

Artesanías Recicladas en Pamplona Norte de Santander

Lady Tatiana Henao Galvis

Natalia García Ruiz

Luis Alfredo Román Palacios

Carmen Roció Cañas Parada

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Tecnología Gestión Comercial y de Negocios

2025

Resumen

El proyecto artesanías recicladas en Pamplona surge como una problemática ambiental derivada del manejo inadecuado de residuos sólidos y la necesidad de inclusión social de adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, impulsan la creación de iniciativas sostenibles que generen impacto positivo en la comunidad. Creando una propuesta de emprendimiento social que integra la economía circular, el arte artesanal y la responsabilidad social, en el mejoramiento de una sociedad vulnerable expuesta a problemas de adicción, y con apoyo de adultos mayores organizados irán transformando materiales reciclados en productos innovadores y funcionales. A través de la metodología Design Thinking, se ha desarrollado una estrategia que combina creatividad, empatía y sostenibilidad, con el propósito de brindar oportunidades productivas, fomentar la conciencia ambiental y dinamizar la economía local en Pamplona, Norte de Santander.

Palabras Claves: emprendimiento social, sostenibilidad, inclusión social, adultos mayores, jóvenes, rehabilitación, artesanías recicladas, conciencia ambiental.

Abstract

The Recycled Handicrafts Project in Pamplona arises as a response to an environmental issue caused by the improper management of solid waste and the need for social inclusion of elderly adults and young people in rehabilitation. This has driven the creation of sustainable initiatives that generate a positive impact on the community. The project presents a social entrepreneurship proposal that integrates circular economy, artisanal art, and social responsibility, aiming to improve a vulnerable society affected by addiction problems. With the support of organized elderly adults, recycled materials will be transformed into innovative and functional products. Using the **Design Thinking** methodology, a strategy has been developed that combines creativity, empathy, and sustainability, with the goal of offering productive opportunities, promoting environmental awareness, and boosting the local economy in Pamplona, Norte de Santander.

Keywords: social entrepreneurship, sustainability, social inclusion, elderly adults, youth, rehabilitation, recycled handicrafts, environmental awareness.

Tabla de Contenido

Introducción	9
Objetivo General	10
Propuesta de emprendimiento social y análisis de oportunidades artesanías recicladas en pamplona, norte de Santander	11
Contexto y Demanda del Producto	11
Materia Prima Reciclable.....	12
Fuentes de Material Reciclado.....	12
Modelo de Negocio y Viabilidad Económica.....	12
Impacto Social y Económico	13
Necesidades o Desafíos Que Satisfacer	15
Descripción del Grupo o Población Beneficiada	15
Vinculación de la Comunidad.....	15
Metodología Design Thinking	16
Fase Empatía.....	16
Mapa de Empatía – Adultos Mayores y Jóvenes en Rehabilitación.	208
Fase de Definir.....	20
Definición del Problema	21
Etapa Ideación.....	21
Fase de Prototipo	25
Prototipos Iniciales.....	25
Fase Testeo	26
Análisis del mercado y estrategias de mercadeo	29

Mercado objetivo	29
Competencia	30
Objetivos de Marketing:	31
Bocetos	31
Análisis de costos para proyecto de artesanías recicladas	38
Inversión inicial del proyecto:	38
Costos de marketing.....	39
Estimación de ingresos	39
Proyección de ganancias	40
Propuesta de valor y modelo de negocio.....	39
Proyección operativa y financiera	42
Ficha técnica del producto y procesos requeridos	42
Costos indirectos estimados	46
Costos indirectos estimados	48
Costos indirectos estimados	50
Organigrama	55
Procesos pre-operativos y localización del proyecto	56
Proyección de Ingresos por ventas.....	56
Sustentación del plan de trabajo	64
Valor total de la inversión.....	66
Fuentes de financiamiento	66
Conclusión.....	67
Bibliografía.....	69

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Transformación de debilidades a fortalezas</i>	17
Tabla 2 <i>Transformación de amenazas en oportunidades</i>	18
Tabla 3 <i>Matriz Eric</i>	22
Tabla 4 <i>Capacidad instalada</i>	43
Tabla 5 <i>Materiales por unidad</i>	44
Tabla 6 <i>Mano de obra directa</i>	45
Tabla 7 <i>Materiales por unidad</i>	46
Tabla 8 <i>Mano de obra directa</i>	47
Tabla 9 <i>Materiales por unidad</i>	48
Tabla 10 <i>Mano de obra directa</i>	49
Tabla 11 <i>Infraestructura, maquinaria y elementos operativos</i>	50
Tabla 12 <i>Equipo de trabajo y salarios</i>	51
Tabla 13 <i>Parafiscales y prestaciones sociales</i>	53
Tabla 14 <i>Equipo de oficina</i>	55
Tabla 15 <i>Costos del proyecto</i>	57
Tabla 16 <i>Cargo y funciones de los empleados</i>	58
Tabla 17 <i>Cálculo de la Demanda</i>	59
Tabla 18 <i>Proyecciones de venta (Unidades)</i>	59
Tabla 19 <i>Precio de venta propuesto</i>	60
Tabla 20 <i>Punto de Equilibrio</i>	60
Tabla 21 <i>Proyecto de ingresos por ventas</i>	62
Tabla 22 <i>Proyecciones por ventas</i>	63

Tabla 23 <i>Cronograma de actividades</i>	64
Tabla 24 <i>Total, Inversión</i>	65
Tabla 25 <i>Fuentes de financiamiento</i>	65

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Matriz Dofa</i>	16
Figura 2 <i>Slogan reciclaje para crear, crear para transformar</i>	31
Figura 3 <i>Modelo Canva</i>	40
Figura 4 <i>Ficha técnica de producto</i>	43
Figura 5 <i>Cuadro decorativo con cartón prensado</i>	45
Figura 6 <i>Bolsa personalizada con tela reciclada</i>	47
Figura 7 <i>Organigrama</i>	55

Introducción

La problemática ambiental derivada del manejo inadecuado de residuos sólidos y la necesidad de inclusión social de adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, impulsan la creación de iniciativas sostenibles que generen impacto positivo en la comunidad. El proyecto “Artesanías Recicladas en Pamplona” surge como una propuesta de emprendimiento social que integra la economía circular, el arte artesanal y la responsabilidad social, transformando materiales reciclados en productos innovadores y funcionales. A través de la metodología Design Thinking, se ha desarrollado una estrategia que combina creatividad, empatía y sostenibilidad, con el propósito de brindar oportunidades productivas, fomentar la conciencia ambiental y dinamizar la economía local en Pamplona, Norte de Santander.

Objetivo General

Desarrollar un modelo de emprendimiento social sostenible que integre la reutilización de materiales reciclables para la elaboración de artesanías en Pamplona, Norte de Santander, promoviendo la inclusión productiva de adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, y generando impacto ambiental, económico y social en la comunidad.

Objetivos específicos

Diagnosticar la problemática social y ambiental de Pamplona relacionada con la falta de oportunidades productivas para adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, y con el manejo inadecuado de residuos, planteando una solución viable basada en el aprovechamiento de materiales reciclables.

Aplicar la metodología Design Thinking en sus cinco fases (empatía, definición, ideación, prototipado y testeo), para diseñar una propuesta de innovación social que responda a las necesidades reales de la población beneficiaria y del entorno.

Desarrollar un modelo de negocio sostenible basado en la economía circular, empleando el lienzo Canvas para estructurar la propuesta de valor, los recursos clave, actividades, canales, clientes, ingresos y costos del emprendimiento.

Diseñar e implementar una estrategia de mercadeo integral, que incluya la descripción del producto, análisis del mercado objetivo, evaluación de la competencia, definición de aliados clave y ejecución de un plan de marketing con presupuesto asignado.

Realizar las proyecciones operativas y financieras del proyecto, incluyendo la estimación de ingresos, costos, punto de equilibrio, rentabilidad esperada y análisis de sostenibilidad económica a corto y mediano plazo.

Propuesta de Emprendimiento Social y Análisis de Oportunidades

Artesanías Recicladas en Pamplona, Norte De Santander

El presente proyecto busca generar una solución sostenible para el aprovechamiento de residuos plásticos en Pamplona, Norte de Santander, a través de la creación de productos artesanales reciclados como materos, bolsos, zapateros, accesorios y cuadros. Este emprendimiento social involucra a adultos mayores activos y jóvenes en proceso de rehabilitación, quienes recolectarán y transformarán botellas plásticas y otros materiales reciclables en productos con valor comercial.

Contexto y Demanda del Producto

Pamplona es una ciudad con una rica tradición artesanal y un flujo constante de turistas, además de contar con una comunidad universitaria activa. Su economía se basa en el comercio, la educación y la artesanía, lo que la convierte en un escenario ideal para la venta de productos reciclados y sostenibles. El interés por productos ecológicos ha crecido significativamente, con un aumento del 25% en los últimos años en la demanda de artículos sostenibles. Los productos reciclados tienen un mercado potencial en:

Ferias artesanales y ecológicas.

Tiendas de souvenirs y viveros.

Plataformas digitales de venta de productos sostenibles.

Se estima que en el primer año se pueden vender entre 500 y 2000 unidades, dependiendo del alcance en la comercialización.

Materia Prima Reciclable

El proyecto se enfocará en la recolección y reutilización de materiales reciclables, específicamente:

Botellas PET de 1.5L y 2L, ideales para materos medianos y grandes.

Botellas PET de 500ml, para materos pequeños o decorativos.

Botellas de detergente reciclables, que pueden utilizarse en diseños especiales.

Plásticos flexibles, utilizados en la creación de bolsos y zapateros.

Tapas plásticas y anillas de latas, empleadas en la elaboración de accesorios y cuadros decorativos.

Cartón reciclable, empleado para elaborar organizador de zapatos, entre otros.

Fuentes de Material Reciclado

La recolección de estos materiales se realizará mediante:

Campañas de concienciación y recolección puerta a puerta.

Puntos de acopio en mercados, colegios y universidades.

Alianzas con empresas locales para donaciones de residuos plásticos.

Se estima que, con la participación de 50 familias y algunas entidades locales, se podrían recolectar entre 1000 y 2500 botellas PET al mes, asegurando un suministro constante para la producción.

Modelo de Negocio y Viabilidad Económica

El emprendimiento será gestionado bajo el modelo de una fundación sin ánimo de lucro, con un enfoque autosostenible. La producción de artesanías recicladas generará ingresos mediante la venta directa, y parte de los fondos se reinvertirá en capacitación y expansión del proyecto.

Costos Estimados y Rentabilidad

Costo de insumos (pintura, herramientas, adhesivos, otros): \$500.000 - \$650.000

COP/mes.

Precio de venta por producto artesanal: Entre \$20.000 y \$50.000 COP.

Producción estimada: 150 unidades al mes.

Ingresos mensuales estimados: \$2.000.000 - \$4.500.000 COP.

Margen de reinversión: 50% para compra de materiales y sostenibilidad del proyecto.

Se gestionarán alianzas con la Alcaldía, universidades y ONG ambientales para fortalecer la capacitación y la comercialización del producto.

Impacto Social y Económico

Este emprendimiento social tiene un impacto positivo en múltiples aspectos:

Inclusión social: Brinda una oportunidad productiva a adultos mayores y jóvenes en rehabilitación.

Sostenibilidad ambiental: Reduce la cantidad de plásticos y otros residuos que terminan en vertederos o ríos.

Desarrollo económico local: Genera empleo y fomenta el emprendimiento en sectores vulnerables.

Concienciación comunitaria: Promueve el reciclaje y la reutilización creativa de materiales.

Se espera que en el primer año al menos 30 adultos mayores y 27 jóvenes en rehabilitación se beneficien directamente de este programa.

Necesidades o Desafíos Que Satisfacer

El proyecto responderá a varias problemáticas clave

Falta de oportunidades para adultos mayores: Muchas personas mayores en la región desean seguir activas, pero carecen de espacios productivos.

Reinserción social de jóvenes en rehabilitación: Ofrece una actividad productiva que les permite generar ingresos y mejorar su calidad de vida.

Manejo inadecuado de residuos plásticos: Se reutilizan desechos que de otro modo contaminarían el medio ambiente.

Acceso limitado a productos ecológicos y sostenibles: Se crea una línea de productos accesibles con impacto positivo en el medio ambiente.

Descripción del Grupo o Población Beneficiada

El proyecto beneficiará principalmente a:

Adultos mayores activos: Personas que desean mantenerse productivas y que cuentan con habilidades para la creación de artesanías.

Jóvenes en rehabilitación: Quienes participarán en la recolección, limpieza y procesamiento de materiales reciclados.

Comunidades locales: Que podrán acceder a productos ecológicos y participar en actividades de sensibilización ambiental.

Vinculación de la Comunidad

El proyecto promoverá la creación de una asociación comunitaria dentro de la fundación, donde los beneficiarios participen en la toma de decisiones y distribución de los ingresos.

También se impulsarán programas de formación para mejorar las habilidades en artesanías y comercialización de los productos.

Metodología Design Thinking

El desarrollo del proyecto se fundamentará en la metodología de Design Thinking, la cual permite abordar problemas complejos mediante un proceso de cinco etapas:

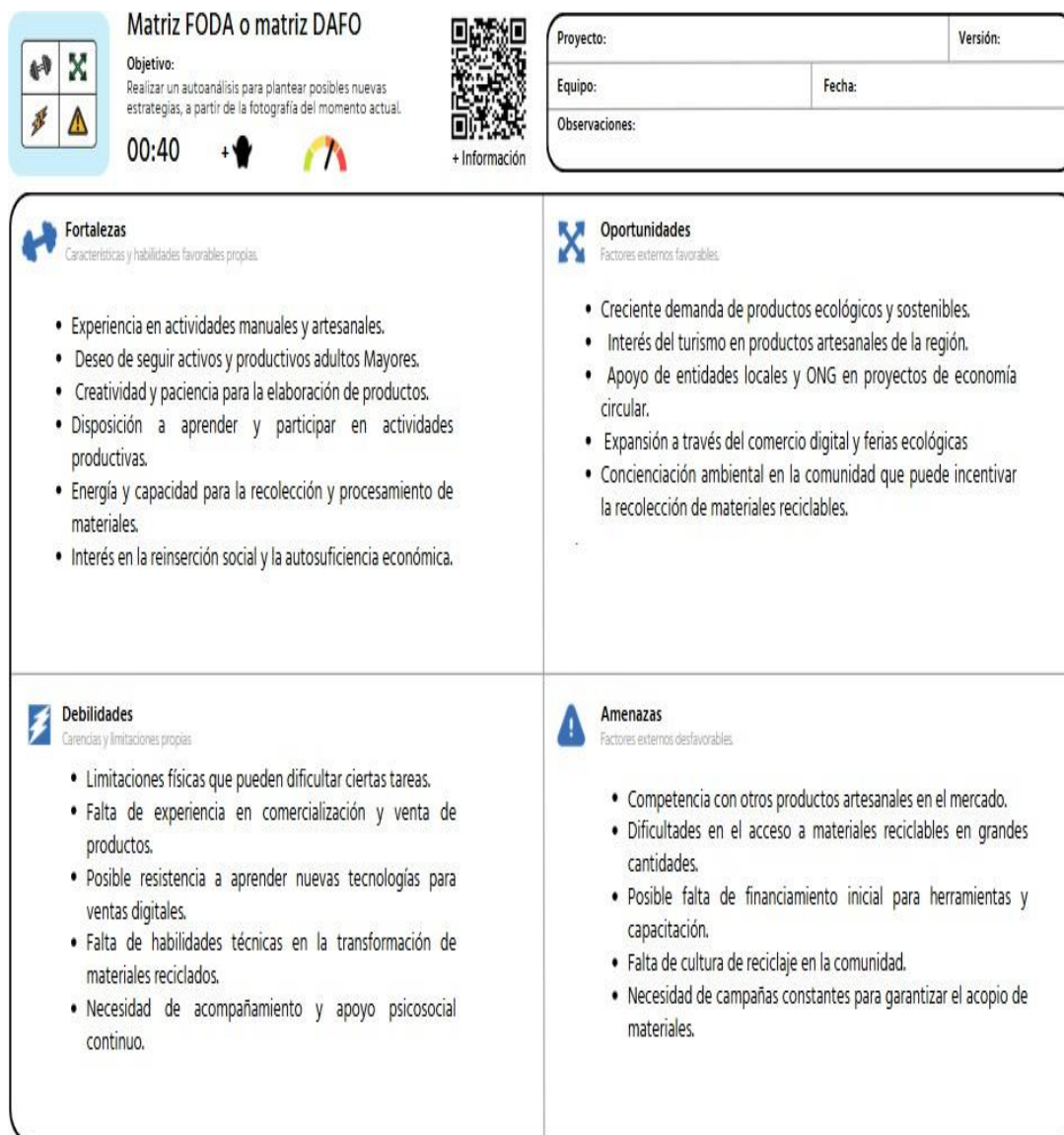
Fase Empatía

La fase de Empatía es el primer paso dentro de la metodología Design Thinking, cuyo objetivo es comprender a profundidad las necesidades, aspiraciones y problemáticas de los beneficiarios del proyecto. A través de herramientas como la matriz FODA y el Mapa de Empatía, se ha logrado recolectar información valiosa para diseñar una solución alineada con sus realidades y expectativas.

Para este análisis, se identificaron dos grupos clave: adultos mayores y jóvenes en rehabilitación en Pamplona, Norte de Santander. Ambos enfrentan dificultades para acceder a oportunidades laborales, pero tienen habilidades y motivaciones que pueden ser potenciadas a través de un modelo de emprendimiento social basado en la economía circular.

Figura 1

Matriz FODA



Nota. La figura representa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para acceder a oportunidades laborales.

A partir de la matriz FODA figura 1, se han identificado estrategias clave para transformar las debilidades en fortalezas y convertir amenazas en oportunidades.

Tabla 1

Transformación de Debilidades en Fortalezas

Debilidades	Fortalezas
Falta de experiencia en comercialización	Implementar talleres de formación en ventas, estrategias de precios y atención al cliente. Crear un equipo joven que los apoye en ventas digitales.
Resistencia a la tecnología	Realizar capacitaciones básicas en redes sociales y comercio digital con un enfoque práctico y didáctico.
Inestabilidad de los jóvenes en rehabilitación	Acompañamiento psicosocial continuo, asignación de roles según habilidades y generación de incentivos económicos progresivos por desempeño.
Falta de habilidades técnicas en reciclaje	Crear un programa de formación en transformación de materiales reciclados y producción artesanal con expertos en economía circular.
Limitaciones físicas de los adultos mayores	Asignarles tareas adaptadas a sus habilidades, como pintura, tejido y ensamblaje ligero. Diseñar estaciones de trabajo ergonómicas.

Nota. La tabla muestra cómo se transformará las debilidades de la empresa en fortalezas para el beneficio de la comunidad a la cual va dirigido nuestro proyecto.

Tabla 2*Transformación de Amenazas en Oportunidades*

Amenazas	Oportunidades
Dificultades en la recolección de materiales reciclables	Establecer alianzas con supermercados, colegios y empresas para la donación regular de materiales. Organizar campañas comunitarias de reciclaje.
Falta de financiamiento inicial	Postular el proyecto a fondos de emprendimiento social, alianzas con ONG y patrocinadores. Implementar preventas para generar ingresos anticipados.
Cultura de reciclaje insuficiente	Realizar jornadas de sensibilización en escuelas y barrios, destacando los beneficios económicos y ambientales del reciclaje.
Competencia con otros productos artesanales	Diferenciación del producto destacando su impacto social y ambiental. Utilizar storytelling en la marca para conectar con los clientes.

Nota. La tabla muestra cómo se transformará las amenazas de la empresa en oportunidades para el beneficio de la comunidad a la cual va dirigido nuestro proyecto.

Mapa de Empatía – Adultos Mayores y Jóvenes en Rehabilitación

El Mapa de Empatía ha sido clave para profundizar en las emociones, pensamientos y comportamientos de los adultos mayores y jóvenes en rehabilitación. Este análisis ha permitido definir estrategias de intervención más efectivas.

¿Qué Piensan y Sienten?

Desean sentirse útiles y activos.

Tienen preocupación por su independencia económica.

Sienten satisfacción al crear algo con sus manos.

Buscan una segunda oportunidad.

Quieren demostrar que pueden aportar a la sociedad.

Pueden sentir inseguridad sobre su futuro.

Pocas oportunidades laborales después de cierta edad.

Falta de espacios productivos para ellos.

Interés creciente por productos sostenibles.

Un entorno que a veces los discrimina por su pasado.

Opciones limitadas de reinserción laboral.

La posibilidad de generar ingresos con el reciclaje.

¿Qué Dicen y Hacen?

Expresan interés en actividades manuales y creativas.

Disfrutan compartir conocimientos y experiencias.

Participan en actividades comunitarias.

Hablan de su deseo de superarse.

Se muestran dispuestos a trabajar si ven un propósito.

Algunos ya están involucrados en reciclaje como actividad productiva.

¿Qué Oyen?

Opiniones sobre que su etapa productiva ya pasó.

Comentarios sobre la falta de empleo para personas mayores.

Discursos que los etiquetan por su pasado.

Mensajes de apoyo en centros de rehabilitación.

¿Cuáles son sus Esfuerzos y Miedos?

Miedo a la dependencia económica.

Esfuerzo por mantenerse activos.

Temor a la falta de oportunidades después de rehabilitación.

Dificultad para reintegrarse en un entorno social y productivo.

El análisis de la fase ha permitido comprender a fondo las necesidades, motivaciones y desafíos de los adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, validando la importancia del emprendimiento social propuesto. La aplicación de la matriz FODA ha facilitado la identificación de estrategias para fortalecer el impacto del proyecto, permitiendo transformar debilidades en fortalezas y amenazas en oportunidades. Asimismo, el mapa de empatía ha proporcionado información clave sobre las percepciones, emociones y comportamientos de los beneficiarios, lo que ha permitido diseñar una propuesta de valor ajustada a sus realidades y expectativas.

Fase de Definir

La fase de Definir es el segundo paso en la metodología Design Thinking y tiene como objetivo sintetizar la información recopilada en la fase de Empatía para enmarcar claramente el problema y plantear una solución innovadora. En esta fase, se utilizan herramientas como el

Mapa de Empatía, el enfoque POV y, la formulación de la pregunta de diseño para estructurar la problemática central del proyecto.

Síntesis de Hallazgos

A partir del análisis en la fase de Empatía, se identificaron los siguientes desafíos clave:

Adultos mayores: Falta de oportunidades laborales, deseo de mantenerse activos, discriminación social y económica.

Jóvenes en rehabilitación: Necesidad de reinserción social y laboral, miedo e inseguridad sobre su futuro, interés en el reciclaje.

Definición del Problema

Los adultos mayores y los jóvenes en rehabilitación enfrentan dificultades para acceder a oportunidades laborales y productivas debido a la discriminación por edad o antecedentes.

Mientras los adultos mayores buscan mantenerse activos y económicamente independientes, los jóvenes en rehabilitación desean demostrar que pueden aportar positivamente a la sociedad. Sin embargo, ambos grupos encuentran barreras que limitan su inclusión y autosostenibilidad. Esta falta de oportunidades impide que desarrollen su potencial y contribuyan de manera significativa al entorno social y económico.

Pregunta de Diseño

¿Cómo podríamos crear un modelo de emprendimiento social que brinde oportunidades laborales y productivas a adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, aprovechando sus habilidades y promoviendo la sostenibilidad?

Justificación de la Propuesta de Valor

Impacto Social: Inclusión laboral y productiva de grupos vulnerables.

Sostenibilidad: Enfoque en reciclaje y economía circular.

Trabajo Colaborativo: Fomento del aprendizaje intergeneracional.

Reinserción y Autonomía: Creación de oportunidades reales de empleo.

Etapa Ideación

La fase de ideación permite generar y seleccionar soluciones innovadoras para abordar los problemas identificados en la etapa de empatizar y definir. En este caso, se busca diseñar un modelo de emprendimiento social sostenible que facilite la inclusión productiva de adultos mayores y jóvenes en rehabilitación a través de la creación de artesanías con materiales reciclados.

Para garantizar la eficiencia, el impacto y la sostenibilidad del emprendimiento, se aplica la Matriz ERIC, la cual permite analizar mejoras estratégicas en el diseño del proyecto. En este contexto, se identifican acciones clave:

Tabla 3

Matriz Eric

Plan	Acciones
Eliminar	Intermediarios en la venta para aumentar la rentabilidad. Materiales no reciclables en la producción para asegurar sostenibilidad apoyados por entidades que hacen posible que nos les falte los insumos para la elaboración de estos accesorios que son útiles y innovadores. Dependencia de ventas presenciales y potenciar canales digitales.
Reducir	Costos de producción optimizando el uso de insumos reciclados Capacitación en técnicas artesanales y de marketing digital.
Incrementar	Producción de piezas personalizadas para atraer nuevos mercados.

	Nuevas líneas de productos innovadores con materiales reciclados.
Crear	Catálogo de productos, para diversas exposiciones empresariales organizadas por las entidades gubernamentales que le brindan apoyo. Estrategias de fidelización para compradores recurrentes.

Nota. La tabla muestra una serie de estrategias recomendadas para superar las dificultades presentes en el proyecto

A partir del análisis realizado con la Matriz ERIC, se generan ideas clave que contribuyen al diseño del modelo de negocio. En primer lugar, la diversificación de productos incluye la fabricación de artesanías ecológicas como bolsas, carteras, decoraciones, muebles pequeños, canastos, materas, guarda fósforos, servilleteros y zapateros. Se incorpora la personalización de productos para eventos empresariales y regalos corporativos, Se desarrollan diseños pequeños como monederos y prendedores, los cuales permiten ampliar la oferta y mejorar la promoción de los productos, ya que funcionan como obsequios estratégicos.

En cuanto a la estrategia de comercialización, se establece una tienda virtual y redes sociales como principales canales de venta, complementados con acuerdos con comercios locales y mercados artesanales para exhibición y comercialización. Se promueve la participación en ferias de emprendimiento y sostenibilidad, además de la creación de alianzas con hoteles y restaurantes para ofrecer los productos en sus espacios. Asimismo, se contempla la venta a artesanos de otras regiones como una opción para diversificar la distribución y fortalecer la red de comercialización.

El modelo de ingresos se basa en la venta directa a través de plataformas de comercio electrónico y ferias. También se incluyen talleres pagos para la enseñanza de técnicas de reciclaje y artesanía sostenible. Además, se gestionan alianzas con tiendas de la región que deseen

contribuir al desarrollo del emprendimiento y a la generación de fondos para la comunidad beneficiaria.

Finalmente, el fortalecimiento de la comunidad y de los beneficiarios se logra mediante un programa integral de capacitación en habilidades productivas y comerciales, la promoción de espacios de colaboración intergeneracional entre adultos mayores y jóvenes, y la consolidación de una marca social con un impacto ambiental positivo. De esta manera, el proyecto no solo fomenta la inclusión productiva y el desarrollo económico, sino que también impulsa un modelo sostenible alineado con principios de economía circular y responsabilidad social.

Fase de Prototipo

La fase de prototipado tiene como objetivo desarrollar versiones iniciales de los productos artesanales reciclados, evaluar su funcionalidad, estética y viabilidad comercial, y recopilar retroalimentación de los potenciales clientes y beneficiarios del proyecto. Esto permitirá realizar ajustes antes de la producción a mayor escala.

Dado que el proyecto se encuentra en una etapa de conceptualización, se realizará un prototipado de baja fidelidad, utilizando materiales disponibles y explorando diferentes diseños para los productos artesanales reciclados. Posteriormente, se realizará una iteración progresiva con base en la retroalimentación obtenida.

Prototipos Iniciales

Los productos seleccionados para esta fase incluyen tres líneas de productos:

Accesorios personales: Bisutería y bolsos fabricados con residuos plásticos y textiles.

Artesanías decorativas: Cuadros, floreros y esculturas elaboradas con materiales reciclados.

Artículos personalizados: Creaciones a medida según las necesidades del cliente.

Cada prototipo será diseñado con base en criterios de sostenibilidad, estética y funcionalidad, asegurando que los productos sean atractivos para el mercado y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Dado que el proyecto aún se encuentra en la fase inicial, se ha estructurado un plan para la construcción y validación de los prototipos, el cual incluye:

Selección de materiales: Se recopilarán materiales reciclados provenientes de puntos de acopio y donaciones.

Proceso de fabricación: Se crearán diferentes versiones de cada producto con variaciones en tamaño, forma y combinación de materiales, Se revisará la durabilidad, funcionalidad y atractivo estético de cada prototipo.

Estrategia de validación: Una vez desarrollados los prototipos, se implementarán pruebas con potenciales clientes y grupos focales para evaluar su aceptación en el mercado.

Fase Testeo

La fase de testeo es un paso crucial dentro del Design Thinking, ya que permite validar la viabilidad y aceptación de los productos reciclados antes de su producción a mayor escala. En este contexto, la evaluación de contexto se convierte en una herramienta clave para analizar cómo interactúan los productos con su entorno y sus usuarios, identificando factores que pueden afectar su éxito social, económico y ambiental.

En primer lugar, se establecen los objetivos del testeo con base en los criterios de evaluación de contexto. Es fundamental determinar si los productos cumplen con los estándares de calidad, si el proceso de fabricación es sostenible para los adultos mayores y si la recolección de materiales por parte de los jóvenes en rehabilitación es eficiente. Asimismo, se analizará la percepción del mercado sobre la viabilidad comercial de las artesanías recicladas.

Para lograrlo, se diseñará un plan de pruebas que involucre a todos los actores clave del proyecto. Esto permitirá identificar oportunidades de mejora antes de su implementación definitiva.

Para definir estrategias de validación que permitan obtener datos concretos sobre el desempeño del proyecto, se implementarán pruebas en diferentes escenarios:

Pruebas con usuarios internos: Los adultos mayores fabricarán los productos siguiendo los métodos establecidos, mientras que los jóvenes en rehabilitación evaluarán la viabilidad de la recolección de materiales reciclados. Esto permitirá identificar desafíos en la producción y logística.

Encuestas y entrevistas: Se recopilará información de los beneficiarios y clientes potenciales sobre la calidad, funcionalidad y atractivo de los productos.

Validación en entornos reales: Se exhibirán los productos en ferias artesanales y ecológicas para medir su aceptación comercial y recoger retroalimentación directa del mercado.

Evaluación de impacto social: Se analizará cómo el proyecto contribuye al bienestar de los adultos mayores y jóvenes, considerando mejoras en su calidad de vida y desarrollo económico.

Con las estrategias definidas, se procederá a la preparación del entorno de pruebas. En esta etapa, se garantizará que los beneficiarios cuenten con los materiales y herramientas necesarias para la fabricación de prototipos, asegurando condiciones óptimas para la evaluación.

Durante la ejecución de las pruebas, se registrará el tiempo de producción de cada producto, los costos asociados y las dificultades encontradas en la manipulación de los materiales reciclados. Además, se evaluará la reacción del público objetivo, midiendo su interés y disposición de compra en diferentes canales de comercialización.

Una vez recopilados los datos, se procederá al análisis de los resultados obtenidos. A través de la evaluación de contexto, se examinarán aspectos clave como:

Sostenibilidad del proceso: Se medirá la eficiencia en la recolección de materiales y la capacidad de los adultos mayores para producir los productos sin afectar su bienestar físico.

Aceptación del mercado: Se analizará la respuesta de los consumidores a través de encuestas y ventas de prueba.

Impacto ambiental y social: Se cuantificará la reducción de residuos plásticos y la percepción de los beneficiarios sobre su participación en el proyecto.

Viabilidad económica: Se evaluarán los costos de producción en comparación con los precios de venta proyectados para asegurar la rentabilidad del modelo de negocio

Con base en el análisis de los resultados, se implementarán ajustes en los productos y en el proceso de producción. Esto puede incluir modificaciones en el diseño de las artesanías para mejorar su funcionalidad, optimización en la recolección de materiales o la diversificación de estrategias de comercialización.

Finalmente, una vez optimizados los procesos, se documentarán las mejores prácticas y aprendizajes para replicar el modelo en otras comunidades.

Análisis del Mercado y Estrategias de Mercadeo

Nuestro Emprendimiento ofrece artesanías elaboradas con materiales reciclados, promoviendo la economía circular y la inclusión social. Se especializa en la creación de bolsas, carteras, organizadores y otros accesorios personalizados, diseñados para satisfacer las necesidades y gustos específicos de los clientes. Los materiales empleados incluyen telas recicladas, papel reutilizado, cartón y plásticos transformados, garantizando así un impacto ambiental positivo y promoviendo la reutilización de residuos.

Mercado objetivo

El emprendimiento está dirigido a tres segmentos de clientes claramente identificados en Pamplona y sus alrededores

Turistas que visitan Pamplona

Este grupo valora los productos con identidad local, hechos a mano y con significado cultural. Se estima que durante las temporadas altas (Semana Santa, temporada universitaria, diciembre y ferias artesanales) circulan por la ciudad más de 5.000 turistas mensuales. Este segmento tiene interés en productos únicos y sostenibles como recuerdo o regalo.

Residentes conscientes del medio ambiente

Principalmente mujeres y jóvenes entre 25 y 60 años con sensibilidad hacia el consumo responsable, el reciclaje y el apoyo a causas sociales. Suelen buscar productos personalizados, hechos a mano y que reflejen valores éticos. Este segmento ha crecido con fuerza en la región, especialmente en núcleos educativos como la Universidad de Pamplona y colectivos ambientales locales.

Empresas y organizaciones locales con enfoque en RSE (Responsabilidad Social Empresarial)

Negocios, ONGs e instituciones que buscan obsequios corporativos sostenibles para eventos, campañas o fechas especiales. Este grupo valora la trazabilidad, el impacto ambiental y la posibilidad de personalizar los productos con su imagen institucional.

Canales para alcanzarlos: visitas personales, email marketing, participación en ferias empresariales y contacto directo con oficinas de RSE.

Competencia. El análisis de la competencia en Pamplona permite identificar actores relevantes en el mercado que pueden influir en el posicionamiento del proyecto. Existen artesanos locales que trabajan con materiales convencionales y comercializan sus productos en ferias y mercados tradicionales, representando la competencia directa. Sin embargo, la mayoría de estos emprendimientos no incorporan estrategias de diferenciación basadas en reciclaje ni en impacto social, lo que abre una ventaja competitiva significativa. A nivel indirecto, las tiendas de decoración y distribuidores de productos importados representan un desafío en términos de precios más bajos, pero carecen del valor agregado de sostenibilidad y responsabilidad social, un factor decisivo en la decisión de compra de los consumidores actuales.

Análisis de aliados Potenciales

Se busca establecer alianzas con ONGs ambientales, entidades gubernamentales enfocadas en desarrollo sostenible y empresas privadas interesadas en responsabilidad social empresarial (RSE). Estas colaboraciones pueden facilitar capacitaciones, financiamiento y mayor alcance del producto.

Tendencias del mercado

El crecimiento del comercio electrónico, la valorización de la economía circular y las regulaciones sobre sostenibilidad favorecen la expansión del proyecto. Según Deloitte (2022), las marcas con un enfoque sostenible tienen un 25% más de probabilidades de fidelizar clientes

Objetivos de Marketing

Corto plazo: Posicionar la marca en Pamplona mediante ferias y canales digitales.

Largo plazo: Expandir el mercado a nivel regional y establecer alianzas estratégicas para consolidar el modelo de negocio

Estrategias de Marketing

Estrategia de Producto/Servicio: Los productos ofrecidos se caracterizan por su elaboración artesanal con materiales reciclados cuidadosamente seleccionados.

Cada pieza es única, funcional y personalizable, respondiendo a las preferencias del cliente. Se integran elementos de diseño moderno con técnicas tradicionales, resaltando la sostenibilidad, el valor social y la creatividad de sus creadores.

Calidad artesanal (hechos a mano, detallados).

Funcionalidad (no solo decorativos, también útiles).

Diseño personalizado (colores, tamaños, estilos).

Sostenibilidad garantizada (material 100% reciclado, cero residuos).

Valor emocional (creados por personas con historias de superación).

Las tácticas para implementar esta estrategia incluyen:

Personalización: ofrecer productos personalizados como carteras, bolsas y organizadores, adaptados a las preferencias específicas de los clientes. Esto incluye la posibilidad de personalizar colores, tamaños y diseños, lo que añade un valor sentimental y único.

Marketing basado en el impacto social: Comunicar claramente cómo la compra de estas artesanías ayuda a la inclusión social de los artesanos locales y contribuye al medio ambiente mediante la reutilización de materiales. Utilizar etiquetas en los productos, contenido visual (videos y fotos) que muestren el proceso de fabricación y el impacto social de cada compra.

Packaging sostenible: Utilizar empaques reciclables o reutilizables que complementen el mensaje de sostenibilidad del producto, reforzando el valor ecológico en todo el ciclo de vida del producto.

Bocetos

Título del Catálogo: Artesanías Recicladas en Pamplona "Creando Futuro con Reciclaje y Corazón"

Figura 2

Eslogan: “Reciclar para crear. Crear para transformar.”



Nota. La Figura 2 elaborada por las gestoras del proyecto muestra el slogan que caracterizará a la empresa.

Estrategia de Precios

Dado que los recursos financieros son limitados, se buscará una estrategia de precios que sea accesible, pero que también maximice el valor de la artesanía reciclada. Las tácticas específicas incluyen:

Modelo de precios escalonados: Establecer un rango de precios que permita acceder a diferentes tipos de consumidores. Se podrían ofrecer productos más pequeños a precios

accesibles y productos más complejos (personalizados o de mayor tamaño) a precios más altos. Esto atrae a una base más amplia de clientes.

Precios sociales o solidarios: Ofrecer precios ajustados que favorezcan a clientes de bajo poder adquisitivo, pero sin comprometer la calidad del producto. A su vez, permitir que algunos clientes "apadrinen" el trabajo de un artesano a través de donaciones simbólicas o precios especiales.

Colaboraciones con empresas para pedidos especiales: Buscar acuerdos con empresas locales para personalizar productos reciclados para regalos corporativos sostenibles. Esto no solo incrementa las ventas, sino que también promueve la responsabilidad social empresarial.

Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución se basa en utilizar los canales más accesibles y económicos para llegar al público objetivo. Las tácticas específicas incluyen:

Ferias y mercados locales: Participar activamente en ferias locales, mercados de agricultores, eventos comunitarios y festivales. Estas actividades no solo ofrecen visibilidad, sino que también permiten la interacción directa con los consumidores. Además, se pueden realizar demostraciones del proceso de reciclaje en vivo para atraer la atención.

Venta online a través de redes sociales: Utilizar plataformas como Instagram y Facebook para mostrar los productos y facilitar la compra a través de links directos o mediante el uso de aplicaciones de compra integradas. También se puede aprovechar el poder de las fotos atractivas para resaltar la estética de las artesanías recicladas.

Alianzas con tiendas ecológicas y boutiques: Establecer acuerdos con tiendas de productos ecológicos o boutiques locales que estén alineadas con la sostenibilidad para exhibir y

vender las artesanías en sus puntos de venta físicos o en sus plataformas digitales. Esto amplía el alcance sin necesidad de inversión en espacios propios.

Tienda online simple: Crear una página web básica donde se puedan exhibir y vender productos directamente, con funcionalidades sencillas para facilitar el proceso de compra y pago.

Estrategia de Promoción

Las estrategias promocionales se centran en destacar el impacto social y ambiental del producto mediante:

Storytelling visual: videos cortos mostrando el proceso de reciclaje, creación y transformación de vidas.

Marketing con causa: campañas que inviten al consumidor a ser parte del cambio comprando productos con propósito.

Ferias y eventos verdes: participación en escenarios que valoren lo artesanal y ecológico.

Campañas de concienciación sobre sostenibilidad: Organizar talleres y actividades en línea o presenciales sobre reciclaje y creación de artesanías recicladas. Esto no solo fomenta la participación comunitaria, sino que también educa a los consumidores sobre la importancia de elegir productos ecológicos. Los talleres pueden ser gratuitos o tener un costo simbólico, y generar contenido para compartir en redes sociales.

Email marketing: Crear una lista de correos de clientes y potenciales clientes interesados en productos ecológicos. Ofrecerles contenido exclusivo sobre el impacto social de las artesanías recicladas, descuentos especiales o la posibilidad de pre-ordenar productos nuevos. Este canal es ideal para generar lealtad y mantener a los clientes comprometidos.

Relaciones públicas locales: Generar cobertura mediática local a través de comunicados de prensa o acercamientos a medios locales para hablar sobre el proyecto y su

impacto en la comunidad. Además, aprovechar la oportunidad de que los medios locales puedan interesarse por un proyecto con un fuerte componente social y ambiental.

Presupuesto de Marketing

Para garantizar la efectividad de las estrategias de mercadeo, se asignarán recursos a los siguientes rubros:

Publicidad en redes sociales: Creación de campañas segmentadas en Facebook e Instagram para generar visibilidad y atracción de clientes. Se destinará un presupuesto inicial para anuncios pagados enfocados en el público objetivo.

Diseño de material promocional: Elaboración de imágenes, videos y contenido atractivo para redes sociales, páginas web y material impreso.

Participación en ferias y eventos: Costos asociados a inscripción, montaje de stands y transporte de productos para asegurar presencia en espacios de comercialización relevantes.

Desarrollo de contenido digital: Creación de blogs y estrategias de SEO para mejorar la presencia en buscadores y atraer tráfico orgánico.

Capacitaciones en marketing digital: Inversión en formación del equipo en estrategias de promoción y ventas digitales para optimizar el impacto de las campañas.

Distribución del presupuesto de marketing (mensual estimado):

Publicidad digital (Instagram, Facebook): \$400.000 COP

Diseño de marca (logo, contenido gráfico y audiovisual): \$600.000 COP

Creación de Página Web o Tienda Online: \$1.200.000 COP

Material promocional impreso (catálogos, etiquetas): \$300.000 COP

Total: \$2.500.000 COP

Riesgos y Contingencias

Falta de financiamiento Se gestionarán alianzas con entidades que apoyen el emprendimiento sostenible.

Baja aceptación del producto: Se aplicará retroalimentación continua para ajustes en diseño y estrategias.

Competencia agresiva: Se fortalecerá la diferenciación mediante valor agregado y estrategias de fidelización.

Análisis de Costos para Proyecto de Artesanías Recicladas

Inversión Inicial Del Proyecto

La inversión inicial del proyecto incluirá todos los costos necesarios para establecer la producción de artesanías elaboradas con materiales reciclados. Asimismo, se detallan los principales gastos involucrados

Compra de Materiales Reciclados: El costo de los materiales reciclados dependerá de la cantidad y tipo de materiales seleccionados. En este caso, se estima un gasto aproximado de \$2,000,000 COP para la adquisición de materiales como plástico, cartón, vidrio y otros reciclables necesarios para la elaboración de las artesanías.

Herramientas y Equipos: El proyecto requiere herramientas básicas para la manipulación de los materiales reciclados. Entre estas herramientas se incluyen tijeras, pegamento, pinturas, pinceles, entre otros. Se estima que la inversión en herramientas y equipos asciende a \$800,000 COP.

Espacio de Trabajo: Si el espacio de trabajo no se proporciona de manera gratuita (por ejemplo, si no se trabaja desde el hogar), se debe considerar el costo del alquiler de un local para la producción. Para este análisis, se estima un alquiler mensual de \$500,000 COP.

Mano de Obra: En caso de que se contrate personal para apoyar en la producción de las artesanías, o si se calcula el valor del tiempo invertido por parte del emprendedor, se debe incluir este costo. Se ha considerado un gasto aproximado de \$1,200,000 COP por el pago de mano de obra.

La inversión inicial total es la suma de los costos mencionados:
 $\$2,000,000 \text{ COP (materiales reciclados)} + \$800,000 \text{ COP (herramientas y equipos)} + \$500,000 \text{ COP (espacio de trabajo)} + \$1,200,000 \text{ COP (mano de obra)} = \$4,500,000 \text{ COP}.$

Costos de marketing

Para posicionar nuestro proyecto en el mercado y lograr ventas, se requieren diversas acciones de marketing, teniendo en cuenta los costos asociados con las actividades de marketing:

Diseño de Marca (Logo y Material Gráfico): Es fundamental contar con una identidad visual que represente al proyecto. Para ello, se estima un gasto de \$600,000 COP en diseño de marca, lo que incluye la creación de un logo y otros materiales gráficos básicos.

Publicidad Digital: La publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram y Google Ads es esencial para aumentar la visibilidad del proyecto. Se estima que una campaña mensual de publicidad digital tenga un costo aproximado de \$500,000 COP.

Creación de Página Web o Tienda Online: Para facilitar las ventas en línea, se considera la creación de una página web o tienda en línea. El costo estimado para el diseño y desarrollo de la página web es de \$1,200,000 COP.

Material Promocional: Si se decide imprimir material promocional como folletos y tarjetas de presentación, el costo se estima en \$200,000 COP.

La suma total de los costos de marketing es:

$$\begin{aligned} & \$600,000 \text{ COP (diseño de marca)} + \$400,000 \text{ COP (publicidad digital)} + \$1,200,000 \\ & \text{COP (página web)} + \$300,000 \text{ COP (material promocional)} = \$2,500,000 \text{ COP.} \end{aligned}$$

Estimación de ingresos

Para la proyección de los ingresos del proyecto, será necesario estimar el precio de venta de las artesanías y el volumen de ventas esperado:

Precio Promedio por Producto: Se establece un precio promedio de \$40,000 COP por cada artesanía, basándose en los costos de producción y el valor agregado por la creatividad y el uso de materiales reciclados.

Volumen de Ventas Estimado: Se estima vender aproximadamente 150 unidades al mes, lo que resultaría en los siguientes ingresos:

Ingreso mensual estimado

$\$40,000 \text{ COP} \times 150 \text{ unidades} = \$6,000,000 \text{ COP}.$

Proyección de ganancias

Finalmente, para obtener la ganancia mensual, se comparan los ingresos con los costos mensuales. Considerando que los costos mensuales asociados con la producción y el marketing son aproximadamente $\$2,500,000 \text{ COP}$ (después de haber amortizado los costos iniciales), se obtiene la siguiente ganancia mensual:

Ingreso mensual = $\$6,000,000 \text{ COP}$

Costos mensuales = $\$2,500,000 \text{ COP}$

Ganancia mensual = $\$6,000,000 \text{ COP} - \$2,500,000 \text{ COP} = \$3,500,000 \text{ COP}.$

Propuesta de valor y modelo de negocio

El emprendimiento de artesanías sostenibles en Pamplona surge con el objetivo de transformar residuos reciclables en productos únicos, generando al mismo tiempo un impacto ambiental positivo y oportunidades económicas para poblaciones vulnerables. Su propuesta de valor se basa en tres pilares fundamentales: sostenibilidad, inclusión social y creatividad artesanal

El modelo de negocio está estructurado como una fundación sin ánimo de lucro con enfoque autosostenible. Se centra en la producción y comercialización de productos hechos a mano con materiales reciclados, como carteras, organizadores, bolsos y accesorios personalizados. Los ingresos provienen de la venta directa, talleres pagos y alianzas con empresas e instituciones interesadas en responsabilidad social empresarial (RSE).

La relación con los clientes se construye desde una atención personalizada, empática y participativa, promoviendo el acompañamiento postventa, la creación de comunidad en redes y la integración en talleres educativos. Se dirigen a turistas, consumidores responsables, tiendas ecológicas, instituciones educativas y empresas con políticas de RSE, interesados en productos con historia social y compromiso ambiental.

Los canales de distribución incluyen ferias artesanales, tiendas físicas asociadas, plataformas digitales y redes sociales. Esta estrategia híbrida garantiza un mayor alcance sin requerir grandes inversiones iniciales.








Los recursos clave comprenden capital humano (artesanos, voluntarios, gestores), materiales reciclables, herramientas, conocimientos técnicos y canales digitales. Las actividades clave abarcan la recolección y clasificación de residuos, la producción artesanal, la capacitación comunitaria y la comercialización.

La estructura de costos considera adquisición de insumos, remuneración del equipo, transporte, promoción, mantenimiento digital y alquiler (si aplica). Las fuentes de ingreso incluyen ventas directas, talleres, donaciones, subvenciones y convenios empresariales.

Este modelo destaca por su capacidad de replicabilidad y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, consolidando una empresa autosostenible con impacto ambiental, social y económico tangible.

Figura 3

Modelo Canva

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Recicladores y asociaciones de reciclaje locales. • Artesanos y mujeres cabeza de hogar. • Instituciones educativas (para talleres y alianzas). • Alcaldía de Pamplona y Secretaría de Cultura. • ONGs ambientales y de emprendimiento social. • Proveedores de herramientas y materiales sostenibles. 	<p>Actividades Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Recolección y clasificación de residuos reciclables. • Diseño y elaboración de artesanías sostenibles. • Capacitación a la comunidad y voluntarios. • Difusión y venta en ferias, redes sociales y tiendas aliadas. • Organización de talleres educativos y ambientales. 	<p>Propuesta de Valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Transformación de residuos en artesanías únicas y sostenibles. • Generación de oportunidades económicas para población vulnerable. • Conciencia ambiental a través de productos y talleres. • Productos locales, hechos a mano y con historia social. 	<p>Relación con Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada y empática. • Creación de comunidad en redes sociales. • Acompañamiento postventa y fidelización. • Espacios de participación en talleres y actividades comunitarias. 	<p>Segmentos De Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas y visitantes interesados en productos locales. • Consumidores responsables y ecológicos. • Tiendas de souvenirs, ecológicas y culturales. • Colegios, universidades y organizaciones comunitarias. • Empresas con políticas de RSE (regalos corporativos
<p>Estructura De Costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra o adquisición de herramientas y materiales. • Remuneración ha artesanos o colaboradores. • Gastos de transporte y logística. • Publicidad y mantenimiento de redes/página web. • Alquiler de espacio (si aplica) y servicios básicos. 		<p>Fuente De Ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa de artesanías recicladas. • Inscripción y participación en talleres. • Donaciones voluntarias o crowdfunding. • Subvenciones o fondos de entidades públicas/privadas. • Alianzas comerciales y empresariales por RSE. 		

Nota. La figura 3 elaborada por las gestoras del proyecto donde se estructura el modelo canvas.

Proyección Operativa y Financiera

El emprendimiento de artesanías sostenibles se plantea con un enfoque autosostenible y de impacto social, por lo cual se ha definido un tamaño de proyecto acorde a los recursos disponibles, la demanda estimada y el principio de eficiencia. Inicialmente, se contará con una capacidad instalada para producir un promedio de 500 unidades mensuales, distribuidas entre bolsos, carteras, organizadores, bisutería y otros productos de diseño artesanal. Esta cifra permite responder a la demanda proyectada y escalar gradualmente sin comprometer la sostenibilidad económica ni los valores sociales del proyecto.

La producción se realizará de forma manual con el apoyo de máquinas de coser industriales básicas, siguiendo un modelo de manufactura responsable que combina tradición artesanal con eficiencia operativa. Se emplearán materiales reciclados como textiles reutilizados, cierres recuperados, y accesorios elaborados con materiales biodegradables o reciclables. Este enfoque, además de reducir costos, fortalece el componente de economía circular y promueve prácticas responsables con el medio ambiente.

El espacio físico requerido para la operación inicial será de aproximadamente 30 m², distribuidos entre área de producción, almacenamiento y un pequeño espacio administrativo. Este espacio es suficiente para albergar al equipo de trabajo y las herramientas básicas, manteniendo bajos los costos de infraestructura y facilitando el control de calidad en cada etapa del proceso

Tabla 4*Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Área	30 m ²
% de Espacio utilizado	90%

Nota. Capacidad instalada para el desarrollo del proyecto.

Figura 4*Ficha técnica del producto y procesos requeridos*

Nota. La figura 4 elaborada por las gestoras del proyecto, muestra las características y procesos de los artículos a elaborar.

Categoría: Accesorio personal y bisutería

Código: ACC-001

Descripción: Pulsera artesanal hecha a mano utilizando envolturas de dulces limpias y reforzadas, unidas con hilo encerado o elástico reciclado.

Proceso de elaboración

Recolección y limpieza de envolturas plásticas llamativas.

Corte en tiras uniformes o formas específicas (cuadrados, rombos).

Refuerzo con pegante o forro ecológico para evitar rasgaduras.

Ensamble de las piezas entrelazadas usando hilo reciclado o alambre fino.

Cierre con broche metálico reciclado o nudo ajustable.

Acabado: verificación de resistencia y presentación en bolsitas biodegradables.

Valor agregado: Producto liviano, colorido, amigable con el ambiente y económico, ideal para turistas o campañas educativas.

Dimensiones: 20 cm largo

Peso aproximado: 30 g

Tabla 5

Materiales por unidad

Material	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Envolturas plásticas	unidad	20	\$0	\$0
Limpias				
Hilo encerado	metro	0.5	\$200	\$100
Gancho metálico	unidad	1	\$300	\$300

Nota. La tabla muestra la cantidad de material por unidad de producto realizado.

Tabla 6*Mano de obra directa*

Actividad	Tiempo (min)	Valor hora	Costo por unidad
Ensamble y costura	20	\$12,000	\$4,000

Nota. Costos mano de obra para la producción

Costos indirectos estimado

Energía, agua, depreciación herramientas: \$1,000 COP

Costo total por unidad

Total, materiales: \$400

Total mano de obra: \$4,000

Costos indirectos: \$1,000

Costo total estimado por unidad: \$5,400

Precio de venta sugerido

Precio de venta sugerido: **\$8,000 COP**

Figura 5

Cuadro decorativo en cartón prensado



Nota. La figura muestra producto terminado

Categoría: Artesanía decorativa

Código: DEC-002

Descripción: Cuadro artesanal fabricado con cartón reciclado como base y decorado con papel, tapas, telas y pinturas ecológicas.

Proceso de elaboración

Corte y prensado de cartón reciclado como base del cuadro.

Diseño artístico: planificación del tema decorativo (naturaleza, frases, símbolos).

Decoración con materiales reciclables: tapas, papel picado, cintas, telas.

Pintura y acabados: uso de témperas ecológicas y barniz natural.

Colocación de gancho o soporte trasero.

Empaque: con cartón o papel reciclado.

Valor agregado

Obra decorativa original, ecológica y con estilo artístico. Útil para hogares, oficinas o regalos. Dimensiones: 25x25 cm y, peso aproximado: 500 g.

Tabla 7

Materiales por unidad

Material	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (COP)	Costo Total (COP)
Cartón reciclado	Lámina	1	\$0	\$0
Pintura ecológica	mililitro	50	\$10	\$500
Barniz natural	mililitro	10	\$20	\$200
Gancho metálico	unidad	1	\$100	\$100

Nota. La tabla muestra los materiales empleados para la producción de unidades

Tabla 8*Mano de obra directa*

Actividad	Tiempo (min)	Valor hora	Costo por unidad
Corte y pintura	60	\$12,000	\$12,000

Nota. La tabla muestra los costos de mano de obra directa.

Costos indirectos estimados

Energía, agua, depreciación herramientas: \$1,500 COP

Costo total por unidad

Total, materiales: \$800

Total mano de obra: \$12,000

Costos indirectos: \$1,500

Costo total estimado por unidad: \$14,300

Precio de venta sugerido: **\$25,000 COP**

Figura 6*Bolso personalizado con tela reciclada*

Nota. La figura muestra la creación de bolsos que promocionará la empresa.

Categoría: Producto personalizado

Código: PER-003

Descripción: Bolso artesanal elaborado con retazos de jeans, telas usadas o cortinas recicladas, diseñado según colores, nombres o estilos solicitados por el cliente.

Selección de telas reutilizables (tela gruesa, mezclilla, lona).

Diseño del patrón personalizado: según medidas, colores o nombre del cliente.

Corte y refuerzo de las piezas con costuras dobles.

Unión de piezas: mediante máquina de coser o costura manual.

Colocación de cremalleras o broches reciclados.

Personalización: bordado, estampado o pintura textil del nombre o imagen deseada.

Acabado: verificación de costuras y entrega en empaque reciclado.

Valor agregado

Diseño único, útil, resistente y alineado con la identidad del cliente. Ideal para regalos ecológicos. Dimensiones: 30x35 cm, peso aproximado: 800 g

Tabla 9

Materiales por unidad

Material	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (COP)	Costo Total (COP)
Tela reciclada	metro	1	\$3,000	\$3,000
Cremallera	unidad	1	\$1,500	\$1,500
Hilo resistente	metro	1	\$200	\$200
Etiqueta personalizada	unidad	1	\$500	\$500

Nota. La tabla muestra los materiales por unidad.

Tabla 10*Mano de obra directa*

Actividad	Tiempo (min)	Valor hora	Costo por unidad
Corte y confección	90	\$12,000	\$18,000

Nota. La tabla muestra el costo de producción mano de obra directa.

Costos indirectos estimados

Energía, agua, depreciación herramientas: \$2,000 COP

Costo total por unidad

Total, materiales: \$5,200

Total mano de obra: \$18,000

Costos indirectos: \$2,000

Costo total estimado por unidad: \$25,200

Precio de venta sugerido

Precio de venta sugerido: **\$30,000 COP**

Infraestructura, maquinaria y elementos operativos

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere una infraestructura básica distribuida en zonas específicas: recepción de materiales, limpieza y clasificación, área de producción artesanal, zona de diseño, almacenamiento y empaque, garantizando un flujo lógico del proceso de fabricación que permita la operatividad eficiente del taller artesanal, sin incurrir en costos elevados. El modelo de negocio prioriza el aprovechamiento de recursos ya existentes, la reutilización de materiales y la adecuación de espacios de bajo costo, coherente con su naturaleza auto sostenible.

El taller contará con el siguiente equipamiento básico:

Maquinaria de costura: 2 máquinas de coser industriales de uso básico y 1 máquina casera para acabados.

Herramientas manuales: tijeras industriales, reglas, mesas de corte, planchas y elementos de marcado.

Mobiliario: mesas de trabajo, sillas ergonómicas, estanterías para almacenaje.

Elementos de seguridad: extintor, botiquín, guantes y protección auditiva/visual básica.

Este equipamiento es suficiente para permitir una producción de hasta 500 unidades mensuales con un equipo de 4 personas, optimizando el espacio y los recursos disponibles.

Tabla 11

Infraestructura, maquinaria y elementos operativos

Concepto	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Máquina de coser industrial	2	1.200.000	2.400.000
Máquina de coser casera	1	800.000	800.000
Mesa de trabajo	2	350.000	700.000
Estanterías de almacenamiento	2	300.000	600.000
Kit de herramientas manuales	2	200.000	400.000
Elementos de seguridad y botiquín	1	300.000	300.000
Sillas ergonómicas	4	200.000	800.000
Total			6.000.000

Nota. La tabla muestra los costos de la maquinaria para el proceso de producción.

El aprovechamiento proyectado de esta infraestructura es del **85 %**, considerando una jornada laboral de 6 a 8 horas diarias, con tiempos distribuidos entre producción, control de calidad y empaque.

Conformación del equipo de trabajo, organigrama y sueldos

El proyecto contempla una estructura sencilla pero funcional que combina eficiencia operativa con inclusión social. La estrategia de personal prioriza la vinculación de mujeres cabeza de hogar, jóvenes en búsqueda de oportunidades y personas con habilidades en costura o manualidades, garantizando así un enfoque social y comunitario.

Se proyecta un equipo base de 4 personas en las siguientes áreas:

Tabla 12

Equipo de trabajo y salarios

Cargo	Funciones principales	Tipo de vinculación	Sueldo mensual (COP)	Parafiscales y prestaciones (30 %)	Total, mensual (COP)
Coordinador/a operativa	Gestión de producción, compras, coordinación de personal, relación con clientes	Tiempo completo	1.500.000	450.000	1.950.000
Artesano/a 1	Corte, ensamblaje, costura y acabados de productos	Tiempo completo	1.300.000	390.000	1.690.000

Artesano/a 2	Corte, ensamblaje, costura, acabados de productos y empaque	Tiempo completo	1.300.000	390.000	1.690.000
Manejo de redes y distribución	Manejo en publicaciones digitales, y entrega de producto mediante venta directa y servicios de mensajería	Medio tiempo	700.000	210.000	910.000
Total, mensual					6.240.000

Nota. La tabla describe los cargos y la carga prestacional de los empleados.

Descripción de parafiscales y prestaciones sociales

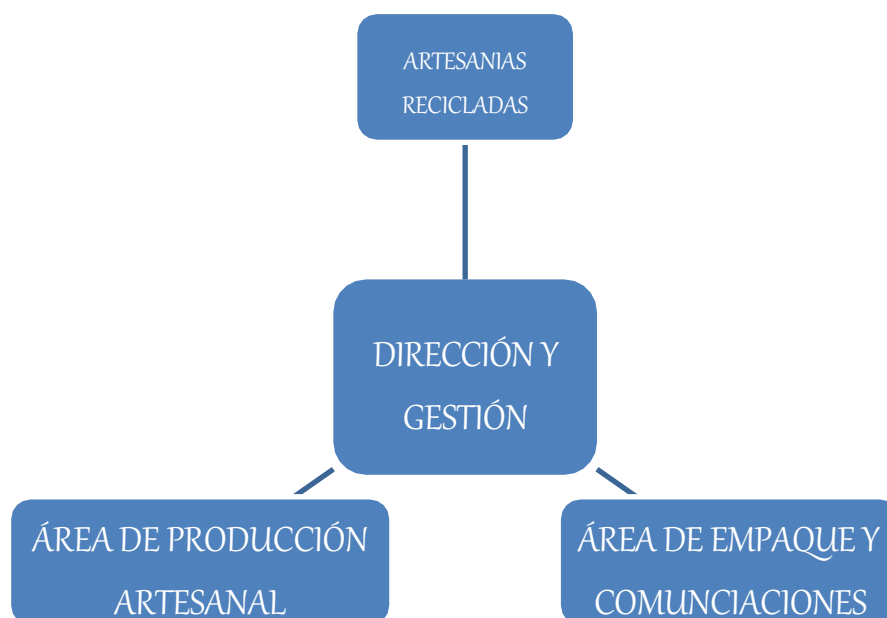
En el presupuesto descrito en la anterior tabla donde se describen los sueldos de cada trabajador se le aplicara un 30% adicional sobre el salario mensual ya que representa las obligaciones laborales legales en Colombia y que están regidas por la normativa (Decreto 1295/94, ley 789/2002, ley 100/93 y C.S.T).

Composición estimada

Tabla 13*Parafiscales y prestaciones sociales*

Concepto	% Estimado sobre el salario
Salud	8.5
Pensión	12
ARL	0.522
Caja de compensación familiar	4
ICBF	3
SENA	2
Cesantías	8.33
Intereses sobre las cesantías	1
Prima de servicios	8.33
Vacaciones	4.17
TOTAL, PROMEDIO ESTIMADO = 30%	

Nota. La tabla muestra los conceptos parafiscales y prestaciones sociales a los que tendrá derecho el empleado.

Figura 7*Organigrama*

Nota. La figura muestra el cronograma planteado para el desarrollo del proyecto en gestión.

Equipos de oficina

La operatividad del proyecto requiere una dotación básica de equipos que facilite tanto la administración como las acciones de comunicación y marketing. Se ha priorizado la adquisición de elementos duraderos y funcionales, alineados con una estrategia austera y autosostenible.

Tabla 14*Equipos de oficina*

Concepto	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Computador portátil básico	1	2.000.000	2.000.000
Teléfono celular con buena cámara	1	1.000.000	1.000.000
Escritorio y silla ergonómica	1	800.000	800.000
Estantería o archivo	1	400.000	400.000
Impresora multifuncional	1	500.000	500.000
Material de oficina (anual)	-	-	300.000
Total			5.000.000

Nota. La tabla muestra el costo de los equipos de oficina que se emplearan en el proyecto.

Este conjunto básico permite llevar registros, hacer seguimiento de producción, administrar redes sociales y participar en convocatorias o ferias mediante presentaciones profesionales.

Procesos pre-operativos y localización del proyecto

Procesos pre-operativos Antes de iniciar la operación formal del emprendimiento, es indispensable cumplir con una serie de requisitos legales, técnicos y de gestión que garanticen la sostenibilidad y formalidad del proyecto. Estos procesos preoperativos incluyen:

Registro de la empresa como unidad productiva ante la Cámara de Comercio de Pamplona o como organización de economía solidaria.

Obtención del RUT y formalización ante la DIAN como régimen simple o régimen especial para emprendimientos sociales.

Afiliación a seguridad social del personal (EPS, ARL, pensión).

Solicitudes de apoyo o acompañamiento institucional, como SENA, Alcaldía, Cámara de Comercio, fundaciones o programas para mujeres emprendedoras.

Registro de marca o nombre comercial, para proteger la identidad del emprendimiento en el mercado.

Ajustes iniciales del espacio físico donde se desarrollará la producción (adecuaciones menores de seguridad, ventilación y organización).

Diseño de imagen corporativa y canales digitales, como redes sociales, WhatsApp Business y correo electrónico profesional.

Localización del proyecto

El emprendimiento se desarrollará en la zona urbana de Pamplona, Norte de Santander, priorizando un entorno que ofrezca:

Acceso directo al centro de la ciudad, lo cual facilita la distribución local y la cercanía con mercados, ferias, aliados y eventos.

Costos de arriendo asequibles, con espacios adaptables como habitaciones amplias, garajes o zonas de uso mixto (vivienda-taller).

Seguridad y tranquilidad, favoreciendo el bienestar del equipo de trabajo, especialmente si se vinculan mujeres y jóvenes.

Conectividad y acceso a transporte, importante para el envío de productos a otras regiones o participación en ferias.

Ventajas

Bajo costo de vida comparado con grandes ciudades.

Potencial de turismo local y consumo de productos con identidad cultural.

Presencia de universidades, entidades de fomento y redes sociales solidarias.

Desventajas

Limitado acceso a insumos específicos (requiere compras en otras ciudades).

Menor volumen de mercado local comparado con áreas metropolitanas.

Esta elección territorial está alineada con los principios de desarrollo local, sostenibilidad y economía circular.

Tabla 15

Costo del proyecto

Tipo de costo	Descripción	Monto mensual (COP)
Costos fijos	Alquiler del local, sueldos básicos, servicios públicos, administración	3.000.000
Costos variables	Materia prima (telas recicladas, hilos, botones), empaques, etiquetas	1.200.000
Costos indirectos	Contabilidad, diseño gráfico, transporte, mantenimiento	600.000
Costos directos	Mano de obra en producción, insumos por unidad, herramientas menores	2.000.000
Total, costos		6.800.000

Nota. Equipo de trabajo con sus sueldos estimados, incluyendo prestaciones sociales según la ley colombiana.

Tabla 16

Cargo y funciones de empleados

Cargo	Funciones principales	Tipo de vinculación	Sueldo mensual (COP)	Parafiscales y prestaciones (30 %)	Total, mensual (COP)
Coordinador/a operativa	Gestión de producción, compras, coordinación de personal, relación con clientes	Tiempo completo	1.500.000	450.000	1.950.000
Artesano/a 1	Corte, ensamblaje, costura y acabados de productos	Tiempo completo	1.300.000	390.000	1.690.000
Artesano/a 2	Corte, ensamblaje, costura, acabados de productos y empaque	Tiempo completo	1.300.000	390.000	1.690.000
Manejo de redes y distribución	Manejo en publicaciones digitales, y entrega de producto mediante venta directa y servicios de mensajería	Medio tiempo	700.000	210.000	910.000

Total, Mensual	6.240.000
----------------	-----------

Tabla 17*Cálculo de la demanda*

Población objetivo	Consumo promedio mensual (unidades)	Total, consumo anual (unidades)	% de captura	Total, demanda potencial (unidades)
Consumidores en Pamplona	50 unidades por persona	600 unidades (50 x 12)	3%	18,000 unidades

Nota. La tabla muestra la demanda de nuestros productos.

Tabla 18*Proyecciones de ventas (unidades)*

Mes	Unidades proyectadas	Notas
Total	3,470	Total, de unidades proyectadas para el año.
Enero	120	Arranque con ventas moderadas, después de las fiestas.
Febrero	150	Establecimiento de la marca y campaña inicial.
Marzo	180	Inicio de la estabilización en el mercado.
Abril	160	Baja en demanda, fuera de temporada de compras.
Mayo	200	Crecimiento moderado con la activación de la temporada de vacaciones.
Junio	220	Aumento de la demanda, promociones de mitad de año.

Julio	250	Buena temporada debido a vacaciones y mayor demanda.
Agosto	240	Leve disminución debido a regreso a la rutina.
Septiembre	230	Estabilidad, el mercado vuelve a niveles normales.
Octubre	280	Repunte debido a promociones pre-navidad.
Noviembre	380	Gran aumento por campañas de fin de año.
Diciembre	500	Temporada alta, demanda navideña y de fin de año.

Nota. la tabla muestra la proyección de ventas por un año.

Precio de venta Propuesto Tomando en cuenta el análisis previo de mercado, la propuesta sería

Tabla 19

Precio de venta Propuesto

Concepto	Valor estimado por unidad (COP)
Materia prima y empaque	6.000
Mano de obra directa	9.000
Costos indirectos y operativos	7.000
Margen de utilidad	13.000
Precio final al cliente	35.000

Nota. La tabla reseña el precio de venta de nuestros productos

Precio promedio por unidad artesanal: 35.000 COP (sin IVA)

Precio con IVA (19%): 41.650 COP.

Tabla 20*Punto de Equilibrio*

Concepto	Año 1
Total, Costos Fijos	6.160.000 COP
Total, Costos Variables	15.000 COP
Número de unidades necesarias	308 unidades
Costo Total Promedio Unitario	50.000 COP
Costo Promedio Unitario (sin IVA)	35.000 COP
Costo Variable Unitario	15.000 COP
Precio de Venta sin IVA	35.000 COP
Precio de Venta con IVA	41.650 COP
Margen de Utilidad Promedio	40%
Punto de Equilibrio en Unidades	308 unidades

Nota. La tabla muestra el punto de equilibrio para la comercialización de nuestros productos.

Costos Fijos (mensuales)

Alquiler del local: 1.000.000 COP

Sueldos: 4.160.000 COP

Servicios públicos (agua, luz, internet): 200.000 COP

Administración (contabilidad, software): 300.000 COP

Otros gastos generales: 500.000 COP

Total, Costos Fijos: 6.160.000 COP

Costos Variables (por unidad)

Materia prima (telas recicladas, hilos, botones): 10.000 COP

Empaque y etiquetas: 2.000 COP

Transporte (si aplica por unidad): 3.000 COP

Tabla 22*Proyecciones por ventas*

Concepto	Año 1 (COP)
Total, Ventas	129.360.000 COP
Descuentos por Ventas	6.480.000 COP
Ventas Netas	122.880.000 COP
% de Ventas a Contado	60%
% de Ventas a Crédito	40%

Nota. La tabla muestra la proyección de ventas

Sustentación del plan de trabajo

El plan de trabajo del proyecto “Artesanías Recicladadas en Pamplona” se fundamenta en la articulación de principios de sostenibilidad, inclusión social y economía circular. Su estructura responde a las necesidades identificadas en la fase de empatía y análisis de contexto, integrando a adultos mayores y jóvenes en rehabilitación como agentes activos en el proceso productivo. A través de una planificación por fases, se contempla desde la recolección de materiales reciclables hasta la producción y comercialización de productos artesanales.

Cada etapa del plan de trabajo fue diseñada con base en criterios de viabilidad técnica, operativa y económica, priorizando el uso eficiente de recursos disponibles y el aprovechamiento de capacidades locales. La capacitación constante, la inclusión de tecnología accesible, el uso de herramientas básicas y la estrategia de distribución híbrida (presencial y digital) garantizan un modelo flexible, replicable y con potencial de escalabilidad.

El plan integra cronogramas realistas, una estructura organizativa funcional y procesos de mejora continua a partir del testeo y la retroalimentación del mercado. Esto permite sostener una

operación autosuficiente, generar empleo digno y promover la conciencia ambiental en la comunidad pamplonesa.

Tabla 23

Cronograma de actividades

Mes	Actividad	Meta esperada
Mes 1	Registro del emprendimiento; solicitud de apoyos; diseño de imagen corporativa; adecuación del local	Empresa registrada, imagen definida, espacio acondicionado
Mes 2	Compra de maquinaria y herramientas; contratación y afiliación del personal; capacitación	Equipo vinculado y taller listo
Mes 3	Producción piloto; ajustes y pruebas de calidad	Primer lote terminado y estándares definidos
Mes 4	Lanzamiento de marca; participación en feria local	Posicionamiento inicial en el mercado

Nota. La tabla registra las actividades programadas durante el proceso de elaboración del proyecto

Valor total de la inversión**Tabla 24***Total, inversión*

Rubro	Concepto	Valor (COP)
Activos fijos	Maquinaria y equipo (costura, taller)	\$6.000.000
Activos fijos	Equipos de oficina	\$5.000.000
Activos fijos	Muebles y estanterías adicionales	\$1.000.000
Instalaciones y puesta en marcha	Adecuación del local	\$1.000.000
Instalaciones y puesta en marcha	Marketing e imagen inicial	\$1.500.000
Instalaciones y puesta en marcha	Registro legal	\$500.000
Instalaciones y puesta en marcha	Primer arriendo y gastos administrativos	\$1.000.000
Capital de trabajo	Flujo inicial para operación (4 meses)	\$9.584.000
Total, inversión inicial		\$25.584.000

Nota. La tabla muestra el total de la inversión del proyecto.

Fuentes de financiamiento

El proyecto contempla una combinación de fuentes de financiación públicas, privadas y comunitarias que aseguren su viabilidad y reduzcan la dependencia de recursos únicos. Las principales fuentes propuestas son:

Tabla 25

Fuente	Monto (COP)	% del total
Aporte propio del emprendedor	\$10.000.000	39.1%
Apoyo institucional (SENA, alcaldía, etc.)	\$8.000.000	31.3%
Microcrédito (entidad solidaria o banco)	\$7.584.000	29.6%
TOTAL	\$25.584.000	100%

Nota. La tabla muestra el total de las Fuentes de financiamiento

Conclusión

El proyecto "Artesanías Recicladas en Pamplona" es una iniciativa de emprendimiento social que busca transformar residuos reciclables en productos artesanales, generando un impacto positivo tanto ambiental como social. Está orientado a beneficiar a adultos mayores activos y jóvenes en rehabilitación, quienes participan en la recolección, clasificación y transformación de materiales reciclados en productos funcionales y decorativos. El modelo de negocio está basado en la economía circular y la inclusión social, con un enfoque autosostenible.

A través de la metodología Design Thinking, el proyecto identifica necesidades, prototipa soluciones y valida su viabilidad mediante testeos en contextos reales. Se contempla una producción mensual de hasta 500 unidades, con un punto de equilibrio alcanzable en el primer año. Los canales de comercialización incluyen ferias, redes sociales, tiendas aliadas y una tienda virtual. Las proyecciones económicas estiman ingresos anuales superiores a 120 millones de pesos colombianos, con una inversión inicial de aproximadamente 25 millones.

Esta propuesta destaca por su capacidad de replicabilidad, su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su enfoque integral en el desarrollo comunitario y la sostenibilidad ambiental.

El proyecto "Artesanías Recicladas en Pamplona" representa una iniciativa de emprendimiento social integral que responde de manera innovadora a problemáticas sociales, económicas y ambientales presentes en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander. A través de la reutilización de materiales reciclables y la inclusión productiva de adultos mayores y jóvenes en rehabilitación, se plantea una solución sostenible que no solo reduce el impacto ambiental, sino que también promueve la equidad social y el desarrollo económico local.

El uso de la metodología Design Thinking permitió comprender profundamente las necesidades de los beneficiarios, estructurar una propuesta centrada en sus capacidades y diseñar productos funcionales, estéticos y comercialmente viables. Asimismo, la implementación del modelo Canvas permitió definir un modelo de negocio autosostenible, enfocado en la economía circular, la inclusión social y el fortalecimiento comunitario.

Desde el enfoque comercial, se elaboró una estrategia de mercadeo robusta que contempla la identidad del producto, el análisis del mercado, la competencia y la distribución multicanal, permitiendo establecer un posicionamiento diferencial en el mercado local. Las proyecciones operativas y financieras evidencian la viabilidad del proyecto, su capacidad para generar ingresos sostenibles y su potencial de escalabilidad.

En síntesis, el proyecto no solo aporta soluciones concretas a problemáticas reales, sino que también promueve un cambio cultural hacia el consumo responsable y el aprovechamiento creativo de los residuos, consolidando así un emprendimiento con propósito, impacto social y compromiso ambiental.

Referencia bibliográfica

- Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales [Objeto virtual de información (OVI)]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Camacho, L. D. (2023). Proyecciones operativas y financieras [Objeto virtual de aprendizaje (OVA)]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55797>
- Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). El perfil emprendedor. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (pp. 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 (Capítulos 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (pp. 135–158). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018: Perfil Río Quito, Chocó. DANE. https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/27600_infografia.pdf

Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. (2023).

<https://hdl.handle.net/20.500.14352/18702>

Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Design Thinking: a technique that conquers new markets. *Grado Cero*, 1(2019).

<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>

Pacheco Coello, C. E. (2021). Metodología en casos reales de evaluación de proyectos. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238)

Pamplona Norte de Santander - Pasado, presente y futuro. (s.f.). [https://pamplona-](https://pamplona-nortedesantander.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado,-Presente-y-Futuro.aspx)

[nortedesantander.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado,-Presente-y-Futuro.aspx](https://pamplona-nortedesantander.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado,-Presente-y-Futuro.aspx)

Peña Huaytalla, E. (2019). Design Thinking - 3. Universidad Continental; Repositorio Institucional Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>

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

<https://doi.org/10.22490/9789586519083>

Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Editorial Universidad Adventista del Plata.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios. Editorial Uniagustiniana. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380)

Vega Guerrero, J. (2019). Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social. En *La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias*

económicas y administrativas (pp. 131–151). Sello Editorial UNAD.

<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://doi.org/10.5565/rev/educar.1153>