

**Propuesta del emprendimiento social para la localidad de San  
Cristóbal, Bogotá**

Karen Juliet Zuleta Cruz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD  
Escuela de Ciencias contables, administrativas y de negocios - ECACEN  
Diplomado para tecnologías en gestión de marketing para el  
emprendimiento social  
Bogotá  
2022

**Propuesta del emprendimiento social para la localidad de San  
Cristóbal, Bogotá**

Karen Juliet Zuleta Cruz

Trabajo para optar al título del diplomado para tecnologías en gestión de  
marketing para el emprendimiento social

Director:

Carlos Arias

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias contables, administrativas y de negocios - ECACEN

Programa de negocios

Bogotá

2022

## Página de Aceptación

---

Carlos Andrés Arias Pineda  
Director Trabajo de Grado

---

Jurado

---

Jurado

Bogotá-2022

## **Agradecimientos**

Agradezco a la localidad de San Cristóbal, Bogotá por siempre acogerme.

## **Resumen**

El objetivo de este trabajo es plantear de manera extensa un emprendimiento social localizado en San Cristóbal, Bogotá. En este estudio se realizó por capítulos, utilizando un método cualitativo para la realización propuesta y un método documental cuantitativo para la recolección de datos. El resultado fue un plan de emprendimiento de negocio local factible.

**Palabras claves:** Negocio, local, marketing, propuesta, tecnología.

### **Abstract**

The objective of this work is propose extensively a social entrepreneurship located in San Cristobal Bogota. In this study, it realized using a qualitative method for the proposal and a quantitative documental method for the data harvest. The result was an entrepreneurship plan of a feasible local business.

**Keywords:** Business, local, marketing, proposal, technology.

## Tabla de Contenido

Introducción.....	11
Problema .....	12
Descripción del Problema.....	12
Planteamiento del Problema.....	12
Sistematización del Problema .....	12
Justificación.....	13
Objetivos .....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos específicos.....	14
Descripción del Problema.....	15
Necesidad Identificada .....	15
Factor innovador.....	15
Pertinencia.....	15
Factor productivo.....	16
Población beneficiada .....	16
Plan de Negocios .....	17
Estrategias de Mercadeo.....	19
Atributos y beneficios .....	19
Grupo objetivo del proyecto.....	19
Segmentación.....	19

Identificación de la competencia.....	20
Identificación de los aliados clave .....	20
Estrategia de comunicación.....	20
Estrategia de posicionamiento.....	20
Estrategia de diferenciación .....	20
Social Media .....	21
Imagen de la marca y Slogan seleccionado por el grupo .....	21
Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados .....	23
Proyección Operativa y Financiera.....	23
Los recursos operativos necesarios .....	23
Costos y gastos de producción.....	25
Precio de venta y proyecciones de ventas para tres años en dorales.....	26
Capital de trabajo .....	27
Inversiones .....	27
Conclusiones .....	29
Referencias bibliográficas .....	30

### **Lista de tablas**

Tabla 1. Técnicas a utilizar.....	18
Tabla 2. Equipos para sede administrativa y puntos de alquiler ....	23
Tabla 3. Personal necesario según departamento.....	24
Tabla 4. Costos y gastos básicos de la empresa.....	25
Tabla 5. Inversiones y montos de inversión.....	28

### **Lista de figuras**

Figura 1. Gráficos de pasos a seguir. .... 17

Figura 2. Imagen de marca. .... 22

## **Introducción**

El presente escrito, tiene como finalidad el presentar la sustentación final del Diplomado Para Tecnologías En Gestión De Marketing Para El Emprendimiento Social, mostrando desde la fase cero a la fase final sus inicios, investigación, validación, análisis y una posible implementación.

Este emprendimiento social surgió ante la necesidad de acceder a un medio de transporte de calidad, económico, ecológico y rápido, donde se le ofrece a la comunidad el acompañamiento permanente y una movilidad rápida y de calidad.

## **Problema**

### **Descripción del Problema**

En la localidad de San Cristóbal se puede determinar que debido a distintas condiciones no hay un transporte terrestre estable.

### **Planteamiento del Problema**

En San Cristóbal en los últimos años el rubro de transporte es deficiente. A pesar de que a principios de este año se empezaron a discutir los planes para mejorar las condiciones de transporte, a pesar de existir espacios como el Transmilenio o la movida de transporte público, las condiciones de movilidad dejan mucho que desear. Como se presenta en el informe de rendición de cuentas de octubre del 2019, donde además ya se planteaba un “plan bici” que se basaba en una red de ciclo ruta, entonces se puede plantear que no sólo es un emprendimiento ya pensado para el beneficio de la comunidad sino que también habrá más facilidades para que éste se mantenga. Para el año 2020 el plan de crear una red de bicicletas ha quedado congelado, por ende la comunidad no tiene actualmente una empresa que le provea de bicicletas para su movilización.

### **Sistematización del Problema**

Para la realización de esta propuesta se requiere de la información de transporte de la localidad, al igual que ciertas herramientas para la realización de las fases.

### **Justificación**

Este proyecto, debido a la condiciones de transporte y sanitarias actuales permite un mayor progreso en la movilización por la ciudad, además de que debido a las deficiencias de transporte la vida nocturna ha disminuido así que este proyecto proporciona un transporte que sea también nocturno.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Sustentar la propuesta hecha para el emprendimiento social.

### **Objetivos específicos**

Presentar la necesidad en la que se basa el emprendimiento social.

Generar los elementos pertinentes para la presentación de la propuesta.

Consolidar la propuesta a través del desarrollo de los puntos sobre el trabajo.

Realizar el plan de negocios en base a la técnica Design Thinking.

Realizar la estrategia de mercadeo.

Realizar la visión operativa y financiera.

## **Descripción del Problema**

### **Necesidad identificada**

En la localidad de San Cristóbal se puede determinar que debido a distintas condiciones no hay un transporte terrestre estable, a pesar de que a principios de este año se empezaron a discutir los planes para mejorar las condiciones de transporte, a pesar de existir espacios como el Transmilenio o la movida de transporte público, las condiciones de movilidad dejan mucho que desear. Como se presenta en el informe de rendición de cuentas de octubre del 2019, donde además ya se planteaba un “plan bici” que se basaba en una red de ciclo ruta, entonces se puede plantear que no sólo es un emprendimiento ya pensado para el beneficio de la comunidad sino que también habrá más facilidades para que éste se mantenga. Para el año 2020 el plan de crear una red de bicicletas ha quedado congelado, por ende la comunidad no tiene actualmente una empresa que le provea de bicicletas para su movilización.

### **Factor innovador**

Bicis san cristobal se presenta como la primera renta de bicicletas en funcionar por puntos estratégicos por toda la ciclo vía, además de que será la primera en funcionar 18 horas diarias para apoyar la vida nocturna de la localidad.

### **Pertinencia**

Este proyecto, debido a la condiciones de transporte y sanitarias actuales permite un mayor progreso en la movilización por la ciudad,

además de que debido a las deficiencias de transporte la vida nocturna ha disminuido así que este proyecto proporciona un transporte que sea también nocturno.

### **Factor productivo**

Trabajo: Dos trabajadores por puntos de control y alquiler, más, el sector administrativo de la empresa que constará con 5 trabajadores. En el área de los puntos de control será de dos turnos, el diurno que constará de 10 horas y el nocturno que será de 8 horas.

Capital: 100 bicicletas, 20 toldos, 25 mesas, 45 sillas, 1 almacén, 1 oficina, 10 portabicicletas. 1 camión.

Capacidad empresarial: Organización para el desdoblamiento de los puntos de control, estrategias para evitar las pérdidas de bicicletas, horarios de llegada y salida de los espacios.

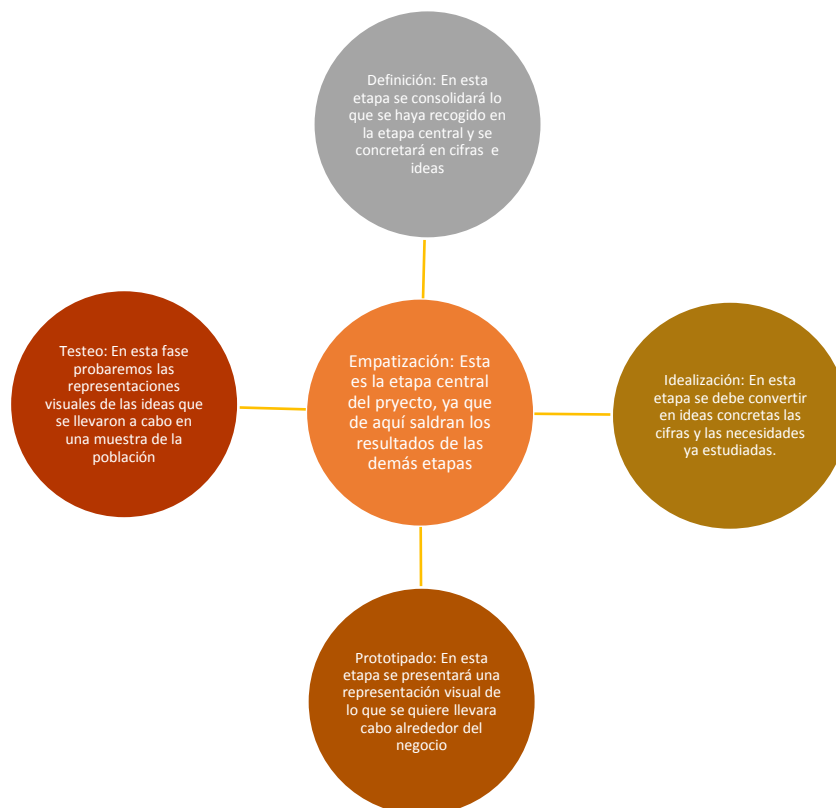
### **Población beneficiada**

Hombre o mujer de edad comprendida entre los 20 años, profesional recién insertado en el mundo laboral, es decidido, le gusta el aire libre, no es amante del ejercicio pero se mantiene en forma, le gusta la localidad y no tiene un carro propio y no le gusta el transporte urbano, prefiere mantener el distanciamiento social. Le gusta Bicis san Cristóbal porque le permite llegar rápido a cualquier sitio y le agrada disfrutar del aire libre cuando se mueve por la localidad. Tiene una vida nocturna activa en la propia localidad.

## Plan de Negocios

**Figura 1.**

*Gráfico de pasos a seguir.*



Nota. Información suministrada del formato de plan de negocios de Design Thinking.

Dichos pasos a seguir, se observarán más detalladamente en la tabla 1.

**Tabla 1***Técnicas a utilizar*

Fase	Técnicas a utilizar
Empatización	En esta etapa se realizará las entrevistas cualitativas de potenciales clientes para conocer las posibles necesidades del consumidor y hacia donde puede ir derivando el proyecto.
Definición	En esta etapa se realizará la matriz de impacto ya que esto permitirá evaluar de primera mano qué acciones se deben tomar y que impacto se busca tanto bueno como negativo en los clientes de la comunidad.
Ideación	En esta etapa se desarrolla una selección de ideas posterior a una lluvia de ideas ya que esto permitirá generar una especie de embudo para obtener las ideas más ideales y adaptadas a las necesidades del cliente.
Prototipado	En esta etapa se realizará la técnica de la infografía para representar visualmente lo que se quiere llevar a cabo en cada idea.
Testeo	En esta etapa se realizará una matriz de feedback o apuntes de testeo para poder hacer una análisis de resultados de impacto frente a los prototipos de las ideas.

Nota. Información obtenida de (Colaboradores de Desing Thinking, 2018)

## **Estrategias de Mercadeo**

### **Atributos y beneficios**

- |. Una forma accesible de movilización.
- ||. Movilidad física.
- |||. Mayor interacción con la comunidad.
- |V. De bajo mantenimiento.
- V. Es sustentable con el medio ambiente.

### **Grupo objetivo del proyecto**

Grupo: Joven, clase media baja, trabajador de micro empresas, que necesita ahorrar, interesado por el ambiente y las maneras alternativas de movilización, además es decidido frente a sus decisiones, le interesa mantenerse en forma pero no es su prioridad y no cuenta con mucho tiempo. Le gusta recorrer la naturaleza de la comunidad en sus tiempos libres y le interesa la cultura local y la movida urbana actual.

### **Segmentación**

Económica: Nacional, privado, detal.

Consumidor: persona de la comunidad.

Nivel de ingresos: clase media baja; Sexo: f/m; Edad 24-29.

Ubicación: San Cristóbal.

Rubro: Transporte.

### **Identificación de la competencia**

1. MUVO
2. Biking Bogotá
3. Bogotá Rent a bike.

### **Identificación de los aliados clave**

Alcaldía de San Cristóbal- Promocionar la ciclo vía hecha por la alcaldía como un atractivo turístico de la locación.

Puestos locales de venta de bicicletas- Promocionarse como proveedores o en el mismo local.

### **Estrategia de comunicación**

1- Colocar vallas en zonas estratégicas de peatones y flyers en las paradas de buses. Con la finalidad de Llegar al público a través de la resolución de sus necesidades.

### **Estrategia de Posicionamiento**

1- Realizar promociones de primer viaje gratis. Con el fin de acercar al consumidor de la marca a través de un regalo, lo cual lo hará empatizar con la marca.

2- ofrecer rutas turísticas para ciclistas novatos por las zonas culturales de la localidad. Así Posicionar a la marca como cercana a la comunidad, como local.

### **Estrategia de Diferenciación**

- 1- Apelar por la conservación ambiental y la posibilidad de

movilización en horas picos de forma económica. Para presentar como la primera marca ecológica y pensada para la clase trabajadora.

### **Social Media:**

Instagram: [https://instagram.com/bicissc?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/bicissc?utm_medium=copy_link)

Objetivo: Proyectar a la marca como parte activa de la comunidad y de la vida cotidiana. Acercar al consumidor a la visión de la marca.

Propósito: Hacer que el consumidor empatice y se sienta parte de la marca.

Estrategia: Colocar testimonios, eventos realizados donde la marca participa, Historia de la marca, historia cultural de la localidad. A través de fotos altamente estéticas de la localidad y de bicicletas, junto con la de los clientes y eventos.

### **Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo**

El diseño de la marca se puede observar detalladamente en la figura 2.

**Figura 2.**

*Imagen de la marca.*



Nota: la imagen de marca es una señalética de ciclistas inventado con el nombre de San Cristóbal incrustado.

Slogan: Vive sobre ruedas.

**Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados:**

<https://catzuleta111.wixsite.com/my-site-2>

## Proyección Operativa y Financiera

### Los recursos operativos necesarios

- Instalaciones:

La empresa contara con dos tipos de instalaciones, una administrativa y los puntos de alquiler donde el cliente podrá acceder al servicio. La sede administrativa constará de dos espacios de trabajo, mientras que los puestos de alquiler serán de un solo ambiente.

- Equipos:

#### Tabla 2.

Equipos para sede administrativa y puntos de alquiler.

Sede administrativa	Puntos de alquiler
<p><i>Administración:</i></p> <p>Computadora, mueblería, material de oficina.</p>	<p><i>Equipo para alquiler:</i></p> <p>Caja registradora, computadora, bicicletas, cascos, placas de identificación de la bicicleta.</p>
<p><i>Marketing:</i></p> <p>Equipo audiovisual, computadora, acceso a internet, mueblería, programas de edición y animación.</p>	<p><i>Equipo para logística:</i></p> <p>Hidratación, mesa, silla, equipo de porta bicicletas, equipo de primeros auxilios.</p>
<p><i>Recursos humanos:</i></p> <p>Computadora, material de oficina, mueblería.</p>	<p><i>Equipo para reparación:</i></p> <p>Herramientas.</p>
<p><i>Dirección de Puntos de alquiler:</i></p> <p>Computadora, material de oficina, mueblería.</p>	

*Área financiera:*

Libros contables, computadora, mueblería, material de oficina, calculadoras, programas de finanzas.

*Mantenimiento:*

Material de limpieza y reparación.

Nota. Información obtenida del plan de creación RENT A BIKE. **(Garcés, 2014)**

- Personal

**Tabla 3.**

Personal necesario según departamento.

<b>Administración y financiera</b>	<b>Marketing</b>	<b>Puntos de alquiler</b>	<b>Mantenimiento</b>
Presidente y asistente	Community Manager	Director de puntos de alquiler	Director de mantenimientos
Administrador y asistente	Fotógrafo	Asistente de dirección	Encargados de limpieza
Director de recursos	Editor	Gerente	Mecánicos
Contador y asistente	Creativo	Vendedor	Técnico

Nota. Información suministrada por el plan de negocios de RENT A BIKE (Garcés, 2014)

## Costos y gastos de producción

Los costos y gastos considerados en la proyección de ventas son los siguientes presentados en la tabla 4.

**Tabla 4.**

Costos y gastos básicos de la empresa.

<b>Costo</b>	<b>Gasto</b>
Mantenimiento mensual de bicicletas	Servicios de internet, luz, agua, teléfono
Alquiler de instalaciones	Pagos administrativos
Transporte de bicicletas	Materiales de oficina
Salario de los trabajadores	publicidad
	Impuestos, aranceles
	Servicios legales
	Gastos imprevistos

Nota. Costos generales de una empresa promedio. Pueden incrementarse dependiendo situación empresarial.

**Precio de venta y proyecciones de ventas para tres años en dólares:**

Primer año: 1.182 \$ / 0,3 \$

*En pesos:*

Diario: 354.600

Semanal: 2.482.200

Mensual: 9.928. 800

Anual: 119. 145. 600

*En Dólares:*

Diario: 88 \$

Semanal: 630\$

Mensual: 2.519,48\$

Anual: 30. 233, 73\$

Segundo año: 1.200 \$ / 0, 4\$

*En pesos:*

Diario: 600.000

Semanal: 4.200.000

Mensual: 16.800.000

Anual: 201.600.000

*En Dólares:*

Diario: 152.25 \$

Semanal: 1.066\$

Mensual: 4.263.000\$

Anual: 51. 157.000\$

Tercer año: 1.500 \$ / 0, 45\$

*En pesos:*

Diario: 900.000

Semanal: 6.300.000

Mensual: 25.200.00

Anual: 302.400.000

*En Dólares:*

Diario: 228,40 \$

Semanal: 1.598.000\$

Mensual: 6.396, 2\$

Anual: 76.754,4\$

### **Capital de trabajo**

Primer año: 20.000,00 \$

Segundo año: 35.000.000\$

Tercer año: 50.000.000\$

### **Inversiones**

Las inversiones fueron estipuladas de forma inicial según lo presentado en la Tabla 5.

**Tabla 5.**

Inversiones y montos de inversión

<b>Área de inversión</b>	<b>Monto a invertir</b>
Gastos de constitución de una empresa	700.000 pesos
Gastos en bienes	1.000.000 pesos
Gastos en servicios	1.500.000 pesos
Activo Circulantes	300.000 pesos

Nota. Estos precios no poseen IVA incluido

## **Conclusiones**

Los emprendimientos se deben crear en pro al entorno social y al mejoramiento de este, estar encaminados a cuidar el medio ambiente y para generar no solo ganancias, si no, empleo, así mismo, evidencie lo importante del análisis e investigación de mercado, el lograr identificar esa necesidad del usuario para que este sea bueno y rentable en el mercado.

El marketing es fundamental en cualquier idea de negocio, pues el promocionar y ofrecer al consumidor es muy importante para generar confianza y crear lazos comerciales buenos y duraderos, así como reconocimiento de marca y una competencia fuerte y temeraria.

En conclusión, más allá de un emprendimiento para crear empresa o dejar de ser empleado, se debe encaminar a un mejoramiento social, mostrándole al usuario necesidades que no habían visto y así mismo satisfacerlas de la mejor manera

## Referencias

Colaboradores de Desing Thinking. (Diciembre de 2018). *Desing Thinking en Español*.

Obtenido de Desing Thinking Web site:

<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=78&fase=testea>

Editorial de la República S.A.S. (19 de Abril de 2018). *Cómo es el mercado de las*

*bicicletas en Colombia y cuántas se venden en el año*. Obtenido de Diario La

República: [https://www.larepublica.co/empresas/se-venden-440000-bicicletas-al-](https://www.larepublica.co/empresas/se-venden-440000-bicicletas-al)

[ano-en-el-mercado-2531118](https://www.larepublica.co/empresas/se-venden-440000-bicicletas-al-ano-en-el-mercado-2531118)

Garcés, V. (2014). *plan de empresa para la creación de RENT A BIKE*. Obtenido de red

UAO Home Web site:

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5833/T03847.pdf?sequence=1>

Observatorio de desarrollo económico. (2021). *Observatorio de desarrollo económico*.

Obtenido de

[https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files\\_articles/c](https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/c)

[aracterizacion\\_de\\_la\\_economia\\_de\\_la\\_bicicleta\\_en\\_bogota.pdf](https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/files_articles/c)

portafolio. (7 de Febrero de 2019). *Economía ligada a la bicicleta genera 5.978 empleos*

*en Bogotá*. Obtenido de Portafolio Web site:

<https://www.portafolio.co/economia/ligada-a-la-bicicleta-genera-5-978-empleos->

[en-bogota-519900](https://www.portafolio.co/economia/ligada-a-la-bicicleta-genera-5-978-empleos-en-bogota-519900)

Portafolio. (3 de junio de 2021). *La pandemia incrementó el valor de las bicicletas un*

*18%*. Obtenido de Portafolio Web site:

<https://www.portafolio.co/economia/precio-de-las-bicicletas-se-incremento-por-pandemia-del-coronavirus-552610>

Ruiz, A. (20 de Noviembre de 2021). *Gobernación de Bogotá*. Obtenido de Bogota.gov.co Web site: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/horarios-y-rutas-de-la-ciclovia-bogotana-los-domingos-y-festivos#:~:text=La%20Ciclov%C3%ADa%20bogotana%20presta%20su%20servicio%20de%207%3A00%20a.m.,7.05%20km%20son%20de%20cicloruta>

Secretaria Distrital de Movilidad. (2019). *Informe de Rendición de Cuentas Localidad de San Cristóbal*. Bogotá: No. 37.