto sobre este tipo de producto, pero hay una oportunidad en este contexto y, para aprovecharla, hay que segmentar el mercado por sus características psicográficas (estilo de vida) y socioeconómicas y por los beneficios que buscan al adquirir este tipo de producto, para así satisfacer esos deseos específicos y lograr que todas nuestras acciones de marketing sean más efectivas.

Segmento de mercado

Para el emprendimiento Tarjetas Pop Up, se define un segmento de mercado que se caracteriza por su interés en productos hechos a mano, originales, artesanales, personalizados, con una historia, que apoyen o hagan parte de causas sociales y que sean responsables con el ambiente al hacer uso eficiente de su materia prima.

Es fundamental realizar esta segmentación, dado que se trata de un emprendimiento, con recursos limitados, por lo que es importante que la acción de marketing se enfoque en este segmento.

Estrategias marketing

El emprendimiento Tarjetas Pop Up ofrece un producto único en el mercado, pero otra fortaleza destacable es el componente social. Considerando esto, es importante conectar emocionalmente con este segmento definido en el apartado anterior. Es importante dejar claro y resaltar que son productos elaborados por internos y que su compra genera un gran impacto en el proceso de resocialización y reinserción social de estos individuos durante su privación de libertad.

Para lograr la visualización de esta información, se incluirá en los sobres de las tarjetas y en los sitios web mensajes que hagan referencia al apoyo que estos productos brindan a la formación laboral, educacional, emocional, y económica de los internos. Cada tarjeta incluirá una pequeña historia de la persona que la hizo, con el objetivo de conectar emocionalmente y añadir un valor extra al producto.

Entre las estrategias de marketing para esta iniciativa se incluye el posicionamiento de la marca; que se reconozca en el mercado como una iniciativa social y no solo como una que comercializa tarjetas personalizadas. Para crear esta recordación se ha establecido un lema (Tarjetas que transforman vidas), el cual estará visible en cada una de las acciones del mercadeo, sea virtual o físico.

Alianzas con fundaciones que apoyen otras causas sociales o afines donde, a través del uso conjunto de visualización web o física, se pueda dar a conocer el producto y la iniciativa.

Canales de venta alternativos: aprovechar las ferias relacionadas con productos artesanales y de bajo impacto ambiental es una buena oportunidad de darle reconocimiento al producto.

Influencer marketing a través de cuentas de influencers que estén conectados con las causas sociales para que estos nos ayuden a visualizar el emprendimiento.

Consolidación del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento a partir del modelo Canvas

Actividades clave

Creación de diseños originales y producción de Tarjetas Pop Up personalizables utilizando solo material sostenible.

Formación continua en técnicas de diseño, elaboración de tarjetas, habilidades de emprendimiento y socioemocionales.

Desarrollo de estrategias de marketing digital que promuevan la compra de los productos y la fidelización de los clientes.

Un sistema de control de calidad para asegurar que las tarjetas cumplan con los estándares establecidos.

Establecimiento constante de relaciones con aliados estratégicos como ONGs, fundaciones y organizaciones que puedan ayudarnos a darnos la visualización y el apoyo que necesitamos.

Socios y asociaciones clave

Proveedores de papel reciclado y otros materiales sostenibles para la elaboración de las tarjetas.

ONGs que se enfoquen en la reintegración social y económica de personas privadas de la libertad, para colaborar en programas de capacitación y formación.

Aliados estratégicos en plataformas de comercio electrónico que permitan la venta y promoción de las tarjetas a un público más amplio.

Empresas que tengan programas de responsabilidad social empresarial y puedan ofrecer apoyo económico o logístico.

Recursos clave

Materia prima de bajo impacto, accesible y económica dentro del entorno carcelario.

Personas internas capacitadas y motivadas en la elaboración de tarjetas pop-up.

Manual de trabajo detallado para asegurar la eficiencia en el proceso de producción.

Persona que gestiona las redes sociales y la presencia en línea, promoviendo y manteniendo el contenido actualizado.

Proveedores fiables

Herramientas necesarias para la creación de las tarjetas pop-up y espacios adecuados para llevar a cabo la actividad de producción.

Segmento del mercado o de clientes

Personas detallistas que valoran detalles únicos y personalizados para regalar, especialmente aquellos con un significado especial; personas con conciencia ambiental que prefieren productos de bajo impacto y prácticas sostenibles; y personas que apoyan causas sociales, interesadas en contribuir al bienestar social y la reintegración de internos a través de la compra de productos con impacto positivo.

Canales de Comunicación

Se dará a conocer y logrará visibilidad principalmente a través de páginas web y redes sociales de aliados estratégicos, lo que permitirá alcanzar una mayor cobertura de manera rápida y eficiente. Se contará con una página web propia y presencia activa en redes sociales, lo cual reforzará la capacidad de conectar con clientes interesados en los productos.

Relación con los clientes

La relación con el cliente estará basada en un servicio personalizado y de alta calidad, asegurando la satisfacción total del cliente. Se ofrece un servicio tanto pre como postventa que permitirá mantener una comunicación constante y efectiva con los clientes, atendiendo sus necesidades y asegurando que su experiencia con los productos sea excelente desde el primer contacto hasta después de la compra.

Producto o propuesta de valor

La iniciativa ofrece tarjetas pop-up elaboradas con materiales sostenibles y de bajo impacto ambiental, producidas por internos privados de la libertad. Estas tarjetas serán comercializadas, lo que ayudará a mejorar la situación económica y la reintegración social de los internos. Además, el emprendimiento apoyará la formación en emprendimiento y desarrollo socioemocional, capacitando a los internos para que adquieran herramientas que les permitan desenvolverse en la sociedad de forma legal y sostenible.

Estructuras de costes

Costos de producción

Manteniendo de páginas web y campañas de marketing

Logística (envío)

Fuentes de ingresos

Venta de las tarjetas pop-up

Donaciones de fundaciones y ONGs

Crowdfunding a través de personas que apoyen la iniciativa.

Colaboración de empresas a través de RSE

Fuentes de ingresos

Venta de las tarjetas pop-up

Donaciones de fundaciones y ONGs

Crowdfunding a través de personas que apoyen la iniciativa.

Colaboración de empresas a través de RSE

Tabla 1*Modelo canvas*

		Modelo CANVAS		
Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con cliente	Segmento de cliente
Proveedores de papel reciclado y otros materiales sostenibles	Creación de diseños originales y producción de Tarjetas Pop Up	La iniciativa ofrece tarjetas pop-up elaboradas con materiales sostenibles y de bajo impacto ambiental, producidas por internos privados de la libertad para el mejoramiento de su situación económica y su reintegración social a través de formación en emprendimiento y habilidades socioemocionales.	Servicio personalizado y de alta calidad, servicio tanto pre como postventa	Personas detallistas que se interesan por detalles únicos y personalizados
ONGs que se enfoquen en la reintegración social y económica de personas privadas de la libertad	Formación continua en técnicas de diseño, habilidades de emprendimiento		Comunicación constante en redes sociales y pagina web	Personas con conciencia ambiental que prefieren productos de bajo impacto y con prácticas sostenibles
Aliados estratégicos en plataformas de comercio electrónico	Desarrollo de estrategias de marketing digital Un sistema de control de calidad			

Empresas que tengan programas de responsabilidad social Establecimiento constante de relaciones con aliados estratégicos

Recursos clave

Materia prima de bajo impacto.

Personas internas capacitadas y motivadas

Manual de trabajo detallado

Persona que gestiona las redes

Proveedores de material de bajo impacto

Canales de comunicac

Página web

Redes sociales de aliados estratégicos

Redes sociales propias

espacios adecuados para

llevar a cabo la actividad

de producción.

Materia prima

Tecnología

Estructura de costos

Costos de producción

Manteniendo de páginas web y campañas de marketing

Logística (envío)

Fuente de ingresos

Ingreso por Venta de las tarjetas pop-up

Donaciones de fundaciones y ONGs

Crowdfunding a través de personas que apoyen la iniciativa.

Colaboración de empresas a través de RSE

Fuente. Elaboración propia.

Proyección operativa y financiera

Caracterización del producto o servicio

Las Tarjetas Pop Up son tarjetas personalizadas que al abrirse contiene elementos que se despliegan, o se elevan según el mecanismo específico de cada una. Son una manera creativa y única de transmitir mensajes. Las tarjetas además de ser atractivas visualmente, tiene un enfoque en la sostenibilidad, en el desarrollo de habilidades y la resocialización, al ser producidas en un establecimiento carcelario.

Especificaciones técnicas

Tamaño: las tarjetas tienen dimensión de 21.9 x 13.97 cuando están cerradas. Al abrirlas sus dimensiones son 21.9 cm x 27.9cm.

Color: la base de las tarjetas es de color blanco, pero pueden personalizarse en cualquier color según las preferencias del cliente.

Materiales: se utilizan materiales de bajo impacto ambiental, principalmente cartulina opalina y hojas iris.

Diseño: actualmente se cuentan con 20 diseños de tarjetas, estas presentan elementos que saltan a la vista porque se despliegan o se levantan una vez abiertas.

Relación de procesos

En la gestión de pedidos dentro del establecimiento carcelario, la relación de proceso es un elemento esencial para garantizar la efectividad y la eficiencia de las operaciones. En esta relación de procesos intervienen varios actores: un voluntario externo, uno interno y 11 colaboradores internos inicialmente. La interacción entre los voluntarios es crucial para asegurar que los pedidos se gestionen adecuadamente.

A continuación, se especifica cada paso del proceso, desde la recolección del pedido hasta su entrega.

Recepción pedidos en redes sociales. Se verifica el inventario para confirmar la existencia del modelo y se procede a registrar el pedido y confirmar con el cliente el recibido del pedido.

Envío de pedidos. con su respectiva especificación a establecimiento. Esto se hace de mera virtual a través del voluntario interno y el externo.

Preproducción y producción. se preparan los materiales necesarios para producir los pedidos y se procede a la producción a través de las 5 estaciones productivas: trazo, corte, plegado, ensamble, decoración.

Trazo. según la guía específica para cada diseño de tarjeta, se trazan las medidas necesarias para los cortes o pliegues necesarios en su elaboración.

Corte. utilizando las herramientas adecuadas se cortan las piezas de cartulina según los diseños previamente trazados.

Plegado. se pliegan cuidadosamente las piezas y se procede a borrar trazo de lápiz.

Ensamblaje. las piezas plegadas y cortadas se ensamblan a la tarjeta, para esta etapa se hace uso de pegante.

Decoración. una vez listo el esqueleto del diseño, se añade la decoración que contiene ilustraciones, mensajes personalizados en hojas de color, y adornos que correspondan a las especificaciones del cliente.

Empacado y etiquetado. se empaican las tarjetas en sus respectivos sobres y estas se acompaña con la información del cliente. En este paso se verifica la información de los pedidos (datos cliente, pedido específico y dirección)

Preparación pedidos. a la entrega de los pedidos se coordina con los dos voluntarios ya que hay momentos específicos para la salida de estos del establecimiento.

Envío pedido. una vez están en manos del voluntario externo, esta se encarga del envío de los pedidos a través de domiciliarios confiables y se hace el seguimiento hasta que el pedido llegue a manos del cliente.

Recursos humanos, tecnológicos y de infraestructura

Recursos humanos

Personal interno (11 internos) capacitados en la elaboración de Tarjetas Pop Up y uso de herramientas manuales

Voluntario interno y externo (2 voluntarios) los cuales aportaran a la inactiva desde sus capacidades y habilidades. uno es un externo que brindara su tiempo a través del manejo de las redes sociales, la creación de contenido y recepción y diligenciamiento de pedidos. El voluntario interno es funcionario INPEC y ayudara con la salida y entrada de material y pedidos previo a autorización de la dirección y subdirección del establecimiento.

Infraestructura

El espacio físico debe tener unas medidas mínimas de 40 metros cuadrados que garanticen un ambiente seguro, comodidad en el desplazamiento y capacidad de almacenamiento de equipos y materiales.

Mobiliario y equipamiento. Se necesitan los siguientes recursos para llevar a cabo la producción:

5 mesas de medidas de 150 x 70 cm aptas para el uso de dos personas por mesa.

12 sillas, para el uso de los colaboradores en sus respectivos puestos.

3 estanterías para el almacenamiento de materia prima y producto terminados

Herramientas de trabajo

- 2 guillotinas de papel esenciales para recorta los materiales con precisión
- 20 reglas necesarias para la media en los cortes y diseños
- 60 lapiceros necesarios para la terminación y decoración final de las tarjetas
- 20 tijeras necesarias para cortes específicos y diferentes tipos de papel
- 4 troqueles para la creación de formas específicas en los diferentes diseños de las tarjetas.

Tecnología

1 impresora, fundamental para la impresión de diseños y los elementos gráficos de las tarjetas.

1 computador, necesario para el diseño de las tarjetas y la gestión administrativa del emprendimiento.

Software gratuito Microsoft 365 específicamente aplicaciones como Excel y Microsoft Planner.

Software de diseño gráfico como ilustrador y Photoshop

Cuenta en la red social Instagram como plataforma de comercio electrónico.

Estructura de costos

A continuación, se presentan los principales componentes que conforman la estructura de costos del emprendimiento social, junto con sus respectivos valores.

La estructura de costos abarca los gastos asociados con la producción inicial diario de 8 Tarjetas Pop Up durante un periodo determinado de 25 días. Debido a las restricciones del sitio, la labor se realiza únicamente de lunes a sábado, generando un total de 200 tarjetas al mes.

Cada tarjeta tiene un tiempo de producción de 60 minutos, dado que la jornada consiste en 8 horas diarias, esto se traduce en un total de 480 minutos disponibles por día para la producción.

No existe un salario fijo establecido ya que el emprendimiento no cuenta con las capacidades financieras para esto, pero se establece un precio por minuto que se relaciona con el precio de venta del producto. Así pues, la compensación de los colaboradores comprende el tiempo trabajado por tarjeta y un porcentaje del total de las ganancias por las ventas de las tarjetas.

El precio por minuto varía según el modelo de tarjeta, ya que este influye en el precio de venta, así como en el costo unitario.

Tabla 2

Estructura de costos materia prima 200 unidades

Materia prima	Consumo	Precio	cantidad	Materia Prima que se requiere	Costo de Materia prima
Opalina	2 Hojas	\$	800	400 Hoja	\$ 320.000 hojas
Cartulina Hojas	1 Hojas	\$	375	200 Hoja	\$ 75.000 hojas
Iris Hojas	2 Hojas	\$	467	400 Hoja	\$ 186.800 hojas
sobres	2 Hojas	\$	70	400 Hoja	\$ 28.000 hojas
Colbon	1 ml	\$	200	200 ml	\$ 40.000 ml
Costo de Materia Prima					\$ 649.800

Nota. Esta tabla muestra los costos de materia prima en función al consumo requerido por unidad para cada tipo de material y el total necesario para la cantidad de unidades proyectadas. *Fuente.*

Autoría propia.

Tabla 3*Tabla estructura de costos mano de obra directa*

Mano de obra	Tiempo	Valor Minuto	Costo de mano de obra
Operativa	12.000 Minutos	\$60	720.000
Costo de Mano de Obra Directa			\$ 720.000

Nota. Esta tabla muestra el valor por minuto y el tiempo requerido para la elaboración del número de tarjetas proyectado. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 4*Costos Indirectos de Fabricación*

Operario	Dias	Costo Mano de Obra
Publicidad	25	\$100.000
Mantenimiento herramientas	25	\$80.000
Costo de Mano de Obra Indirecta o CIF		\$180.000

Nota. Esta tabla muestra los valores de los costos indirectos por un periodo de 25 días. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 5*Tabla costos fijos y variables*

Costos fijos	Detalle	Mes	Año
Infraestructura/Local	NO APLICA	\$	- \$ -
Depreciación	Depreciación de equipos	\$	29.917 \$ 359.004
Mantenimiento		\$	180.000 \$ 2.160.000
Servicios públicos	Internet	\$	80.000 \$ 960.000
Papelería	Lapiceros-Calculadoras-	\$	50.000 \$ 600.000
Marketing	Campañas de marketing	\$	80.000 \$ 960.000

Total		\$	419.917	\$	5.039.004
Costos variables					
Materia Prima		\$	649.800	\$	7.797.600
Comisiones	Promedio comisión 120,000	\$	120.000	\$	1.440.000
Nomina	Operarios	\$	720.000	\$	8.640.000
Total		\$	1.489.800	\$	17.877.600
<hr/>					
costos totales		\$	1.909.717	\$	22.916.604

Nota. Costos fijos y variables Tarjetas Pop Up. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 6

Costo promedio unitario

Unidades producidas año	4933
Costo variable unitario	\$7.749
Precio de venta unitario	\$22.140

Nota. Esta tabla muestra el costo promedio unitario, especificando las unidades por año, el CVU y el PVU. *Fuente.* *Elaboración propia.*

Conformación del equipo de trabajo

Un coordinador del proyecto. interno que se encargara de la capacitación de los internos en cuanto a la producción de las tarjetas así como en la planeación de las actividades formativas en emprendiendo y habilidades socioemocionales.

Voluntario externo. Encargado de la creación de contenido recepción de pedidos y gestión de inventario

Voluntario interno. Encargado de transmitir a la información, gestionar la salida y entrada de pedidos y materia prima.

Colaboradores. 10 internos encargados de la producción, con las habilidades, motivación y compromiso para aportar al emprendimiento.

Definición de un cronograma de actividades y metas alcanzables

Tabla 7

Cronograma mensual Tarjetas Pop Up

Cronograma mensual tarjetas pop up				
Semana	Actividad	Fecha	Metas	Persona a cargo
Semana 1	Capacitación en proceso de trazo, Corte y plegado.	01-03 del mes	completar la capacitación teórica y practica	Coordinador proyecto.
	Taller de habilidades emocionales	04 del mes	desarrollar técnicas de manejo emocional	Externo
Semana 2	Capacitación en ensamble y terminación	05-08 del mes	Finalizar el entendimiento del proceso completo	Coordinador proyecto.
	Creación de texto pre impresión	09-10 del mes	Elaborar textos para 3 ejemplos de productos.	Coordinador proyecto.
semana 3	Capacitación en emprendiendo	11-14 del mes	Generar un plan de negocio inicial	Externo
	Capacitación en reutilización y usos sostenible de recursos.	15-17 del mes	Identificar 3 oportunidades de reutilización en el emprendimiento	externo
Semana 4	Taller de marketing		Diseñar una campaña de marketing para un producto	Externo

Evaluación general de capacitación		Recoger feedback de las capacitaciones	Externo
Ajustes basados en la evaluación	23-24 del mes	Implementar mejoras sugeridas en un nuevo plan	Externo

Fuente. Elaboración propia.

Proyección de ingresos

Tabla 8

Proyección de ingresos por ventas mes

Unidades/Mes proyectadas	Und/Mes	P venta	Total Ventas
Enero	200	\$ 22.140	\$ 4.428.000
Febrero	200	\$ 22.140	\$ 4.428.000
Marzo	250	\$ 21.983	\$ 5.495.750
Abril	313	\$ 21.778	\$ 6.816.514
Mayo	390	\$ 21.618	\$ 8.431.020
Junio	450	\$ 21.531	\$ 9.688.950
Julio	450	\$ 21.531	\$ 9.688.950
Agosto	480	\$ 21.496	\$ 10.318.080
Septiembre	480	\$ 21.496	\$ 10.318.080
Octubre	480	\$ 21.496	\$ 10.318.080
Noviembre	480	\$ 21.496	\$ 10.318.080
Diciembre	480	\$ 21.496	\$ 10.318.080

Nota. Esta tabla muestra la proyección de ingresos por ventas en un periodo de 12 meses. *Fuente.*

Elaboración propia

Proyección de ventas

Tabla 9

Proyecciones de ventas mes

Ventas proyectadas mes	unidades
Enero	200
Febrero	250
Marzo	313
Abril	390
Mayo	450
Junio	450
Julio	480
Agosto	480
Septiembre	480
Octubre	480
Noviembre	480
Diciembre	480
Total	4933

Nota. Esta tabla muestra la proyección de ventas por mes, especificando el número de unidades.

Fuente. Elaboración propia

Precio de venta

El precio promedio de venta del producto principal de Tarjetas Pop Up se establece de manera comercial y competitiva, generando así oportunidades favorables en un mercado donde no existe competencia directa. Se fija un precio de \$ 22.140 pesos que se modifica según cantidad de producción, con un rango de variación entre 2\$1.496 a \$22.140. Esta estrategia de precios permite maximizar la rentabilidad y adaptabilidad del emprendimiento a los cambios del mercado.

Punto de equilibrio

Tabla 10

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio		
Ventas	\$	4.428.500
costos variable unitario	\$	7.7496
precio venta unitario	\$	22.140
costo mercancía vendida	\$	1.549.800
costos fijos	\$	180.000
Margen por unidad		65%
punto de equilibrio en unidades		13
utilidad bruta	\$	2.878.200

Nota. Esta tabla especifica elementos clave del punto de equilibrio de Tarjetas Pop Up. *Fuente.*

Elaboración propia

Inversión inicial

Inversión inicial, descripción los conceptos que incluyen este rubro y presentar su respectiva tabla. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

Tabla 11

Inversión inicial

Rubro	Concepto	Valor
Activos Fijos	Maquinaria y	
	Equipo	
	Muebles y Enseres	
	Equipo de Oficina	
		\$ 3.285.000
Instalaciones y puesta en marcha		
	Gastos Legales de constitución	\$ 200.000
	Marketing	\$ 180.000

	Salarios	\$	720.000
Capital de trabajo		\$	623.200
Total		\$	5.008.200

Fuente. Autoría propia.

Tabla 12

Mobiliario, maquinaria y equipo

Unidades	Mobiliario, maquinaria y equipo	Precio unidad	Total
5	mesas	150.000	750.000
12	sillas	60.000	720.000
1	Impresora	500.000	500.000
1	Computador	300.000	300.000
3	Estanterías	100.000	300.000
1	Greca	35.000	35.000
2	Guillotina papel	70.000	140.000
20	Reglas	5.000	100.000
40	Lapiceros	3.000	120.000
20	tijeras	10.000	200.000
4	Troqueles	30.000	120.000
	Total		3.285.000

Fuente. Autoría propia.

Fuentes de financiamiento

El emprendimiento de Tarjetas Pop Up busca un enfoque sostenible para alcanzar sus objetivos sociales y económicos. Para esto, se pretende financiar inicialmente a través de contribuciones y donaciones de fundaciones de impacto social, ONGs, empresas con responsabilidad social que compartan los valores y objetivos del emprendimiento. La puesta en

marcha del negocio se llevará a cabo gracias a una inversión total proveniente de estas figuras y se prevé reinvertir en el negocio los ingresos por las primeras ventas, lo que permitirá financiarse de manera autónoma y sostenible, aportando al crecimiento de la oferta de productos sin depender netamente de las donaciones o contribuciones externas. Las donaciones y contribuciones adicionales facilitarán el crecimiento y cobertura de la iniciativa y el fortalecimiento de las relaciones comerciales que sin duda serán beneficiosas para el emprendimiento social.

Resumen financiero

la iniciativa Tarjetas Pop Up se puede considerar un emprendimiento altamente rentable, gracias a diversas razones que demuestran su viabilidad y potencial de crecimiento. En primer lugar, la diferencia significativa entre el costo de producción y el precio de venta dejan un margen de utilidad que supera el 60%, lo cual permite fácilmente cubrir tanto los costos fijos como los variables. De esta utilidad, un 20% se destinará a la reinversión en capacidad de producción, lo cual permitirá aumentar la cantidad de las unidades producidas y, en consecuencia, la utilidad generada, propiciando un crecimiento sostenido mes a mes. Esto se traduce en un ingreso significativa, lo que indica una demanda creciente por los productos.

Además, la estrategia de establecer un precio de venta promedio de 22.140 con un rango de variación entre \$21.496 y \$ 22.140 también asegura competitividad en el mercado, permitiendo captar un espectro amplio de clientes. Con costos fijos con relativamente bajos, se minimiza el impacto en el costo final del producto lo que permite mantener un costo promedio unitario de solo \$7.749. Esto contribuye a consolidar una alta utilidad bruta que se proyecta en aproximadamente \$2.878.200 al final del ejercicio.

La iniciativa tiene un enfoque centrado en la sostenibilidad y en generar un impacto positivo en la sociedad, al especializarse en la producción de tarjetas artesanales, personalizadas y de bajo impacto ambiental. Esta propuesta de valor resulta atractiva para un mercado que busca productos ecológicos y significativos. Además de este compromiso con el medio ambiente, la iniciativa apoya la formación de habilidades de emprendimiento, así como el desarrollo de habilidades socioemocionales en personas privadas de la libertad a través de capacitaciones de calidad que permiten empoderar los privados de la libertad brindándoles herramientas necesarias para iniciar sus propios proyectos y reintegrarse eficazmente en la sociedad. La falta de competencia directa refuerza la posición de la empresa en el mercado, favoreciendo a la explotación de sus características distintivas y su enfoque en la responsabilidad social.

La combinación de un margen de utilidad alto, el crecientito proyectado de ventas, una estructura de costos eficiente y un enfoque social y sostenible posiciona la iniciativa Tarjetas Pop Up como un proyecto no solo viable, sino también rentable en el mercado actual.

Referencias Bibliográficas

- Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). *El perfil emprendedor*. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>
- Camacho, L. D. (2020). *Empresas sociales*. [Objeto_virtual_de_Informacion_OVI]. Repositorio Institucional UNAD.
- Castillo Aguilar, J. J., Postigo Pozo, S., Ruiz Mora, I., Casanueva Pérez, C., Abramovic, B., & Marinov, M. (2022). Aplicación de la metodología basada en Design Thinking para el aprendizaje de conceptos técnicos ferroviarios. *In CIBIM 2022*. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/25438>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Educación y formación en emprendimiento social: *características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social*. (2023).
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados*; Desing Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1 (2019). ;<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/85>

Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte.*

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021). *Marketing para abogados.. Wolters Kluwer España.*

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). *Marketing en redes sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia.*

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

Perdomo Paredes, S., Molina Peralta, I., Lanza, L. C., & Hurtatis Leal, M. (2023). *Estrategias empresariales: un caso de economía solidaria. Sello Editorial UNAD.*

Peña Huaytalla, E. (2019). *Desing Thinking - 3. Universidad Continental; Repositorio Institucional - Continental.*

Sánchez de Puerta, P. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en marketing. COMM025PO. IC Editorial.* <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios. Editorial Uniagustiniana.*

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/19938>

Vega Guerrero, J. (2019). *"Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social" La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas. En: Colombia ISBN: 978-958-651-633-4 ed: Sello*

Editorial UNAD, v. , p.131 - 151 ,2019.

<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/114/111/561>

Villa Sánchez, A. (2021). *Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social:*

A training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. Educar, 57(1), 97–116.

<https://doiorg.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>

Apéndice

Apéndice A

Preguntas grupo focal

- ¿Qué opinan sobre los programas de formación y de trabajo
- ¿Consideran que los programas de formación y laboral son suficientes para enfrentar la vida fuera de la cárcel?
- ¿Qué programas que creen que faltan y serían realmente beneficiosos?
- ¿Han aprendido alguna vez sobre como emprender un negocio o crear un proyecto propio?
- ¿Qué piensan que sería necesario aprender para esto?
- ¿Qué habilidades o talentos creen que tiene que podrían ser útiles para un futuro empleo o emprendimiento?,.
- ¿Si tuviéramos un programa que les permita enseñar a otros internos, que habilidades estarían dispuestos a compartir con los demás?
- ¿Qué tipo de apoyo necesitan para desarrollar una idea de negocio ¿
- ¿creen que, si cuentan con los conocimientos necesarios para emprender, podrías hacerlo?
- ¿Qué piensan sobre el consumo sostenible, y el cuidado del medio ambiente,
- ¿Es algo que se haya hablado aquí?

- ¿Qué creen que debería incluir un programa de resocialización para prepararlos mejor la vida fuera del centro penitenciario?
- ¿Qué tipo de apoyo creen que deben tener para una buena resocialización?
- ¿Qué es lo más difícil que tiene que enfrentar al salir del centro penitenciario?
- ¿Qué creen que podría cambiar para que el sistema de formación y resocialización sea más efectivo?