

Proyecto De Emprendimiento Social Para La Creación De La Microempresa “Arte Sin Barreras”

Marisol Avila Hernandez

Sandra Janeth Bohorquez Jurado

Jenny Yasbleidy Cardenas Torres

Jose Alexander Valencia

Gustavo Adolfo Rojas

Milton Eduardo Villalba Benitez
Tutor

Grupo: 110011_6

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – Unad
Escuela De Ciencias Administrativas Económicas Contables y de Negocios Ecacen
Diplomado de Profundización Para Tecnologías Gestión del Marketing Para El
Emprendimiento Social
Julio de 2020



Tabla de Contenido

Introducción.....	3
1. Objetivos.....	5
1.1 Objetivo general:.....	5
1.2 Objetivos específicos:.....	5
2. Descripción y planteamiento del problema.....	6
3. Presentación del proyecto de emprendimiento: sustentación de las acciones de innovación social.....	10
4. Formulación de la propuesta de valor.....	11
4.1 Modelo de negocio basado en la metodología design thinking.....	11
5. Plan de mercadeo.....	17
5.1 Atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado.....	17
5.2. Grupo mercado objetivo del proyecto.....	17
5.3 Segmentación.....	18
5.4 Identificación y análisis de la competencia.....	21
5.5 Aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social.....	23
6. Proyección operativa y financiera.....	26
Conclusiones.....	32
Referencias bibliográficas.....	33



Lista de Tablas

Tabla 1	15
Tabla 2	17
Tabla 3	18
Tabla 4	<u>19</u>
Tabla <u>5</u>	20
Tabla 6	20
Tabla 7	21
Tabla 8	26
Tabla 9	26
Tabla 10	27
Tabla 11	28
<u>Tabla 12</u>	28
Tabla 13	30



Introducción

Desarrollar habilidades relacionadas con la elaboración de productos artesanales o cualquier otro tipo de actividad en el interior de las cárceles es una actividad que conlleva a un proceso de resocialización de aquellos que se encuentran privados de la libertad al interior de dichas instituciones. No siendo ajenos a esta situación que se presenta y apostando por mejorar la calidad de vida de los internos de la cárcel de Zipaquirá, se presenta el siguiente documento el cual se compone de diferentes propuestas que se traducen en un proyecto de emprendimiento social aplicando metodologías de evaluación y resultados de la misma. Aplicando las etapas del modelo de Design Thinking para sustentar la propuesta de valor en el proyecto de emprendimiento social de manera coherente y pertinente.

Con esta actividad buscamos conseguir resultados de aprendizaje a las diferentes estrategias del marketing orientada a la competitividad del proyecto de emprendimiento social. La elaboración de un plan de marketing es un proceso complejo, pero de altísimo valor para la compañía. El marketing no sólo vale como instrumento de gestión si no que una vez que está desarrollado y aprobado, define y marca unas acciones concretas con el fin de conseguir los objetivos que nos hemos propuesto teniendo claro que para llegar a nuestro público potencial debemos encontrar los mensajes y canales adecuados.

Al identificar cada una de las estrategias de marketing nos lleva analizar nuestro proyecto para tomar decisiones acertadas que nos permitan garantizar resultados positivos para el mercado objetivo. Si logramos esta meta estaremos frente a la posibilidad de lograr el posicionamiento eficaz y eficiente traducido en fortalecer las relaciones con nuestros clientes determinando sus intereses para brindar calidad, productividad, ventas y fidelización de los mismos.



1. Objetivos

1.1 Objetivo general:

Formular un proyecto de emprendimiento social que conlleve a reducir la problemática de la reincidencia delincinencial; de esta forma aportar soluciones tangibles para nuestro entorno, que pueda permanecer desde la sostenibilidad y sustentabilidad en el mercado.

1.2 Objetivos específicos:

- Identificar la dimensión de la problemática de la penitenciaria de Zipaquirá.
- Formular propuesta de valor haciendo uso de las técnicas Design Thinking.
- Establecer el mercado objetivo al que vamos a llegar con nuestro proyecto de emprendimiento.
- Aplicar los conocimientos de Marketing digital para dar a conocer a los Zipaquireños los productos elaborados dentro del establecimiento penitenciario.
- Realizar un análisis de costos operativos y financieros para nuestro proyecto de emprendimiento social “Arte Sin Barreras” que nos permita garantizar la sostenibilidad y sustentabilidad del mismo



2. Descripción y Planteamiento del Problema

La mayor falencia que presenta el sistema carcelario es tener actividades de trabajo solamente habilitadas para aquellos que ya tienen una condena emitida por la fiscalía (40% de reclusos), es decir que el otro 60% no tienen una labor diferente para ejecutar más que lavar ropa, loza o tejer manillas, es deprimente que estas personas pasen hasta 4 veces por este lugar como menciona El Tiempo. (2019), cuando puede focalizar esta población social hacia el progreso, el cambio de mentalidad se debe pensar en un sistema que abarque el 100% de los reclusos, talleres de ebanistería, artesanías, industria, educación media y superior que le permita a estas personas realmente resocializarse.

Sobre este tema se han hecho algunas publicaciones, según el Consejo de Zipaquirá. (2019), se da a conocer que los reclusos se encuentran en hacinamiento que se debe conseguir un convenio para que se pueda comprar un terreno pues el establecimiento es privado y a la fecha su arrendamiento tiene un costo de 16 millones mensuales, que la cárcel no produce, que hay serios problemas de consumo y etc. Pero hemos observado de cerca la problemática de estos reclusos y me impacta que siendo unas mentes tan prodigiosas capaces de maquinarse perfectamente los tiempos y movimientos para ejecutar un golpe perfecto, un robo a mano armada, narcotráfico, falsificación, abuso y muchos otros delitos para lo que se requiere frialdad, agallas, planificación entre otras características, se encuentren recluidos en una habitación que puede medir aproximadamente 5 M2 en la que pasan la noche acompañados de aproximadamente 14 personas por celda, el día no es diferente comparten un patio de aproximadamente 40 M2 con 305 reclusos, desperdiciando de este modo todas las capacidades cognitivas, intelectuales, destrezas y habilidades que han venido usando para mal, pretendiendo ahora realizar un proyecto con el propósito de que estas capacidades se canalicen para beneficio propio de la sociedad.

Todos podemos aportar de alguna manera quizás con un taller amplio con diferentes opciones de ejercer labores, podríamos crearles un canal de marketing para que ellos puedan

comercializar sus productos, para que se incentive la labor y de este modo ocupen su mente y dejen de pensar en la manera de como ingresar droga para consumir o como dar su próximo golpe al salir de este lugar.

El hecho de no aplicar unas medidas correctivas y formativas para los reclusos implica que vemos en la actualidad un 12% de los reclusos reincidiendo en los delitos *“según lo cita un artículo del tiempo a finales del 2019”*; en el que afirman que de los 189.579 que se encuentran bajo custodia del INPEC a nivel Nacional, dentro de una institución carcelaria o n medida domiciliaria 22.507 de ellos han reincidido en los delitos. Esto quiere decir que estamos siendo afectados pues la cifras de 2012 a 2019 se duplicaron indicando señales de alerta pues no está siendo efectivo el procedimiento y disciplina en el que se mantienen retenidos estos seres humanos, en una visita que realice al centro penitenciario hace un tiempo e encontré con que más del 60% que son los reclusos sindicados, no participan de ningún plan educativo o laboral que les permita sentirse útiles, esto no es una respuesta a la problemática social, por el contrario.

Cárcel de Zipaquirá



Figura 1. Imagen fachada frontal INPEC Zipaquirá. (Estrategia medios, 2020)



Caracterización INPEC Zipaquirá

“Ubicada en una casa colonial antigua cuya construcción data aproximadamente de 1535, Esta casa tiene aproximadamente 480 años de construida en un área de 1300M2.

Código Establecimiento 128

Categoría Establecimiento Penitenciario de Mediana Seguridad y Carcelario

Dirección CALLE 7 #7-48 Centro de Zipaquirá (Cundinamarca)

Teléfono 8526001 / 8522119 / 8524408 “ (INPEC, 2020)

Población Afectada y Condiciones Sociales, Económicas y Personales


De forma directa se ven afectados los 305 reclusos que hacen parte de la población carcelaria que se encuentra en este centro de reclusión junto con sus familias que viven con ellos la impotencia de no poder ayudarlos a resocializarse.

De forma indirecta se afectada toda la población de Zipaquirá pues al salir ellos de este lugar sin un cambio de pensamiento existe una afectación a la seguridad del municipio como tal.

En primera instancia se ven afectados los mismos reclusos y sus familias que actualmente son 305 según lo indica el último artículo que trato el tema de hacinamiento.

La cantidad de población afectada, aunque no sea de forma directa somos los más de 128 mil habitantes del Municipio pues de no aplicar los correctivos a tiempo a los infractores de la ley que tenemos identificados lo que vamos a conseguir es que la inseguridad siga incrementando y que ellos salgan de este lugar fortalecidos delincencialmente.

Debido a no tener acompañamiento de profesionales se ven afectados de manera física, psicológica, económica y socialmente; al estar en un estado de vulnerabilidad y abandono por



parte del estado, además de las condiciones de hacinamiento que no les permite ciertas actividades para su desarrollo personal e intelectual.



3. Presentación del Proyecto de Emprendimiento: Sustentación de las acciones de Innovación Social

Nombre del proyecto:” Arte Sin Barreras”

Se trata de incentivar la ocupación de los reclusos de la cárcel de Zipaquirá en proyectos que despierten su desarrollo intelectual en pro del bienestar, por medio de un espacio de capacitación con enfoque de mercadeo-ventas-marketing para la venta de productos artesanales que serán elaborados por ellos mismos para comercializar por medio de una plataforma virtual o página web. Hoy por hoy al interior de las cárceles los reclusos realizan este tipo de productos, pero algunos lejos de los gustos, modas y pretensiones de los ciudadanos, es por eso que por medio de la empresa que se constituya, podamos brindar desde la asesoría y formación en los diferentes artes hasta el impulso de la venta para generar recursos para el sostenimiento de los mismos reclusos y sus familias.

Este proyecto fortalecerá su espíritu de empresario y la necesidad de profundizar en la educación para adquirir técnicas que les faciliten emprender, debido a que para nadie es un secreto que para un exconvicto es bastante complicado conseguir una opción laboral como dependiente, siendo esta una de las principales razones de la reincidencia delincuencia.

Adicional estamos fomentando el uso de herramientas tecnológicas al interior del penal como factor de motivación y empleabilidad aportando un crecimiento personal y laboral para evitar pensamientos erróneos y malos hábitos.

Se busca con ello que se despierte en los reclusos un espíritu de empresarios para evitar que, ante cualquier negativa de asignación de un empleo, se vean tentados a volver a delinquir, siendo esta la razón más frecuente de la reincidencia.

4. Formulación de la Propuesta del Valor

4.1 Modelo De Negocio Basado En La Metodología Design Thinking

Como metodología empleada para la presentación de la propuesta de valor, se utilizó el Design Thinking con la aplicación de todas las etapas y herramientas.

Técnica Aplicada Empatiza

Debido a la problemática de los internos de la cárcel de Zipaquirá como solución llevaremos a cabo la fabricación de artesanías, las cuales están dirigidas a hombres y mujeres para satisfacer gustos, deseos o incluso como obsequios-detalles de la visita al municipio y alrededores.

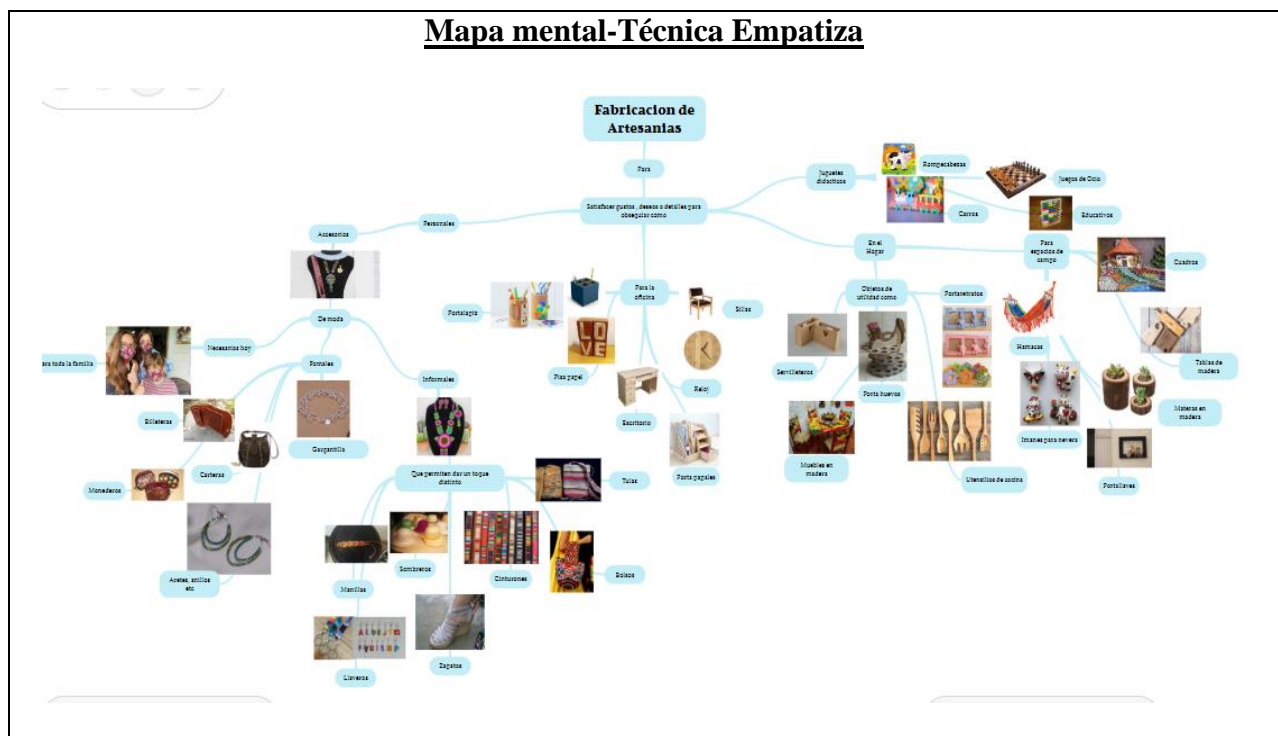


Figura 2. Técnica empatiza representada en mapa mental. Fuente: propia, herramienta empleada:

<https://www.goconqr.com/es-ES/mindmap/24353230/Fabricacion-de-Artesanias>

Etapa de Definición

Técnica Aplicada

Diagrama de causa-efecto tendremos una imagen completa de todos los elementos que participan en la generación de un problema.

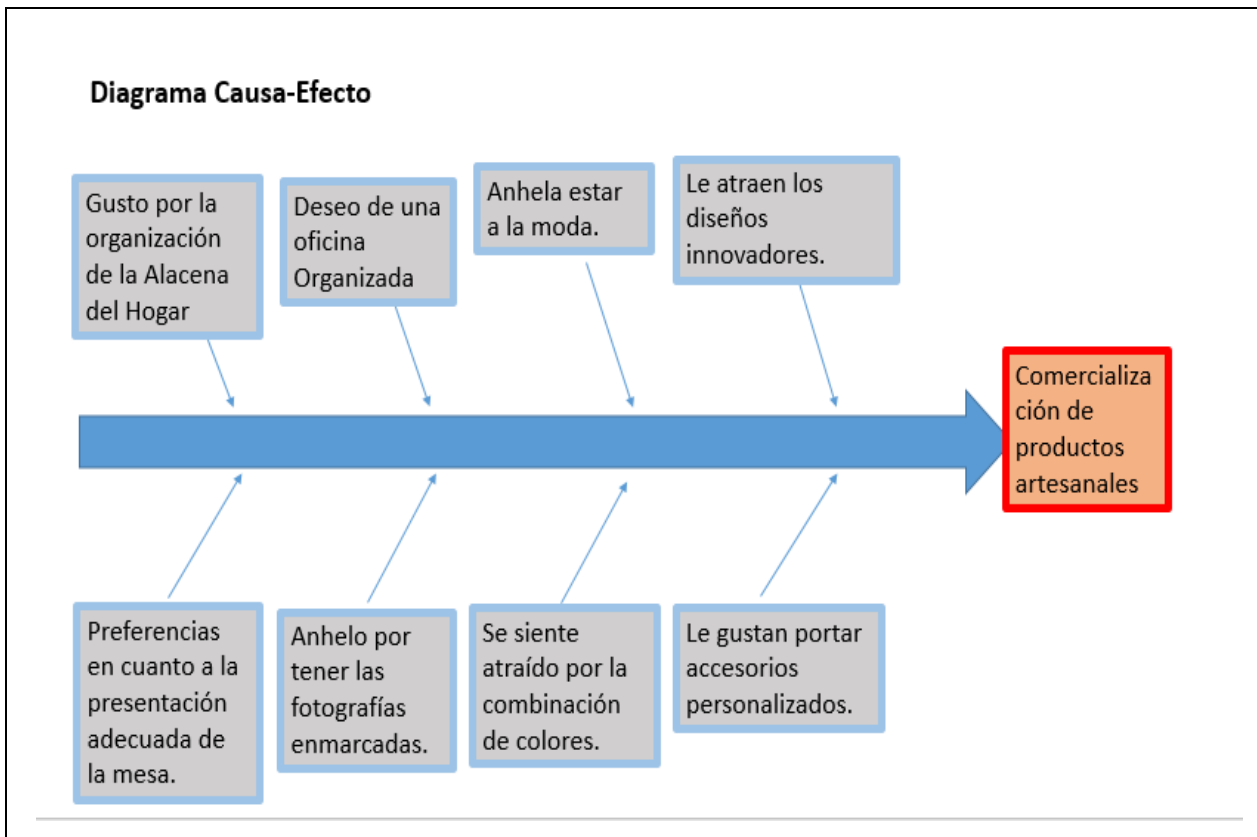


Figura 3. Etapa Define, técnica Diagrama causa-efecto, de acuerdo con las declaraciones de entrevistados. Fuente: (Avila, 2020)

Etapa de Idea

Se proponen ideas que conllevan a solucionar la problemática identificada en la etapa de define.

- Creación de microempresa al interior del centro penitenciario en pro de beneficiar a cada uno de los internos.

Técnica Aplicada:

Seis sombreros para pensar

Mediante este técnico buscamos que al interior del grupo carcelarios se establezcan y diverjan ideas que nos ayuden inicialmente en identificar las oportunidades y posteriormente en conjunto darle trámite para que el proyecto de emprendimiento surja y se sostenga de acuerdo a las estrategias de marketing digital establecidas durante el proyecto, debemos ver valor donde otros no ven si no miseria u abandono del estado.

Esta técnica aplicada con cada uno de los internos el resultado es:

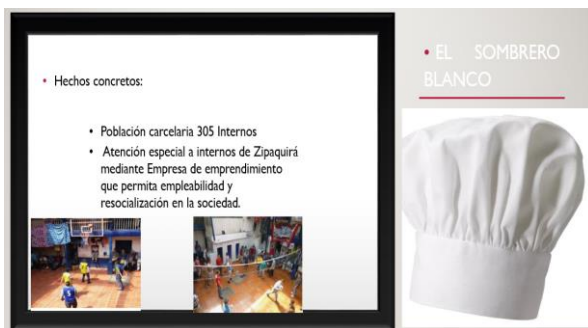


Figura 4. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png-hsvzj>



Figura 5. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png->



Figura 6. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png-hsvzj>
hsvzj



Figura 7. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png->

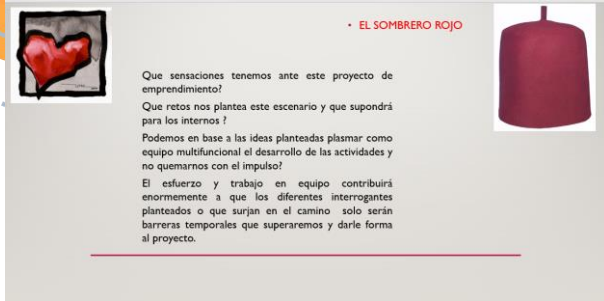


Figura 8. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png-hsvzj>



Figura 9. Tomado de <https://www.pngwing.com/es/free-png-hsvzj>

Etapa Prototipo

Técnica Aplicada

Prototipo en imagen



Figura 10 <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/prototipos-en-diseno-web/>

Etapa de Testeo

Técnica Aplicada-Elevador pitch es un breve discurso de presentación para presentar un proyecto o un emprendimiento ante clientes, inversores o proveedores. No obstante, también puede utilizarse para presentarse uno mismo como candidato a un trabajo.

Tabla 1

Redacción de Elevador Pitch (30 Segundos) Arte sin Barreras

Nº	Elementos	Características	Pitch
1	Público Objetivo: Necesidad o Problema: Nombre del Producto: Categoría: Beneficio Clave: Diferenciación:	<ul style="list-style-type: none"> • Zipaquirá • Chía • Cogua • Tocancipa Atracción e interés por la organización y el arte. “Arte Sin Barreras” Artesanías Ofrecer productos con calidad y desempeño óptimo de acuerdo a los atributos físicos de cada artículo, brindando modelos innovadores y alcance haciendo uso del Marketing Digital. Creatividad, diseños únicos, económico.	Al identificar cada una de las estrategias de marketing nos lleva analizar nuestro proyecto para tomar decisiones acertadas que nos permitan garantizar resultados positivos para el mercado objetivo. Si logramos este objetivo estaremos frente a la posibilidad de lograr el posicionamiento eficaz y eficiente en fortalecer las relaciones con nuestros clientes determinando sus intereses para brindar calidad, productividad, ventas y fidelización de los mismos.

Fuente: consultado en la página web: <https://designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=104&fase=testea>



5. Plan de Mercadeo

5.1 Atributos y beneficios del producto o Servicio a ofrecer al mercado

Productos: Artesanías elaboradas con diferentes materiales

Atributos: Estilo, Diseño, Color, Marca, Calidad, Originalidad, Exclusividad

Beneficios: Garantía por ser un trabajo elaborado 100% a mano y de buena calidad. Contribuyendo con el medio ambiente ya que se minimiza el uso de máquinas y energía. Ofrece Identidad cultural al cliente, por tratarse de artesanías netamente colombianas. Diseño e innovación, nos capacitamos para estar actualizados en las tendencias de moda.

5.2. Grupo Mercado objetivo del proyecto

El público objetivo se ha identificado por su capacidad de compra, por tanto, hemos determinado que la población de los municipios de Zipaquirá, Cogua, Chía y Tocancipa que tienen un rango de edad entre 20 y 59 años tienen la capacidad de pago para la compra digital de los productos. Nuestro proyecto además pretende abarcar las poblaciones cercanas como se puede evidenciar en la siguiente tabla.

Tabla 2

Total, Población Municipios Aledaños a Zipaquirá

Municipio	Población Entre 20-59
	Años
Zipaquirá	70185
Chía	75655
Cogua	12806
Tocancipa	18511
Total General	177156

Nota. Notas. Fuente: *Administración del Municipio de Zipaquirá. (2017).*

Municipio de Zipaquirá. 2020, abril 24, de Municipios de Colombia

Zipaquirá Recuperado de

<https://cpd.blob.core.windows.net/test1/25899planDesarrollo.pdf>

5.3 Segmentación

El tipo de segmentación que se escogió fue la variable demográfica como se ve en el punto anterior y de acuerdo a ello se toma la distribución de la población por tramos de edad de acuerdo a los porcentajes para cada municipio así:

Tabla 3

Segmentación Geográfica por edades del Mercado Objetivo seleccionado

MUNICIPIO	Cant. Población masculina 20-59	% masculino entre 20-59	Cant Población femenina 20-59	% Femenino entre 20- 59	Total mercado Objetivo
Zipaquirá	34341	40%	35844	39%	70.185
Chía	36042	42%	39612	43%	75.655
Cogua	6458	8%	6349	7%	12.806
Tocancipa	9178	11%	9333	10%	18.511
TOTAL	86018	100%	91138	100%	177.156

Notas. Fuente: *Administración del Municipio de Zipaquirá. (2017). Municipio de Zipaquirá. 2020,*

abril 24, de Municipios de Colombia Zipaquirá Recuperado de
<https://cpd.blob.core.windows.net/test1/25899planDesarrollo.pdf>

Tabla 4

Segmentación del Mercado Objetivo por Rango de Edad

Municipio	Cant		Cant		Total Mercado Objetivo	TOTAL %
	Rango 20-29	% 20-29	Rango 30-59	% 30-59		
Zipaquirá	21704	12%	48481	27%	70185	40%
Chia	22847	13%	52808	30%	75655	43%
Cogua	4161	2%	8646	5%	12806	7%
Tocancipa	6140	3%	12370	7%	18511	10%
TOTAL X EDAD	54852	31%	122304	69%	177156	100%

Nota. Fuente: *Administración del Municipio de Zipaquirá. (2017). Municipio de Zipaquirá. 2020, abril 24, de Municipios de Colombia Zipaquirá Recuperado de*
<https://cpd.blob.core.windows.net/test1/25899planDesarrollo.pdf>

Es así que orientaremos nuestro marketing al segmento de las edades entre 20 y 29 años y de 30-59 años para ofrecer diferentes tipos de productos entre los cuales están los accesorios tejidos, carpintería y la elaboración de productos en materiales reciclados.

Es así que además de Zipaquirá en el mismo segmento de edad tenemos en cuenta los factores que tendrá nuestro mercado objetivo para adquirir nuestros productos así:

Tabla 5

Preferencias de tendencias por segmentos

Edad	Accesorios Tejidos	Billeteras y bolsos en material reciclado	Accesorios de Oficina	Accesorios para el Hogar	Accesorios personalizados
(20-29)	3	3	4	4	5
(30-59)	5	2	1	3	2

Nota. Representación del promedio resultado encuestas realizadas vía correo electrónico a 50 personas del círculo social del grupo de trabajo, donde 1 bajo interés 5 mucho interés en el producto. Fuente de Ilustración propia.

Tabla 6

Preferencias por Calidad del producto

Rango de Edad	Accesorios Tejidos	Billeteras y bolsos en material reciclado	Accesorios de Oficina	Accesorios para el Hogar	Accesorios personalizados
(20-29)	5	4	5	5	5
(30-59)	5	2	1	2	2

Nota. Representación del promedio resultado encuestas realizadas vía correo electrónico a 50 personas del círculo social del grupo de trabajo, donde 1 bajo interés 5 mucho interés en la calidad. Fuente de Ilustración propia.

5.4 Identificación y análisis de la competencia

Los negocios reconocidos que encontramos en este municipio son: Gato & Farfalla, Ovillos y Madejas, Scarpetta, Artesanías Turquesa Zipaquirá que son realmente negocios que comercializan todos los productos que elaboran en un lugar escogido en el municipio de Zipaquirá. Aunque ninguno ellos manejan la venta por plataformas digitales.

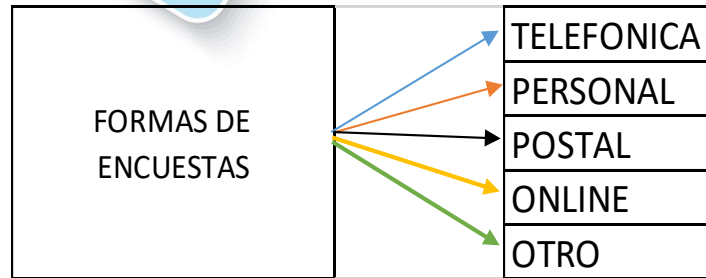
La competencia ofrece en algunos productos artículos elaborados por empresas o microempresa ya constituidas de artesanos de la región con amplio recorrido en el municipio y alrededores.

Tabla 7

Competidor		Calidad	Precio	Ubicación	Innovación	Marca
GATO & FARFALLA	1	3	3	4	3	3
OVILOS Y MADEJAS	2	2	2	3	3	2
SCARPETTA	3	3	2	3	2	3
ARTESANIAS TURQUEZA ZIPAQUIRA	4	2	2	3	2	3

Nota. Representación del promedio resultado encuestas realizadas vía correo electrónico a 50 personas del círculo social del grupo de trabajo, donde 1 bajo interés 5 mucho interés.

Fuente de Ilustración propia.



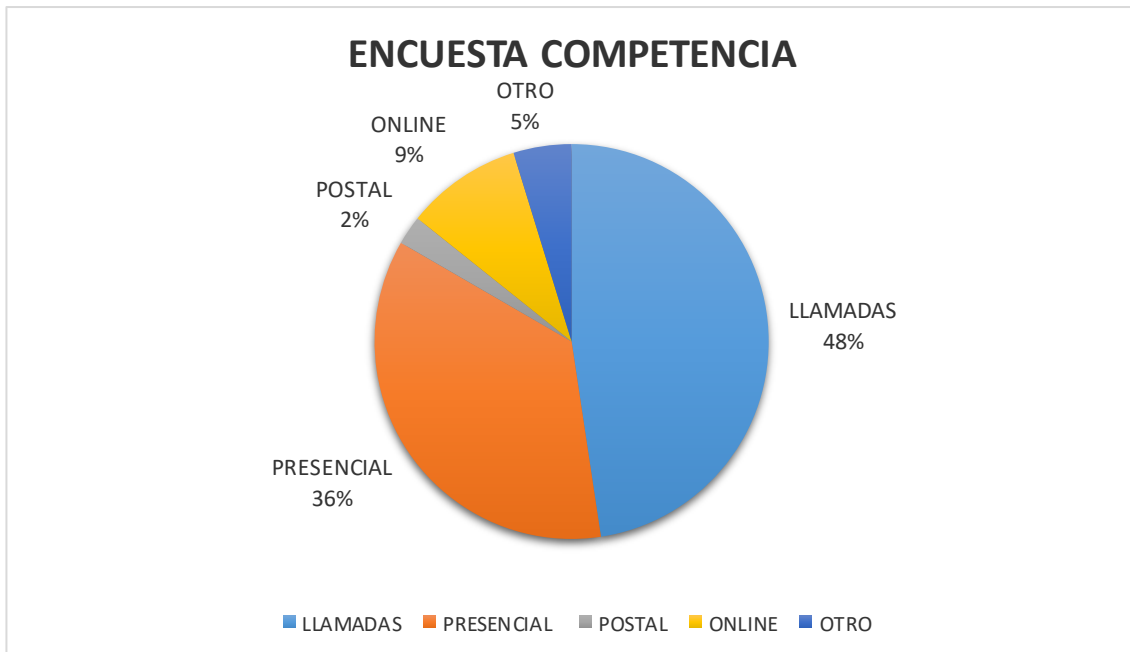
Fuente de Ilustración propia

Vía telefónica: la encuesta se realiza en el mismo tiempo, pero en espacios diferentes.
 Personal: la entrevista se realiza en un mismo espacio entre el entrevistador y el entrevistado “cara a cara - *face to face*”.

Postal: consiste en el envío de un cuestionario a los potenciales encuestados, pedirles que lo contesten y hacer que lo remitan.

Online: modalidad de encuesta auto administrada, donde no existe entrevistador.

Grafico tipos de encuestas aplicadas.



Fuente de Ilustración propia

5.5. Aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social.

Nuestros principales aliados en este proyecto serán entidades públicas; El sistema carcelario del municipio de Zipaquirá

El Ministerio de Justicia cuenta con la página “Libera Colombia” quienes tienen diferentes puntos físicos ubicados en distintas ciudades del país por medio de los cuales se comercializan los productos que fabrican los internos en algunos de los centros penitenciarios para la sostenibilidad de los mismos.

Una alianza estratégica que podemos realizar es con la Fundación Universitaria Monserrate quienes los días sábados tienen profesores en sus instalaciones para dictar cursos abiertos para la elaboración y trabajo de diferentes tipos de artes, de esta manera con esta alianza se fortalecerá y se dará a conocer su nueva modalidad de capacitación abierta en artes para todas las edades con promoción al emprendimiento social y nuestro proyecto se beneficiará de la enseñanza de los profesores directamente a los internos para iniciar la comercialización de sus productos.

De esta forma podemos cooperar con la resocialización de los internos fomentando la inclusión social y para la fase de libertad tendrá la posibilidad de seguir capacitándose y trabajar directamente con nuestra empresa aumentando sus ingresos para su sostenibilidad.

Para las personas externas quienes se encuentren interesados en el fomento educativo que promueve la universidad quienes pueden ser nuestros mismos compradores podrán acceder a la propuesta educativa de la misma.

5.6 Estrategias de Mercadeo

5.6.1. Estrategia de comunicación

Mediante la voz a voz en las emisoras locales y canales de televisión regionales, solicitaremos entrevistas donde nos permitan promocionar nuestro proyecto.



5.6.2. Estrategia de Posicionamiento

La estrategia sobre la que se fundamenta el posicionamiento del proyecto se encuentran:

- **La originalidad**, somos pioneros en la Zona con respecto a las ventas online esto nos da ventaja con respecto a los competidores porque el cliente puede elegir el producto desde su teléfono o equipo tecnológico e incluso lo podrá pedir con características personalizadas como el color y técnica ejemplo (dermo/envejecido).
- **Garantía de los productos**, manejaremos dentro de la factura un lapso de 30 días de garantía para que el cliente se sienta seguro que puede confiar en nuestro producto.
- **Calidad**, dentro del equipo asignaremos a un delegado que se encuentre capacitado para realizar el control de calidad de los productos terminados antes del envío al cliente.

5.6.3. Estrategia de Diferenciación

Le daremos el espacio al cliente dentro de nuestra página para que califique nuestros productos, esto es arriesgado, pero es diferente a los negocios comerciales que hay en la región.

5.6.4. Estrategia de Social Media

Generar publicaciones por medio de la página Facebook “Sin Barreras” compartiendo constantemente fotos de los productos elaborados para que conozcan nuestra misión. Link: <https://www.facebook.com/Zipaquirasinbarreras/>.

Email Marketing; Debido a que su costo de inversión es bajo en comparación a los beneficios que ésta ofrece el email marketing es una de las estrategias de marketing más efectivas.

YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=mW74NwaYwSI&t=1s>

Pagina Web

<https://valenciachin.wixsite.com/sinbarreras>

5.6.5 Logo y slogan

Arte sin Barreras



"POR UN MUNDO MEJOR"

Fuente de creación propia

Pagina web : <https://valenciachin.wixsite.com/sinbarreras>

6. Proyección Operativa y Financiera

a) Los recursos operativos que se necesitan: instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción.

Tabla 8

Instalaciones \$500.000	
Elementos	Costo
Alquiler Local	500.000

Fuente de Ilustración propia

Tabla 9

Equipos de Oficina		\$2.600.000
Cantidad	Elemento	Costo
1	Computador	1.300.000
2	Silla	100.000
1	Impresora	330.000
1	Vitrina y estante	600.000
1	Escritorio	270.000
Equipos de producción		\$2.500.000
10	cinta métrica	100.000
5	Calibre	150.000

2	Nivel	40.000
4	Juegos de pinzas y destornilladores	280.000
1	Sierra circular	269.000
5	Discos de sierra	197.000
3	Mesas de trabajo	630.000
5	Juegos de agujas en crochet en aluminio	125.000
1	Taladro	120.000
1	Telar de macramé	649.000
Otros Activos No corrientes		
1	Patentes y marcas	1.000.000
	Total	5.600.000

Fuente de Ilustración propia

Tabla 10

PERSONAL			
Cantidad	Elementos.	Costo Unitario	Costo Total
1	Administrador	890.000	890.000
	Total		\$ 890.000

Fuente de Ilustración propia

Tabla 11

COSTOS			
FIJOS	Costo	VARIABLES	Costo
Arriendo	500.000	Materia Prima	1.850.000
Internet y telefonía	150.000	Servicios públicos	150.000
Mano de obra	890.000	Gastos de Papelería	50.0000

Fuente de Ilustración propia

Tabla 1

				2021	2022	2023
TOTAL VENTAS				119.750.000	129.509.625	140.064.659
<i>Coste de las ventas</i>				57,87%	57,87%	57,87%
Previsión de VENTAS				2021	2022	2023
Productos / Servicios	P.V.	% M.B.	% Var.	Previsión de ventas en unidades		
Collares	\$ 18.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Pulseras	\$ 10.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Aretes	\$ 10.000	40,0%	3,0%	500	515	530

Reloj madera	\$ 25.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Sandalias	\$ 25.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Porta celulares	\$ 10.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Tulas	\$ 25.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Gorros	\$ 10.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Correas	\$ 18.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Portarretratos	\$ 20.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Porta lapiceros	\$ 15.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Pisa Papeles	\$ 10.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Gallinas porta Huevos cocina	\$ 75.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Hamacas	\$ 55.000	45,0%	3,0%	500	515	530
Cuadros	\$ 45.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Porta papeles	\$ 30.000	45,0%	3,0%	500	515	530
Llaveros	\$ 12.000	45,0%	3,0%	500	515	530
Monederos	\$ 17.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Servilleteros	\$ 20.000	45,0%	3,0%	850	876	902
Bolsos	\$ 45.000	40,0%	3,0%	500	515	530
Manillas tejidas	\$ 11.500	40,0%	3,0%	500	515	530
Total n° ventas				12.950	13.339	13.739

Variación anual					5,0%	5,0%
PRECIO						
TOTAL VENTAS				119.750.000	129.509.625	140.064.659
MARGEN BRUTO				50.450.000	54.561.675	59.008.452
				42,13%	42,13%	42,13%
COSTE de VENTAS				69.300.000	74.947.950	81.056.208
				57,87%	57,87%	57,87%

Fuente de Ilustración propia

b) Capital de trabajo

Tabla 23

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Total
Stock	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Gastos legales de Constitución	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Gasto de Papelería	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Costos Fijos			
Arriendo	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Internet y telefonía	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Mano de obra	1	\$ 890.000	\$ 890.000

Costo Variable			
Materia Prima	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
Servicios públicos	1	\$ 150.000	\$ 150.000
TOTAL			\$ 8.540.000

Fuente de Ilustración propia



Conclusiones

- Puedo concluir que con este proyecto desde la 1 fase hasta la actual buscamos sustentar proyectos de emprendimiento social sostenibles y sustentables como satisfactores de necesidades o problemáticas.
- Empezar no es imposible, simplemente se necesita determinación para transformar una idea en algo tangible, se deben eliminar las barreras mentales que muchas veces por miedo al fracaso nos ponemos; salir de la zona de confort donde nos encontramos, pero salir de una manera responsable, planeando y validando el producto o servicio que queremos vender, analizando los posibles competidores, el mercado y público objetivo al cual queremos llegar, los aspectos legales que se deben cumplir, los gastos fijos y variables que nos permitan tomar una decisión con tranquilidad y no simplemente lanzarse al vacío con altas posibilidades de fracasar.
- Por medio del emprendimiento social podemos atender problemáticas y necesidades hacia la construcción de una solución directa determinando su viabilidad utilizando herramientas que nos conllevan a percibir si es viable o no y para este caso para un grupo tan vulnerable como son los internos de la cárcel de Zipaquirá siendo parte fundamental de la propuesta que permite un cambio social a través del marketing.
- Esta actividad nos deja de enseñanza las distintas estrategias de mercado y que para ser exitosos debemos ser claros en la misión y visión del negocio que queremos dejar sacar al mercado también la orientación en los clientes actuales y potenciales y de este modo poder subsistir en un mercado cada vez más competitivo.
- Para la sustentación de nuestro proyecto de emprendimiento social trabajamos en los diferentes medios de comunicación para el lanzamiento de nuestro proyecto y marketing, se dejan reflejados en las distintas plataformas aprendidas a manejar como lo son Facebook, Wix, encuestas en Google Drive, entre otras como videos en You Tube y las mismas en el formato Desing Thinking.



Referencias Bibliograficas

Caracterización de la cárcel de Zipaquirá, INPEC (2020), Consultado en la página web:

<https://www.inpec.gov.co/institucion/organizacion/establecimientos-penitenciarios/regional-central/epmsc-zipaquirá>

Datos frente a la reincidencia delictiva en Colombia consultado en la página web: *El*

Tiempo. (2019). *Se dobló la cifra de reincidentes que están detenidos en el país*. 2020, abril 14, de *El tiempo gobierno Recuperado de*

<https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/cifras-de-presos-reincidentes-en-colombia-segun-el-inpec-405722>

Hacinamiento en la cárcel de Zipaquirá, consultado en: *Consejo de Zipaquirá*. (2019). *Así*

es el hacinamiento en la cárcel de Zipaquirá. 2020, abril 14, de *Consejo de Zipaquirá el consejo de todos Recuperado de*

<http://www.extrategiamedios.com/institucional/concejo-de-zipaquirá/5343-asi-es-el-hacinamiento-en-la-carcel-de-zipaquirá>

Etapas Define, técnica Diagrama causa-efecto: Avila, J. (2020). Entrevista oral por Avila, M. residencia del entrevistado, Zipaquirá Cundinamarca.

Estrategia (2020), Imagen frontal INPEC Zipaquirá, *Recuperado de*

<http://www.extrategiamedios.com/institucional/concejo-de-zipaquirá/5343-asi-es-el-hacinamiento-en-la-carcel-de-zipaquirá>

Herramienta utilizada para citar referencias: *Normas Apa*. (2020). *Generador de*

Referencias Normas APA. 2020, abril 14, de *Normas Apa Recuperado de*

<https://norma3sapa.in/citar-apa-online/>



Población por rango de edades: *Administración del Municipio de Zipaquirá. (2017).*

Municipio de Zipaquirá. 2020, abril 24, de Municipios de Colombia Zipaquirá Recuperado de <https://cpd.blob.core.windows.net/test1/25899planDesarrollo.pdf>