

Proyecto de Emprendimiento Social “Cooperativa Madicoenka”

Presentado a:

Dina Luz Daza Oñate

Tutora

Maribel Lizcano

María Consuelo Quintín

Enos Cardona

Diego Alexander León

Marlly Karina Verjel

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuelas Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Diciembre – 2020



Introducción

Por medio del siguiente trabajo se presentan el consolidado del proyecto de emprendimiento social, la cual es una propuesta de innovación social que es la constitución de una Cooperativa de bisutería (material reciclable) ubicada en el barrio ciudad de Dios denominada MADICOENKA con su variedad de accesorios elaborados a base de semillas y piedras, la cual busca mitigar la problemática socio ambiental que actualmente se está viviendo en un barrio de Santander, además de la oportunidad de identificar el factor productivo y el mercado objetivo, mediante el empleo, condiciones dignas de vivienda.

Se busca dar una solución a la problemática del barrio Ciudad de Dios a través de una propuesta de innovación social que se creó mediante la propuesta de valor por medio del modelo de Design Thinking con sus etapas y herramientas, estrategias de marketing a través de un modelo de plan de mercado que favorezca el desarrollo de este y por último la proyección operativa y financiera que nos ayudara a proyectarlos a obtener beneficios positivos para la cooperativa.



Tabla de contenido

Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
1. Descripción y planteamiento del problema.....	10
1.1. Identificación de la problemática social.....	10
1.1.1. Pro	11
1.1.2. Contras	12
1.1.3. Soluciones	12
2. Presentación del proyecto de emprendimiento	17
2.1. Factor innovador.....	17
2.2. Pertinencia	18
2.3. Impacto Social	18
2.4. Financiación.....	19
2.4.1. Recursos Propios.....	19
2.4.2. Apoyo Gubernamental	19
2.4.3. Financiación en bancos	19
2.4.4. Apoyo Capacitación	19
2.4.5. Factor productivo	19
2.4.5.5. Mercado Objetivo.....	21
3. Formulación de la propuesta de valor	22
3.1. Metodología	22
3.1.1. Empatiza.....	22
3.1.2. Define.....	24
3.1.3. Idea.....	26
3.1.4. Lluvias de ideas.....	26
3.1.5. Prototipo.....	27
3.1.6. Testea	28
4. Diseño de Estrategias de Marketing	30
4.1. Plan de mercadeo	30



4.1.1.	Atributos.....	30
4.1.2.	Beneficios.....	31
4.1.3.	Grupo objetivo del proyecto.....	32
4.1.4.	Segmentación	33
4.1.5.	Identificar la competencia.....	34
4.2.	Aliados clave del modelo de negocio	35
4.2.1.	Entidades bancarias	35
4.2.2.	Entidades gubernamentales.....	36
4.2.3.	Ferias artesanales	36
4.3.	Estrategias de mercadeo	37
4.3.1.	Estrategia de comunicación.....	39
4.3.2.	Estrategia de Posicionamiento	39
4.3.3.	Estrategia de Diferenciación	40
5.	Proyección operativa, financieras y evaluación financiera.....	42
5.1.	Recursos operativos.....	42
5.2.	Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias	45
5.3.	Proyecciones de sueldos	46
5.4.	Descripción de equipos de oficina.....	47
5.4.1.	Administrador	47
5.4.2.	Recepción.....	47
5.4.3.	Asesor.....	48
5.4.4.	Personal de aseo	48
5.5.	Descripción equipos de oficina.....	48
5.6.	Procesos preoperativos	49
5.7.	Localización, descripción del ámbito territorial	50
5.8.	Proyecciones de ventas.....	50
5.9.	Precio de venta	52
5.9.1.	Costos fijos y variables	53
5.10.	Capital de trabajo.....	54
5.11.	Inversiones.....	56



5.11.1. Inversión inicial.....	56
Conclusiones	58
Referencias	60



Lista de Tabla

Tabla 2. Elección de la Problemática (propia autoría).....	10
Tabla 3. Brecha Capital Humano (propia autoría).....	18
Tabla 4. Estrategias (propia autoría).....	39
Tabla 5.Capacidad Instalada (propia autoría).....	43
Tabla 6. Ubicación Plano (propia autoría).....	44
Tabla 7. Descripción de maquinaria y elementos operativos (propia autoría).....	46
Tabla 8. Proyección de Sueldos (propia autoría).....	47
Tabla 9. Cargos Administrativos (propia autoría).....	48
Tabla 10. Equipos de Oficina (propia autoría).....	49
Tabla 11.Cálculo de la demanda (propia autoría).....	51
Tabla 12.Calculo de la Demanda (propia autoría).....	51
Tabla 13.Proyecciones de ventas por mes (propia autoría).....	52
Tabla 14.Punto de equilibrio (propia autoría).....	53
Tabla 15.Proyecciones de ingresos por ventas (Anual) (propia autoría).....	53
Tabla 16.Proyecciones de ingresos por ventas (Mensual) (propia autoría).....	54
Tabla 17.Capital de Trabajo (propia autoría).....	55
Tabla 18.Flujo de Caja Ene-Jun (propia autoría).....	55
Tabla 19.Flujo de Caja Jul-Dic (propia autoría).....	56
Tabla 20.Inversión total (propia autoría).....	57



Lista de Figura

Figura 1.Presentación Productos (propia autoría).....	23
Figura 2.Infografía de la Cooperativa (propia autoría).....	25
Figura 3.Prototipo (propia autoría)	28
Figura 4.Poster de la Cooperativa Madicoenka (propia autoría)	29
Figura 5.Alianzas del Proyecto (propia autoría)	35
Figura 6.Portada de Presentación (propia autoría).....	42
Figura 7.Página Redes Sociales (propia autoría)	42
Figura 8.Ubicación de la Cooperativa Madicoenka (propia autoría).....	50

Objetivos

Objetivo General

- Crear un modelo de negocio de emprendimiento social, en este caso, la “Cooperativa MADICOENKA” en el barrio Ciudad de Dios, ubicado en el municipio de Cimitarra en Santander, para dar solución a la problemática socio ambiental que actualmente se está viviendo

Objetivos Específicos

- Analizar la situación social de las regiones donde habitan los estudiantes del grupo e identificando las posibles problemáticas y preocupaciones que aquejan a la sociedad tanto personal, ambiental y social.
- Identificar la problemática social teniendo en cuenta las caracterizaciones del barrio Ciudad de Dios en Santander, el impacto del proyecto y la aceptación de este en el sector
- Desarrollar el proyecto de emprendimiento social “Cooperativa MADICOENKA” de bisutería, cuya innovación es la producción de accesorios de bisutería con materiales reciclables como semillas, piedras, entre otros, que contribuya en la solución del desempleo y falta de oportunidades.
- Implementar el modelo Design Thinking para el proyecto productivo social “Cooperativa MADICOENKA” en el barrio Ciudad de Dios en el departamento de Santander
- Formular acciones de mercadeo y crea un programa de marketing Digital acordes al contexto regional que permita mejorar la competitividad y productividad del proyecto de



emprendimiento social “COOPERATIVA MADICOENKA” en el barrio Ciudad de Dios
en el departamento de Santander.

1. Descripción y planteamiento del problema

1.1. Identificación de la problemática social

Para iniciar con el proyecto de emprendimiento social se investigó, por cada uno de los integrantes de grupo, problemáticas que se presentan en todos los lugares del país, se desarrollaron y se llevó a votación para elegir el más acorde con el diplomado.

ESTUDIANTE	PROBLEMÁTICA	VOTACIÓN				
DIEGO ALEXANDER LEON	Vendedores Informales					
MARIBEL LIZCANO	Minería Artesanal					
MARIA CONSUELO QUINTIN	Contaminación de las heces (mascotas)					
ENOS CARDONA	Problemática Socio- ambiental	X	X	X	X	X
MARLLY KARINA VERGEL	Expendedores y Consumidores de Alucinógenos					

Tabla 1. Elección de la Problemática (propia autoría)

Sustentación de la selección, descripción de la problemática (con cifras), población afectada (con cifras) y las oportunidades para la formulación de un proyecto de emprendimiento social. Referenciar las consultas externas.

En el barrio ciudad de Dios habitan 40 familias (aproximadamente 160 personas), donde se presenta deficientes condiciones socio ambiental debido a que se carece de vías de acceso adecuadas, además de falta de servicios públicos, viviendas no dignas. También hay presencia de proliferación de vectores que contribuyen a la aparición de enfermedades cutáneas y otras, que afectan en su mayoría a la población infantil y de adultos mayores, además por problemas de consumo de sustancias psicoactivas y la inseguridad que esto genera.



Esta problemática afecta al 100% de los habitantes del barrio, pero son más propensos a la problemática los niños, jóvenes y adulto mayor.

Un emprendimiento social en esta comunidad cumpliría un papel importante ya que aportaría soluciones a problemas por las cuales esta comunidad está pasando.

Las oportunidades para la formulación de un proyecto de emprendimiento social en el barrio Ciudad de Dios es la creación de una cooperativa con la ayuda del gobierno municipal y poder empezar a capacitar a un grupo de personas para que adquieran conocimiento y así poder crear un emprendimiento que beneficie a todos los habitantes del barrio, este sería el primer paso; solicitar ayuda económica a diferentes empresas las cuales puedan aportar en la construcción de esta cooperativa, también solicitar ayuda de capacitaciones y charlas de superación personal y motivación para que los habitantes se capaciten y tengan una idea de emprendimiento social que beneficie a toda la comunidad.

Para cumplir con la creación de un proyecto social es importante que toda la comunidad este unida y tenga claro los beneficios, contar con un proyecto de innovación y creatividad que involucre a todas las personas sin importar la edad esto ayudara a que las jóvenes adquieran un conocimiento y puedan obtener beneficios para ellos evitando que caigan en las drogas, a las personas adulto mayor crear manualidades los cuales les ayudaría mucho en la entretención y la habilidad para desempeñarse como personas dando motivación para su mejoramiento de vida.

1.1.1. Pro

- Mejoraría las vías de acceso
- Las familias contarían con servicios públicos

- Familias contarían con mejoramiento de viviendas
- Contaría con jornadas de limpieza, fumigación y recolección de residuos
- Adecuación de espacios recreativos y zonas verdes
- Disminución de inseguridad
- Disminución del consumo de sustancias psicoactivas
- Mejoraría la convivencia en el barrio san Juan de Dios.

1.1.2. Contras

- La poca organización y liderazgo en el barrio
- La renuente actitud de las personas al cambio
- La desesperanza aprendida que se genera en los habitantes y que impide gestionar soluciones a las problemáticas
- El poco compromiso de las entidades del municipio para mejorar las condiciones sociales y económicas de las familias
- La creciente presencia de microtráfico en el barrio
- Iniciativa de un líder de la comunidad para llevar a cabo este proyecto.

1.1.3. Soluciones

- Generar empleos o emprendimientos en los habitantes del barrio apoyados por entidades tanto públicas como privadas.
- Inversión social por parte de las entidades del gobierno municipal y departamental
- Además de buscar ayudas tanto públicas como privadas para llevar capacitaciones a los jóvenes por medio de la educación y recreación, mostrando otros caminos diferentes a los



que se han tomado normalmente como la delincuencia y la drogadicción, dando así un giro en su estilo de vida, permitiendo capacitarse para conseguir un trabajo, mejorar sus condiciones habitacionales y de esta manera contribuir significativamente al mejoramiento de la calidad de vida.

- Asimismo, buscar convenios con fundaciones para que estén constantemente haciendo talleres o actividades lúdicas con los niños donde se traten habilidades para la vida, resolución de conflictos, entre otros.
- Se identifica el desempleo, condiciones indignas de vivienda, carencia de servicios públicos, no hay vías de acceso adecuadas, también hay presencia de proliferación de animales que contribuyen a la aparición de enfermedades cutáneas y otras, que afectan en su mayoría a la población infantil y de adultos mayores, a lo que se suma el consumo de sustancias psicoactivas en todas las edades.

Por esto es importante capacitar a la comunidad, en diversos temas, como: resolución de conflictos, habilidades para la vida, entre otras, todo esto con el fin de enseñarles otros caminos diferentes a los que normalmente se ven en el lugar, como la drogadicción y delincuencia, permitiendo mejorar sus condiciones de vida, conseguir un trabajo o generar emprendimientos.

- Es importante, buscar empresas públicas y privadas, así como profesionales que estén dispuestos a participar de este emprendimiento, donde se les eduque en diferentes artes que puedan servirles para laborar, uno de ellos puede ser la construcción, así podrán organizar su propia casa, mejorando esa calidad de vida.

- Elaboración de artesanías utilizando materiales reciclables de la región con la finalidad de recolectar ingresos sostenibles para la recuperación de la afectación presentada.
- Este proyecto de emprendimiento social sería viable y beneficioso para mostrar otros caminos y otras oportunidades a los jóvenes para que consigan dinero legalmente. Por medio de diferentes actividades y estrategias que permitirán entretenerlos, manteniéndolos ocupados en sus tiempos libres, así alejándolos un poco de las drogas, pudiendo generar ingresos económicos y, sobre todo, éstos serán de su agrado.
- Adicional a esto, se va a aportar económicamente a la pobreza, pues este tema se contribuye el desempleo y la falta de oportunidades, por ello para conseguir dinero, muchas veces recurren a la delincuencia. Entonces si ven oportunidades laborales, que les de ingresos económicos, van a ser conscientes que existen otras maneras de salir adelante. Todo esto con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de ellos y de sus familias.
- Para cumplir con estos propósitos se debe tener en cuenta la innovación y creatividad, para esto se podrá utilizar diferentes tipos de emprendimiento, por ejemplo, las manualidades, objetos reciclados, que sean de fácil acceso para toda la comunidad.
- Se buscará ayudas de entidades públicas o privadas que tengan interés en el tema de este proyecto, pues así tener más recursos económicos para brindarles más oportunidades a la comunidad. Sin embargo, si no se logra encontrar algún ente interesado en el proyecto, se cuenta con un grupo interdisciplinario, es decir, hay diferentes carreras de las cuales se puede dictar charlas desde cada enfoque permitiendo así, más variedad de conocimiento para cada tipo de población.

- Definitivamente es necesario realizar " sensibilización y capacitación " para que la comunidad pueda identificar las problemáticas, adquirir compromiso y empoderarse en la gestión de soluciones. A demás se debe tener en cuenta la cultura y los conocimientos que tengan los habitantes de dicho territorio y estos elementos se podrán utilizar para crear oportunidades de emprendimiento social.

La pobreza ha sido un tema muy arraigado en la historia de país, el cual no ha sido nada fácil de eliminar, sin embargo, no se ha dejado a un lado en los proyectos de los gobernantes. Teniendo en cuenta investigaciones que ha realizado el Departamento Nacional de Planeación (DANE) en el 2009 la pobreza nacional llegó a ocupar el 45.5%, siendo este una cifra preocupante. En las siguientes encuestas unificaron las posibles causas de este tema, incluyendo las carencias a nivel de los hogares y las personas en los ámbitos de salud, educación y a nivel de vida (UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME, 2020), frente a esto, en el último informe realizado por el DANE la pobreza multidimensional en el país fue de 17,5% (2019).

Es importante tener en cuenta que, aunque el gobierno plantea estrategias para atender a la población vulnerable, no se puede esperar que ellos sean los únicos que den solución a los diversos problemas socioambientales que afectan a la comunidad. Inicialmente se refleja un marco contextual de esta población, pero es necesario hacer referencia a los conceptos relacionados con la vulnerabilidad y a partir de esto observar las diferentes opciones que nos permiten salir de esta condición, claros ejemplos como el trabajo formal e informal, dando continuidad al tema y ampliando el desarrollo de este emprendimiento es importante plantear una idea en la cual no se dependa de una entidad gubernamental y esta misma logre minimizar las



condiciones de desigualdad con iniciativas productivas en el sector propio. Apoyo la idea del cooperativismo, pero es importante enfocarnos de que se trataría el mismo. La capacitación, la aplicación de trabajo y la iniciativa de nuevos empleos es viable, pero como complemento sería bueno enfocarnos a la reutilización de materiales reciclables de la comunidad, de esta forma se solucionarían problemas económicos, sociales y ambientales.

2. Presentación del proyecto de emprendimiento

Cooperativa en elaboración de bisutería en material reciclable, con semillas, piedras y otros materiales.

2.1. *Factor innovador*

La innovación es originalidad, una manera eficiente de encontrar un nuevo producto, proceso, gestión de mercado o práctica de negocio. En este proyecto de emprendimiento social en la creación de una Cooperativa innovadora (Bisutería en material reciclable) en el Barrio de ciudad de Dios, habitan 40 familias (aproximadamente 160 personas), donde se presenta deficientes condiciones socio ambiental debido a que se carece de un empleo digno, esta problemática afecta al 100% de los habitantes del barrio, pero son más propensos a la problemática los niños, jóvenes y adulto mayor. Un emprendimiento social en esta comunidad cumpliría un papel importante ya que aportaría soluciones a problemas por las cuales esta comunidad está pasando.

Con la creación de la cooperativa para fabricar bisutería en material reciclable como lo son piedras y semillas, se desarrollará un plan en el que todas las personas que quieran puedan hacer parte de esta bonita labor la cual sería de gran ayuda para todos en especial a las madres cabeza de familia. Este proyecto de emprendimiento social para el barrio de Ciudad de Dios, se pretende generar una herramienta la cual ayuda a la población a generar ingresos para el sostenimiento de cada uno de los hogares reduciendo así los impactos en desempleo y pobreza que tanto afecta a esta zona del país.

2.2. Pertinencia

Para dicha ejecución del plan de acción es muy importante evaluar la cantidad de pertinencia o las estrategias que se puedan manejar ante las competencias en el mercado actual, se debe tener en cuenta, las brechas al capital humano, competencias técnicas y transversales que se presenten en el sector productivo.

2.3. Impacto Social

Tipología	Brecha
Brechas de cantidad	Déficit de oferta de programas de formación.
	Déficit de demanda por programas de formación.
	Baja capacidad de atracción (o retención) de capital humano relevante por parte del sector.
Brechas de calidad	Brechas de calidad en competencias genéricas.
	Brechas de calidad en competencias específicas.
Brechas de pertinencia	Desarticulación del sector productivo en la etapa de diseño y planeación de programas.
	Desarticulación del sector productivo en la etapa formativa.

Tabla 2. Brecha Capital Humano (propia autoría)

Es la oportunidad de ser ecológicos con la acción de reciclar o reutilizar las semillas y piedras, lo que va a mitigar la contaminación ambiental no solo para el barrio ciudad de Dios si no a sus alrededores, además contribuye al generar empleo directo a los que quieran compartir la creatividad, o diseños ya que se presentará variedades entre gustos y tamaños y de esta manera creamos nuestra propia marca hasta lograr un posicionamiento en el mercado como una huella ecológica.



2.4. Financiación

2.4.1. Recursos Propios

Organizar a las personas interesadas en hacer parte de la cooperativa reuniendo el capital para la iniciación del proyecto de bisutería.

2.4.2. Apoyo Gubernamental

Se solicita apoyo a la alcaldía Municipal y a la gobernación en la legalización de la cooperativa y así poder conformada bajo las leyes establecidas por la ley.

2.4.3. Financiación en bancos

Solicitar un préstamo para poder comprar los materiales y equipos necesarios para realizar las manualidades que se necesiten para dicho proyecto.

2.4.4. Apoyo Capacitación

Solicitar al SENA, las capacitaciones requeridas para poder realizar las manualidades de bisutería, también cursos de emprendimiento y desarrollo los cuales son importantes para el emprendimiento a realizar.

2.4.5. Factor productivo

Son todos aquellos que se utilizan para realizar otros bienes o servicios, estos se dividen en:

2.4.5.1. Tierra



Comprende todos los recursos naturales que pueden ser utilizados en el proceso productivo. Por ejemplo, la tierra cultivable, la tierra para edificación, los recursos minerales (oro, plata o acero), así como fuentes de energía como agua, gas natural, carbón, etc. En el cooperativismo se tiene una gran ventaja y es el material reciclable que se trabajara ya que es de muy fácil acceso, además con el aporte de cada una de las personas se puede obtener una gran cantidad de recursos para empezar su proceso de transformación.

2.4.5.2. Trabajo

Es el tiempo que las personas dedican a la producción. De esta forma, las horas de trabajo físico de un agricultor, las horas de estudio de un investigador o las horas de clases de un profesor, son todos ejemplos de este factor productivo, ya que cada uno de ellos son el complemento para llevar a cabo dicho proyecto generando resultados favorables para beneficio de la comunidad de este barrio y además este proyecto es la gran oportunidad de ser un ejemplo en las áreas que presenten dicha problemática.

Para la elaboración de este proceso se cuenta con una gran cantidad de personas del barrio ciudad de Dios, siendo esta significativa si su participación es de la mayoría, debido a esto se podría trabajar horarios rotativos para que la gente logre compartir tiempo con sus familias y se logren obtener mejores resultados.

2.4.5.3. Capital



Comprende a los bienes durables que son utilizados para fabricar otros bienes o servicios. Así, por ejemplo, tenemos la maquinaria agrícola, las carreteras, los ordenadores, etc.

La principal razón de este proyecto es beneficiar a una comunidad que está en una invasión y para ello se necesita lograr obtener mejores y optimas vías terrestres para el transporte de cada uno de los procesos del material reciclable.

2.4.5.4. Tecnología

Se refiere al conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten a las personas solucionar problemas, modificar su entorno y adaptarse al medio ambiente. Este último factor es el más reciente en incluirse en los modelos económicos.

Beneficiando a la comunidad con el proyecto y poniendo en marcha varias ideas en pro de mejoras, se comenzaría a aplicar la tecnología como medio de comunicación e innovación.

2.4.5.5. Mercado Objetivo

Creación de la cooperativa de emprendimiento social bajo los estándares de legalidad exigidos para que todos los habitantes del barrio ciudad de Dios, puedan hacer parte de ella y poder buscar entre todos el desarrollo sostenible del barrio, logrando así reducir el problema socio ambiental que los afecta.



3. Formulación de la propuesta de valor

3.1. Metodología

Consolidación del modelo de negocio mediante la metodología Desing Thinking con todas las etapas y herramientas utilizadas en cada una y sus resultados

Para las siguientes fases que tiene el proyecto se desarrollara por medio del Desing Thinking, este “es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios” (2020). En esta se plantean cinco etapas, las cuales no son lineales, se pueden ir desarrollando de pendiendo de la fase en la que este, pues se inicia con mucha información, pero toda se organizará de pendiendo del punto. Cada una tiene diferentes técnicas para explicarla.

3.1.1. Empatiza

Esta consiste en realizar una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios que están involucrados en la solución y de su entorno, para ello es necesario ponerse en la piel de dichas personas para ser capaz de generar soluciones de acuerdo con las realidades (Desing Thinking, 2020). Después de revisar detalladamente cada una de las técnicas, se considera que la más apropiada para explicar dicha fase es por medio del mapa mental, pues esta es una “herramienta que ayuda al desarrollo de un pensamiento y sus posibles conexiones con otros. Favorece la fluidez de ideas ya que la mano y la mente trabajan juntas, apoyándose esta última por la herramienta visual” (Desing Thinking, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, se plasma en un cuadro las principales problemáticas que afectan a la comunidad, como la drogadicción, la pobreza, las condiciones inadecuadas de

vivienda, el desempleo, entre otras, por ello, se pretende crear un emprendimiento, donde se le enseñe a la comunidad a realizar bisutería desde materiales reciclables, generando así un conocimiento básico, que les permita conseguir un trabajo estable, además de crear oportunidades de crecimiento personal.





Es complejo explicar con palabras estas situaciones, por ello se prefirió mostrar con imágenes la realidad de este barrio. Como se pudo visualizar en el mapa mental, es una comunidad con muy pocos recursos económicos, no solo por las comodidades que tienen sino por las condiciones de vida en la que se encuentran, por ello se unen con flechas unas a otras pues todas están conectadas, incluyendo la posible solución, al identificar estas problemáticas se buscó la forma en ayudarles a mejorar su calidad de vida.

3.1.2. Define

Se explicará por medio de la técnica infografía. La Cooperativa denominada MADICOENKA (Maribel, Diego, Consuelo, Enos Y Karina) CIUDAD DE DIOS, es identificada por la elaboración de accesorios de material de reciclaje de semillas promueve el cuidado del medio ambiente; lo cual tiene sus variedades, escogiendo su propio estilo, además de generar oportunidad de empleo especialmente a las madres cabeza de familia del barrio ciudad de Dios.

Durante esta etapa se describe la información que se ha recopilado, que realmente aporta valor y a la vez brindar solución a la problemática presentada actualmente en el barrio ciudad de Dios, que en este caso es la pobreza, el desempleo, la contaminación esperando un resultado emprendedor e innovador.

**COOPERATIVA MADICOENKA
CUIDAD DE DIOS**



ESCOGE TÚ ESTILO!



**LO PUEDES
PERSONALIZAR**



**TENEMOS VARIEDADES DE
PIEDRAS Y SEMILLAS**

Brinda oportunidad de empleo



Figura 2. Infografía de la Cooperativa (propia autoría)

3.1.3. Idea

Teniendo en cuenta la problemática que es “Socio ambiental” en el barrio Ciudad de Dios la cual es afectada 40 familias (Aproximadamente 160 personas), se propone en esta etapa explicarse por medio de la técnica “lluvia de ideas o Brainwriting”

Es importante crear varias ideas que sean rentables y productivas para ayudar a reducir la problemática que está presentando en barrio Ciudad de Dios a través de la creación de una cooperativa que nos ayude a reducir este impacto que afecta a más de 160 personas. A través de la técnica de lluvias de ideas o Brainwriting podemos generar varias opciones sobre el tema que sean rentables y productivas para el desarrollo innovador del proyecto de emprendimiento social, ya que la bisutería en material reciclado (semillas y piedras) es reconocida en el mercado como un arte

3.1.4. Lluvias de ideas

- Crear una cooperativa con habilidades y capacitación para tener una formalización empresarial sostenible.
- Capacitaciones y acompañamiento profesional para el impulso de ideas productivas como (bisutería en material reciclable semillas y piedras).
- Capacitaciones técnicas que aborden temas administrativos, contables, comerciales entre otros los cuales son fundamentales para la consolidación de la cooperativa.
- Implementar nuevas actividades de desarrollo como las manualidades (artesanías) con material reciclado buscando el desarrollo económico de todos los habitantes del barrio Ciudad de Dios.

- Buscar innovación en el mercado a través de puntos de ventas en diferentes lugares.
- Implementar páginas web para dar a conocer los diferentes productos el cual es innovador para la cooperativa.
- Crear diseños innovadores, económicos y de buena calidad para los clientes.
- Generar un impacto social en el barrio Ciudad de Dios a través de empleo buscando beneficios económicos para todos los habitantes del barrio que quieran hacer parte de esta cooperativa.
- Buscar un impacto social positivo e innovador de la región a través de actividades para lograr las metas propuestas en el proyecto de emprendimiento.
- Crear alianzas estratégicas con otras cooperativas para garantizar procesos de innovación y desarrollo.

3.1.5. Prototipo

En la etapa de Prototipado volvemos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final.



Figura 3. Prototipo (propia autoría)

3.1.6. Testea

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

Teniendo en cuenta la idea principal de este proyecto y el objetivo de la población a abarcar se realiza un poster reflejando los colores representativos del proyecto y así mismo se plasma información teórica e ilustrativa asociada al tema tratado.



Figura 4. Poster de la Cooperativa Madicoenka (propia autoría)

4. Diseño de Estrategias de Marketing

4.1. Plan de mercadeo

Presentación del plan de mercadeo pertinente y coherente para el proyecto de emprendimiento social en el que se determine las estrategias (tanto de comunicación, como diferenciación y posicionamiento), qué y cómo, cuándo y quién sería el responsable.

La COOPERATIVA MADICOENKA, ubicada en el barrio Ciudad de Dios del departamento de Santander encargada en la fabricación de bisutería en material reciclable como semillas, piedras entre otras con el fin de distribuir diseños exclusivos e innovadores que sin duda serán apetecidos por los clientes ya que se caracterizara por su calidad, estilo, diseño y moda.

4.1.1. Atributos

- Los accesorios que se diseñan son a base de semillas y piedras de material reciclaje, donde se maneja la creatividad y variedad entre estilos y colores.
- Es un producto elaborado en material reciclado lo cual tiene ventaja ya que su precio es económico y sus diseños y colores son de acuerdo con el gusto de cada persona haciendo que los clientes estén más satisfechos con los productos fabricados.
- Preservar el patrimonio cultural por medio de la reutilización de materiales ecológicos artesanales.
- Creación joyería artesanal por medio del uso de diversos materiales y técnicas ancestrales.
- Mano de obra con un alto proceso de calidad en cada uno de sus procesos productivos.

- Aplicación a requerimientos de procesos sostenibles.
- Diseño único artesanal.
- Precio.
- Opción de personalizar estos accesorios de acuerdo a su personalidad.

4.1.2. Beneficios

- Producto con material reciclado como semillas y piedras esto con el fin de contribuir con el medio ambiente.
- Accesorio que brinda belleza y moda en cada uno de los clientes.
- Satisface la necesidad de la moda y belleza.
- Ayuda al conservar el medio ambiente, los usuarios tienen la opción de personalizarlo de acuerdo con su gusto, lo pueden utilizar sin importar la edad o género.
- Satisfacción de necesidades en un determinado nicho de mercado
- Producto con valor simbólico e identidad cultural comunitaria
- Transformador de recursos naturales

El servicio que se va a ofrecer es la COOPERATIVA MADICOENKA, esta se reconoce por la elaboración de accesorios a partir de materiales reciclables, como las semillas, estas promueven el cuidado del medio ambiente, además de manejar una gran variedad de estilos donde la persona involucrada lo podrá elegir dependiendo de sus gustos en particular. Asimismo, generará oportunidades de empleo a la comunidad afectada, especialmente, a las madres cabeza de hogar. Por otra parte, se tendrán capacitaciones y acompañamiento profesional

a las personas que lo requieran sobre la creación de bisutería con materiales de fácil acceso y reutilizables.

4.1.3. Grupo objetivo del proyecto

Las personas que lo van a adquirir el mayor porcentaje son las mujeres ya que son las que más utilizan dichos accesorios, sin embargo, entre los rangos que más les gusta estos elementos son entre niños, jóvenes y adolescencia y muy poco los de la edad adulta. Las joyas es un elemento de lujo o adorno como son los aretes, brazaletes, anillos, collares y pulseras que pueden ser utilizados en diferentes eventos. En cuanto a la capacidad de compra se maneja variedad de precios asequibles, de acuerdo con el diseño escogido.

la fabricación de bisutería en material reciclado como semillas y piedra se destinará principalmente al consumo de las mujeres ya que son accesorios que toda mujer usa ya sea aretes, pulseras, cadenas, manillas entre otras. Se toma como base la zona y los alrededores del barrio Ciudad de Dios y en el departamento de manera que sea asequible.

Para esto debemos dar a conocer en la región nuestros productos y calidad con el fin de generar clientes y poder fabricar accesorios de bisutería y así generar ingresos para la cooperativa, beneficiando a cada uno de los integrantes. Sin embargo, se enfocará en venderlos en el centro del municipio, donde transita comunidad de todos los estratos, que tienen la capacidad para adquirir los productos, teniendo en cuenta que no tendrán un costo excesivamente alto.

4.1.4. Segmentación

Ubicación de la cooperativa: Barrio Ciudad de Dios con un aproximado de 160 habitantes donde se presenta deficientes condiciones socio ambiental debido a que se carece de vías de acceso adecuadas, además de falta de servicios públicos, viviendas no dignas. También hay presencia de proliferación de vectores que contribuyen a la aparición de enfermedades cutáneas y otras, que afectan en su mayoría a la población infantil y de adultos mayores, además por problemas de consumo de sustancias psicoactivas y la inseguridad que esto genera. Esta problemática socio ambiental afecta al 100% de los habitantes del barrio. Con el objetivo de brindar la oportunidad de un empleo sobre todo a las de cabeza de familia, mitigando la problemática socio ambiental, además porque las condiciones de vida no son tan satisfactorias, se pretende generar este emprendimiento lo cual ayuda a la población a generar ingresos para el sostenimiento de cada uno de los hogares mejorando la calidad de vida. El mercado está compuesto por numerosos tipos de clientes, productos y necesidades, por lo tanto, es necesario determinar en qué segmento se presentan las mejores oportunidades para que la Cooperativa alcance los objetivos propuestos.

Hay tres tipos de segmento que podría aplicar al proyecto, primero los adolescente entre los 12 a 18 años, pues estos están en las edades más cruciales, donde se empieza a desarrollar y construir la personalidad, tomando ideas del mundo exterior; la segunda, los jóvenes entre 19 a 26 años, ya que están en la etapa de ingresar a estudios superiores, pero no cuentan con las herramientas necesarias, incluyendo los ingresos económicos, para poder realizarlo; y la tercera, los adultos entre los 27 a 59 años, pues esta es la población más afectada en el tema laboral, ya que en ocasiones por la falta de ingresos económicos para estudiar una profesión o un arte se

pueden llegar a quedar sin trabajo, por esto se pretende dictar, desde diferentes enfoques, talleres en los que se les enseñe habilidades y puedan conseguir trabajo fácilmente, o mejor aún, realizar sus propios emprendimientos. Sin embargo, se deja la posibilidad de que toda la comunidad, de todas las edades participen de esto.

4.1.5. Identificar la competencia

Se realizó una búsqueda exhaustiva, tanto presencial como virtualmente, de entidades o personas que trabajarán con la bisutería de materiales reciclables en el municipio de Cimitarra-Santander, pero no se encontró nada relacionado. No obstante, en internet se evidenció diferentes videos donde enseñan cómo realizar estos accesorios.

Los posibles competidores son las joyerías y almacenes que venden estos productos importados o comprados a ciertos proveedores, la gran diferencia es que la COOPERATIVA MADICOENKA, es quien diseña directamente estos accesorios, además que los consumidores tienen la opción de personalizarlo, pueden existir en la región y sus alrededores las joyerías y almacenes de accesorios fabricados en plata, oro, broce entre otros los cuales son de mayor valor. La COOPERATIVA MADICOENKA ubicada en la Ciudad de Dios, busca generar accesorios que sean asequibles al bolsillo de cada uno de sus clientes y diseños con materiales reciclados.

Por otra parte, hay una sede del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), que ofrece diferentes ofertas académicas para toda la comunidad, este también pretende mitigar las situaciones problemáticas que afectan a país, como a pobreza, la drogadicción, la falta de recursos económicos para acceder a la educación superior, por ello, brinda cursos, técnicas y tecnologías de diferentes enfoques.

4.2. Aliados clave del modelo de negocio

Uno de los aliados, es presentarse en una feria artesanal, es una gran oportunidad de dar a conocer la COOPERATIVA MADICOENKA ubicada en la Ciudad de Dios, ya que el público puede apreciar directamente estos accesorios, además de impulsar este emprendimiento identificando el diseño, la marca y su originalidad.



Figura 5. Alianzas del Proyecto (propia autoría)

4.2.1. Entidades bancarias



Que dan créditos con una buena tasa de interés al emprendimiento colombiano y otros beneficios como microcréditos, entre otros.

4.2.2. Entidades gubernamentales

En este grupo de entidades están el ministerio de desarrollo, gobernación del departamento y alcaldía municipal de Cimitarra Santander que son las encargadas de donar recursos a entidades sin ánimo de lucro en este caso la COOPERATIVA MADICOENKA CIUDAD DE DIOS, que será el modelo ejecutor del proyecto.

4.2.3. Ferias artesanales

Poder dar a conocer en diferentes eventos nuestros productos, diseños y materiales que son reciclables los cuales generan economía.

Uno de los aliados claves para este proyecto de emprendimiento social es el SENA, como ya se mencionó anteriormente es una entidad que ofrece educación para la población con pocos recursos económicos, por ello, se buscará un convenio donde brinden capacitaciones y cursos sobre bisutería con materiales reciclables, emprendimiento, entre otras. Así mismo, se pretende utilizarlo como estrategia para publicar los productos que realice la comunidad, permitiendo que todos los habitantes de municipio conozcan los productos.

4.3. Estrategias de mercadeo

Estrategias	¿Qué?	¿Cómo?	¿Con qué?	¿Cuándo?	¿Quién?
	programas	Acciones inmediatas	Recursos Necesarios	Tiempo	responsable
Estrategia de comunicación	Programas radiales como la emisora comunitaria. Con el mensaje de darle conocer a la población la cooperativa con los productos y precios que ofrece	<p>Enviar cuñas radiales.</p> <p>Pancartas publicitarias y página en internet son el medio de comunicación más cercano para que los clientes nos conozcan los productos en material reciclable.</p>	Se hablará con el locutor de la emisora para que deje pasar la cuña radial debido a que la cooperativa tendrá objetivo social este tendrá un costo de \$30.000 mensuales	<p>Las cuñas radiales de transmitirán en los siguientes horarios: en horas de la mañana de 5:30am a 6:30am y a medio día de 12:00pm a 1:00pm don de las amas de casa escuchan más esta emisora logrando un mayor cubrimiento.</p> <p>Durante algunos meses se espera que en este</p>	El responsable de estos anuncios será el en cargado de relacionamiento que trabaja en la emisora.

				tiempo todos nos conozcan.	
Estrategia de Posicionamiento	<p>Posicionamiento por beneficios.</p> <p>Con un mensaje trascendental el cual sería</p> <p>¿quieres verte más bellas? Compra accesorios en material reciclable</p>	<p>-Productos innovadores</p> <p>- Material reciclable,</p> <p>- Diseños y presentaciones para cada necesidad del cliente.</p> <p>Queremos que se quede en la mente de nuestros clientes que queremos mejorar tu apariencia y que trabajamos con amor produciendo accesorios en material reciclable como piedras, semillas y otros.</p>	Se colocará en la marquilla los algunos diseños de producción con nuestro material reciclable	Esta estrategia se implantará desde el primer producto en el mercado	Equipo de empaque y publicidad de Cooperativa MADICOENKA



Estrategia de Diferenciación	Atención al cliente y buena presentación en los diferentes diseños de bisutería	Empacando en bolsitas biodegradables lo cual nos hace diferente y ayudamos al medio ambiente	Con buena calidad y atención permaneceremos en el mercado local obtendremos los recursos para que nuestros productos de bisutería sigan garantizando calidad y diseños exclusivos al mercado	Desde el primer momento que llegamos al público queremos impactar con nuestra atención al cliente y empaque presentación de los accesorios de bisutería.	Los dueños del producto serán los encargados de velar por que este siempre permanezcan con gran calidad y diseño.
-------------------------------------	---	--	--	--	---

Tabla 3. Estrategias (propia autoría)

4.3.1. Estrategia de comunicación

- Online
- Marketing digital
- Redes sociales
- Periodismo de marca

4.3.2. Estrategia de Posicionamiento

- Calidad del producto
- Beneficios del producto
- Atributos del producto

4.3.3. *Estrategia de Diferenciación*

- Mano de obra
- Reutilización de materiales
- Productos ecológicos
- Cuidado del medio ambiente

Cooperativismo, Además, Social Media: deberá describir la estrategia y acción desarrollando los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social.

En todas las plataformas se trabajará con el mismo objetivo, informar a la comunidad de todo el país sobre la Cooperativa y la bisutería que realizará la comunidad. En YouTube se creará un canal, en donde se subirán vídeos explicando las funciones de la Cooperativa, además de tips cortos sobre las capacitaciones de bisutería con materiales reciclables. En Facebook, Instagram y Twitter, se subirán contenido semanalmente, como póster donde se mostrarán los productos hechos, así como el precio y números de contacto. También se pretende interactuar con los seguidores que estén en constante comunicación con las páginas.

Enlaces directos de las páginas creadas para la Cooperativa:

- Wix:

<https://cmadicoenka.wixsite.com/website>

<https://conquisan.wixsite.com/misitio>



- YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=mNHTaCNucD8>

- LinkedIn:

[https://www.linkedin.com/posts/mar%C3%ADa-consuelo-quintin-sabogal-](https://www.linkedin.com/posts/mar%C3%ADa-consuelo-quintin-sabogal-86b4ab1bb_escogetaeqpropioestilo-activity-6732085688101068800-7vd)

[86b4ab1bb_escogetaeqpropioestilo-activity-6732085688101068800- 7vd](https://www.linkedin.com/posts/mar%C3%ADa-consuelo-quintin-sabogal-86b4ab1bb_escogetaeqpropioestilo-activity-6732085688101068800-7vd)



Figura
Presentación (propia)

6. Portada de
autoría)



Figura 7. Página Redes Sociales (propia autoría)

5. Proyección operativa, financieras y evaluación financiera

5.1. Recursos operativos

El tamaño de proyecto de emprendimiento social como la cooperativa Macoenka ubicada en el barrio Ciudad de Dios en el departamento de Santander, su instalación será del 40% de área de 150 metros cuadrados para realizar las actividades de charlas, capacitaciones y fabricación de los accesorios de bisutería, también se contará con oficinas, sitio para exhibir los productos terminados. De manera que esta cooperativa cuente con un espacio amplio y cómodo para realizar cada una de las actividades planteadas.

Conceptos	Unidad de medida
Área 150 mts	
20% de espacio utilizado	En dos baños, uno para mujeres y otro para hombres.
20% de espacio	Oficina de los docentes y personal del trabajo
20% de espacio	Lugar donde se exhibirán la bisutería
40% de espacio	Salón donde se dictarán las clases

Tabla 4. Capacidad Instalada (propia autoría)

Inicialmente se buscará apoyo ya sea económico o material para la elaboración de accesorios de bisutería en la alcaldía o los diferentes entes que puedan colaborar en el desarrollo del proyecto; también se buscará asesoría en el SENA con apoyo de técnicos y especialistas en la realización de esta cooperativa. Inicialmente se iniciará con un stock muy bajo ya que el capital para iniciar no es suficiente y se hará rotación de insumos cada vez que se requiera.

Para iniciar las actividades se buscará un local que esté en condiciones para habilitarlo como taller y local de ventas donde se podrá elaborar los accesorios, con los recursos buscados se comprar implementos como pinzas, alicates, hilos, agujas, cintas, hilos, piedras, semillas entre otros para la elaboración de los accesorios de bisutería. Se colocarán en estantería para poder exhibirlos en una presentación agradable y económica para el cliente.



Tabla 5. Ubicación Plano (propia autoría)

5.2. Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias

Conceptos	Cantidad	Valor	Valor
		unitario	Total
Cortafrío (pinza para cortar)	5	8.900	44.500
Pinza Punta redonda	5	113.500	567.500
Pinza de punta plana	5	21.500	107.500
Pinza de punta Curva	5	120.000	600.000
Crimper tool (herramienta para aplanar los escalachines o prisioneros)	2	150.000	300.000
Aguja mostacillera x 10 und.	1	40.000	40.000
Tablero para diseñar	3	70.000	210.000
Carrete de Alambre x 6	2	125.000	250.000
Alfileres con argollas de ojo	2	57.990	115.000
Hilo elástico	2	70.000	140.000
hilo encerado	2	55.000	110.000
Cinta o listón	2	30.000	60.000
Cristales	2	38.500	77.000



Pepas de madera	5	15.000	75.000
Perlas x 2000 unid.	3	64.500	193.500
Semillas	2	150.000	300.000
Broches	2	85.000	170.000
Argollas (abiertas, cerradas, dobles)	2	30.000	60.000
Estantería colgada	2	500.000	1.000.000
TOTAL			4.420.000

Tabla 6. Descripción de maquinaria y elementos operativos (propia autoría)

5.3. Proyecciones de sueldos

Tabla 7. Proyección de Sueldos (propia autoría)

CARGOS	SUELDOS	SALUD	PENSIÓN	Total devengado
Administrador	\$ 450.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 414.000
Recepcionista	\$ 350.000	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 322.000
Asesor	\$ 420.000	\$ 16.800	\$ 16.800	\$ 386.400
Personal de aseo	\$ 380.000	\$ 15.200	\$ 15.200	\$ 349.600
TOTAL	\$ 1.600.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 1.472.000

5.4.

Descripción de equipos de oficina

5.4.1. *Administrador*

Es el encargado de buscar los proveedores, generar estrategias para invitar a la comunidad a participar, estar encargado de toda la gestión del proyecto, para esto se tiene como idea pagar 30.000 pesos el día laborado, las 8 horas diarias.

5.4.2. *Recepción*

En este caso, se iniciará con uno de los creadores de proyecto, el cual estará encargado de inscribir a la comunidad, dar información correcta de las actividades, para esta persona se tiene promediado pagarle 30.000 pesos el día laborado.

5.4.3. Asesor

Estos serán los docentes y voluntarios que deseen participar de las actividades, por lo que se tiene presupuestado pagarles la clase por 25.000 pesos si así se requiera (si las entidades que se tienen pensadas no brindan esta ayuda).

5.4.4. Personal de aseo

Encargados de mantener el lugar limpio y aseado en todo momento. El salario será por horas trabajadas, la cual se pagará a 4.500 pesos, ya que no se requiere estar 24 horas en el lugar.

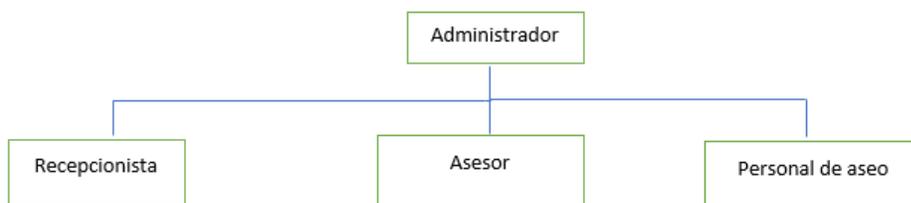


Tabla 8. Cargos Administrativos (propia autoría)

5.5. Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Instantes	3	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000
Sillas	7	\$ 350.000	\$ 2.450.000
Escritorio	1	\$ 500.000	\$ 500.000

Teléfono	1	\$ 40.000	\$ 40.000
TOTAL	13	\$ 3.890.000	\$ 8.990.000

Tabla 9. Equipos de Oficina (propia autoría)

5.6. Procesos preoperativos

- Se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.
- Se debe registrar en la cámara y comercio y debe mantenerse vigente ya que es muy importante que sea legal, además tendrá beneficios para nuestro mercado de dichos accesorios como el desarrollo dentro de este municipio, mejores oportunidades de negocio, ser más reconocida.
- Cumplir con las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación de la COOPERATIVA MADICOENKA, que solicite el municipio de Cimitarra.
- Por ley hay condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la ley 9 de 1979 las cuales deben cumplir, para evitar una sanción en nuestra Cooperativa.
- Cancelar lo correspondiente al impuesto por el comercio, además debemos comunicar a planeación cuando se realizará la apertura de nuestra Cooperativa a las respectivas oficinas de planeación.

5.7. Localización, descripción del ámbito territorial



Figura 8. Ubicación de la Cooperativa Madicoenka (propia autoría)

La COOPERATIVA MADICOENKA, está ubicada en el barrio ciudad de Dios del municipio de Cimitarra en el departamento de Santander en el norte del país, se encuentra a 200 kilómetros de la capital departamental de Bucaramanga, actualmente cuenca con una población aproximada de 49.500 habitantes.

5.8. Proyecciones de ventas

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Collares	35	\$ 14.000	\$ 490.000
Gargantillas	30	\$ 9.000	\$ 270.000

Pulseras	25	\$ 6.500	\$ 162.500
Anillos	40	\$ 7.200	\$ 288.000
Aretes	50	\$ 5.000	\$ 250.000
Juego de accesorios	25	\$ 20.000	\$ 500.000
Adornos para el cabello	25	\$ 6.500	\$ 162.500
TOTAL	230	\$ 68.200	\$ 2.123.000

Tabla 10. Cálculo de la demanda (propia autoría)

Población objetivo	12.890 mujeres jóvenes y niños
Consumo promedio (mensual o anual)	2'000.000 (mensual)
Total consumo	24'000.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	30%
Total demanda potencial	3.867 mujeres

Tabla 11. Cálculo de la Demanda (propia autoría)

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	4'820.000	5'100.000	5'620.000
Enero	500.000	450.000	480.000
Febrero	450.000	400.000	350.000
Marzo	600.000	650.000	600.000
Abril	300.000	300.000	380.000
Mayo	400.000	450.000	500.000

Junio	250.000	300.000	350.000
Julio	300.000	350.000	350.000
Agosto	350.000	320.000	380.000
Septiembre	420.000	500.000	600.000
Octubre	250.000	350.000	380.000
Noviembre	300.000	230.000	350.000
Diciembre	700.000	800.000	900.000

Tabla 12. Proyecciones de ventas por mes (propia autoría)

5.9. Precio de venta

- Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:
 - El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado
 - El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado
 - Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

	Año 1
Total costos fijos	1'000.000
Total costos variables	500.000
Número de unidades	50
Costo total promedio unitario	500.000

Costo promedio unitario	10.000
Costo variable unitario	20.000
Precio de venta sin IVA	8.400
Precio de venta con IVA	9.996
Margen de utilidad promedio	5.000
Punto de equilibrio en unidades	-100

Tabla 13. Punto de equilibrio (propia autoría)

5.9.1. Costos fijos y variables

	Año 1	Año 2	Año 3
Total ventas	4.910.000	5.030.000	5.390.000
Descuentos por ventas	2.455.000	2.515.000	2.695.000
Ventas netas	2.455.000	2.515.000	2.695.000
% de ventas a contado	70%	80%	65%
% de ventas a crédito	30%	20%	35%

Tabla 14. Proyecciones de ingresos por ventas (Anual) (propia autoría)

	V e n t a s e s p e r a d a s m i l e s													
	E	F	M	A	M	J	N	J	L	A	S	O	N	D
Total ventas	800.000	700.000	750.000	500.000	600.000	400.000	450.000	500.000	600.000	400.000	500.000	800.000		
Descuentos por ventas	400.000	350.000	375.000	250.000	300.000	200.000	225.000	250.000	300.000	200.000	250.000	400.000		
Ventas netas	400.000	350.000	375.000	250.000	300.000	200.000	225.000	250.000	300.000	200.000	250.000	400.000		
% de ventas a contado	8 0 %	7 0 %	8 0 %	7 0 %	8 0 %	6 0 %	8 0 %	7 0 %	8 0 %	7 0 %	8 0 %	8 0 %		
% de ventas a crédito	20%	30%	20%	30%	20%	40%	20%	30%	20%	30%	20%	20%		

Tabla 15. Proyecciones de ingresos por ventas (Mensual) (propia autoría)

5.10. Capital de trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un de flujos de caja, que permita solventarlos.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

Remuneraciones del personal	\$ 1.600.000
Materias primas e insumos	\$ 400.000
Agua, electricidad	\$ 40.000

Alquiler local	\$ 380.000
Teléfono	\$ 50.000
Internet	\$ 50.000
Seguros	\$ 80.00
Comisiones	\$ 120.000
Publicidad	\$ 70.000
Otros	\$ 40.000
TOTAL	\$ 2.750.000

Tabla 16. Capital de Trabajo (propia autoría)

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

	E	F	M	A	M	JN
Ingresos						
Ventas	\$ 2.123.000	\$ 2.191.300	\$ 2.225.200	\$ 2.237.400	\$ 2.250.400	\$ 2.289.100
Total ingresos						
Egresos						
Compra material prima e insumos	\$ 150.000	\$ 200.000	\$ 1.500.000	\$ 180.000	\$ 120.000	\$ 200.000
Remuneración personal operativo	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Gastos generales de operación	\$ 30.000	\$ 20.000	\$ 60.000	\$ 30.000	\$ 70.000	\$ 40.000
Remuneración administrativos	\$ 70.000	\$ 50.000	\$ 70.000	\$ 60.000	\$ 50.000	\$ 60.000
Gastos de administración	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Gastos financieros	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Gastos de marketing	\$ 90.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 180.000	\$ -
Otros gastos	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 20.000	\$ 50.000	\$ 20.000	\$ 50.000
Total egresos	\$ 1.395.000	\$ 1.325.000	\$ 2.655.000	\$ 1.325.000	\$ 1.445.000	\$ 1.355.000
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$ 728.000	\$ 866.300	-\$ 429.800	\$ 912.400	\$ 805.400	\$ 934.100

Tabla 17. Flujo de Caja Ene-Jun (propia autoría)

JL	A	S	O	N	D
\$ 2.321.100	\$ 2.377.300	\$ 2.446.500	\$ 2.477.500	\$ 2.572.500	\$ 2.600.200
\$ 100.000	\$ 150.000	\$ 100.000	\$ 120.000	\$ 110.000	\$ 250.000
\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
\$ 30.000	\$ 20.000	\$ 18.000	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 40.000
\$ 50.000	\$ 70.000	\$ 50.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 100.000
\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 180.000
\$ 45.000	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 50.000
\$ 1.230.000	\$ 1.275.000	\$ 1.223.000	\$ 1.260.000	\$ 1.205.000	\$ 1.625.000
\$ 1.091.100	\$ 1.102.300	\$ 1.223.500	\$ 1.217.500	\$ 1.367.500	\$ 975.200

Tabla 18. Flujo de Caja Jul-Dic (propia autoría)

5.11. Inversiones

5.11.1. Inversión inicial

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 1.196.000
	Equipo de oficina	\$ 8.990.000
	Estudios de investigación	\$ 1200.000

Instalaciones y puesta en marcha	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 2.000.000
	Gastos legales de constitución	\$ 230.000
	Marketing	\$ 180.000
	Arriendo	\$ 420.000
	Sueldos	\$ 1.600.000
Capital de trabajo	Activo corriente	\$ 10.186.000
Crédito	Pasivo corriente	\$ 20.000

Tabla 19. Inversión total (propia autoría)

Las fuentes de capital de inversión serán propias, se buscará ayuda en bancos o cooperativas que tengan los intereses más bajos para solicitar el préstamo, además se pretende gestionar ayudas con entidades privadas y públicas, especialmente con la alcaldía municipal y el SENA, ya que ellos nos podrán invertir los algunos aspectos claves del proyecto de emprendimiento.



Conclusiones

En cada proyecto es muy importante analizar la planificación operativa y financiera, porque nos orienta a la administración del capital de trabajo, las posibles ventas, los presupuestos, ingresos y gastos que se puedan generar en la COOPERATIVA MADICOENKA, con el propósito de mitigar una posible pérdida y validar que sea rentable y sostenible en el mercado, además de combatir la problemática socio ambiental que se presenta actualmente el barrio ciudad de Dios (Santander).

Desarrollar un proyecto emprendedor en donde nuestro enfoque es la planificación de la cooperativa MADICOENKA, se ha convertido en nuestro mayor reto, queremos lograr el objetivo propuesto con los habitantes del barrio ciudad de Dios. Y de igual forma que esta creación de cooperativa sea inspiración para las demás personas que quieren arriesgar su potencial creativo y de igual manera logren sus metas.

Es importante evaluar aspectos importantes a la hora de crear un proyecto de emprendimiento social, por ello, en esta fase del trabajo se realizó un análisis detallado de diferentes puntos que hay que tener en cuenta.

Por una parte, es necesario identificar los cargos que se van a crear en la empresa, así como las funciones y el salario que deben tener.

Asimismo, de hacer un inventario de los recursos tanto para amueblar el espacio donde se va a llevar a cabo el trabajo y las herramientas para la creación de bisutería con materiales reciclables.



Por último y no menos importante, hay que considerar los egresos e ingresos para reevaluar la situación económica por la que se debe pasar, mitigando la posibilidad de pérdida.

Referencias

A., M. M. (10 de noviembre 2018). Innovación social. Obtenido de

<http://hdl.handle.net/10596/21688>

A., M. M. (19 de noviembre 2018). Gestión de Marketing para emprendedores. Archivo de

video. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10596/22241>

A., m. M. (2017). El emprendimiento social. En A. v. OVI (Ed.). Obtenido de

<http://hdl.handle.net/10596/12450>

C.N., V. (2012). Marketing y comercialización internacional. Obtenido de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>

COMFAMA, A. d. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En *En empresas*

sociales (págs. 3-39). Obtenido de

https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre

Diego, M. d. (2014). El emprendimiento social, un territorio de aprendizaje para la superación de

un modelo de crisis. En R. I. N°91 (Ed.). Obtenido de <http://hdl.handle.net/11531/20217>

Ernesto, D. b. (30 de abril 2007). La empresa social y su responsabilidad social. Revista innovar.

Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>

J., M. (2010). Marketing en redes sociales. En *Mensajes de la empresa para gente selectiva* (págs. 59 - 66). Obtenido de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>

J., P. J. (2017). Experiencia de emprendimiento social de iberoamericana. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5190162&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Jovén, C. (2014). ¿Qué es innovación social? Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=MKFItzF6ToA>

L., M. P. (2011). El emprendimiento social. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3652377>

L.D., C. (2020). Empresas sociales. doi:<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>

León, J. d. (2012). Marketing digital para Pymes. Obtenido de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

Marketing, C. d. (26 junio 2014). ¿Qué es el marketing digital y cuáles son los beneficios. video. Obtenido de <https://youtu.be/TTyFV-qhQtQ>

Marta, C. G. (2012). Los emprendedores sociales. En *Innovación al servicio del cambio*. Obtenido de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>



Meza Orozco, J. d. (2010). Evaluación financiera de proyectos. Ecoe ediciones. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Murillo, B. H. (2014). La innovación social en América Latina FOMIN. Obtenido de http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1431613105032_ESADE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes-1.pdf

S.G., P. (2016). Diseño de proyectos sociales. En *Aplicaciones para la planificación, gestión y evaluación* (págs. 31 - 100). Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Schnarch, A. Y. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá D.C. Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=519628&lang=es&site=eds-live&scope=site>