

Proyecto de Emprendimiento Social

Artecota Artesanías fabricadas con material reciclado

Alexander Ríos Gómez

Aris Eduardo Quintero

John Eider Castro

Oscar Armando Castro

Oscar Gabriel Baca Macías

Director de curso

Luz Dary Camacho Rodríguez

Tutor

Erinela Peñaranda Gómez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Diplomado de profundización para tecnologías gestión del marketing para el emprendimiento
social

Diciembre de 2022

Resumen

Artecota, es un proyecto de emprendimiento social que surge en el municipio de Cota Cundinamarca, con el ánimo de contribuir a solucionar la desigualdad de género y al exceso de basura que afecta la preservación del medio ambiente. Para tal fin el proyecto se centra en la elaboración y comercialización de artesanías de toda índole, donde el factor diferenciado se encuentra en la materia prima usada en la realización de los productos, pues esta proviene del reciclaje, mientras que por su parte la mano de obra vendrá de mujeres habitantes del municipio que se encuentran en condición de vulnerabilidad que encontraran en Artecota una opción de trabajo digno y calidad de vida. La planta de producción de Artecota, así como su punto de venta principal estará ubicado en el municipio de Cota, teniendo en cuenta la diversidad cultural y gastronómica del sector que atrae la circulación de cientos de turistas. por lo que nos centrarnos en el segmento del turismo nacional e internacional que circula dentro del centro del país, en un rango de edad entre los 20 y 70 años. Sin embargo, para extender su rango de acción, Artecota contara con una página web y actividad permanente en redes sociales para promover sus productos y la venta de estos, mientras se da conocer la función social de la empresa. Por último, cabe resaltar que montar a empresa y costear los gastos operativos durante el primer mes requiere de una inversión inicial de \$27.275.000 que provendrán de socios y recursos obtenidos a través de la gestión realizada ante entidades públicas y privadas

Palabras Clave: artesanías, reciclaje, mujeres, vulnerabilidad, emprendimiento.

Abstract

Artecota, is a social entrepreneurship project that arises in the municipality of Cota Cundinamarca, with the aim of contributing to solving gender inequality and excessive garbage that affects the preservation of the environment. To this end, the project focuses on the development and marketing of handicrafts of all kinds, where the differentiated factor is found in the raw material used in the making of the products, since this comes from recycling, while for its part the hand of The work will come from women living in the municipality who are in a condition of vulnerability who will find in Artecota an option for decent work and quality of life. The Artecota production plant, as well as its main point of sale, will be located in the municipality of Cota, taking into account the cultural and gastronomic diversity of the sector that attracts the circulation of hundreds of tourists. Therefore, we focus on the segment of national and international tourism that circulates within the center of the country, in an age range between 20 and 70 years. However, to extend its range of action, Artecota will have a website and permanent activity on social networks to promote its products and their sales, while publicizing the company's social function. Finally, it should be noted that setting up a company and paying for operating expenses during the first month requires an initial investment of \$27,275,000 that will come from partners and resources obtained through the management carried out before public and private entities.

Keywords: crafts, recycling, women, vulnerability, entrepreneurship.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
Identificación de la Problemática.....	11
Valor Social y Modelo de Negocio.....	13
Empatía	13
Mapa de Actores	14
Definir	15
Lienzo del Modelo de Negocio.....	17
Prototipad.....	19
Testeo	19
Propuesta de Valor	21
Estrategias de Mercado	24
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio para Ofrecer al Mercado.....	24
Marca, Imagen y Slogan del Proyecto	25
Logotipo del proyecto	25
Grupo objetivo del Proyecto	27

Segmentación.....	27
Identificar la Competencia.....	28
Aliados Clave.....	29
Proponer Estrategias de Mercadeo.....	30
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....	32
Construcción de la Página Web.....	33
Recursos Operativos y Financieros.....	34

Lista de Tablas

Tabla 1 infraestructura	34
Tabla 2 Insumos	35
Tabla 3 Maquinaria e instalaciones.....	37
Tabla 4 infraestructura	38
Tabla 5 Nomina.....	42
Tabla 6 Equipos de Oficina.....	42
Tabla 7 Proyección de Ventas.....	45

Tabla de Figuras

Figura 1 Técnica: que, como, porque.....	14
Figura 2 Mapa de actores	15
Figura 3 matriz de motivaciones	15
Figura 4 Técnica de los 7 sombreros	17
Figura 5 Lienzo de modelo de negocio.....	18
Figura 6 Prototipado	19
Figura 7 Apuntes deTesteo	19
Figura 8 Propuesta de valor	21
Figura 9 Logotipo del proyecto.....	26
Figura 10 Prototipos para redes sociales.....	32
Figura 11 Distribucion en planta.....	37
Figura 12 Organigrama	38
Figura 13 Ubicación del proyecto.....	44

Introducción

A lo largo del tiempo, las diferentes crisis económicas y las mismas necesidades del hombre han impulsado a que este se decante por emprender como solución a sus dificultades. No obstante, el mercado es ampliamente dinámico y abre las puertas a diferentes tipos de emprendimiento. Para el caso de los emprendimientos de tipo social, estos operan ofreciendo bienes y servicios para generar recursos, pero a diferencia de la empresa tradicional que busca ganancia económica para sus propietarios, esta tiene como principal objetivo generar un impacto positivo a la sociedad al solucionar alguna problemática y reducir la brecha social.

Para este caso abordaremos un proyecto de emprendimiento social enfocado a brindar oportunidades de trabajo digno a mujeres con algún grado de vulnerabilidad, a través de la fabricación y comercialización de artesanías fabricadas con material reciclado, con lo que se busca promover varios de los 17 objetivos de desarrollo sostenible al generar empleo y contribuir a la preservación del medio ambiente. Es aquí donde toma importancia el papel de nuevas metodologías como el Design Thinking, que a través de 5 pasos básicos nos pone en los zapatos de consumidor para comprender sus gustos, deseos, necesidades, frustraciones y dolores al comprar, para crear, probar, testear, modificar o desechar productos o servicios acordes a las necesidades del cliente y asegurar el éxito del emprendimiento.

Se pretende consolidar la propuesta de valor a través de la aplicación del modelo Canvas el cual permite estructurar sistemáticamente los procedimientos que deben focalizarse en el emprendimiento. De esta forma obtendremos una visión global del proyecto para analizar la información, definir el producto o servicio, generar estrategias que permitan ventajas competitivas que beneficien a los consumidores y sociedad y determinar la forma de generar ingresos.

El modelo Canvas es el resumen de la hoja de ruta que debe consultarse para entender el funcionamiento del proyecto y el cual puede modificarse para ajustar las metas; en nuestro desarrollo los dividimos en 9 bloques: 1. El problema 2. Segmentos de clientes 3. Propuesta única de valor 4. Solución 5. Canales 6. Flujos de ingresos 7. Estructura de costes 8. Métricas clave 9. Ventaja competitiva.

En la última etapa del proyecto se definen los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento; se analizan los costos y gastos versus ingresos con el fin de visualizar la sostenibilidad que podría tener y así mismo proyectar inversiones.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la viabilidad de un proyecto social de nuestro propio entorno, haciendo uso de la metodología Design Thinking, para facilitar el diseño y desarrollo del emprendimiento además de impulsar la empresa mediante una campaña de marketing

Objetivos Específicos

Identificar y apropiarse los conceptos básicos de Design Thinking para aplicarlos al modelo de negocio.

Definir la problemática social para dirigir acciones que respondan con soluciones factibles.

Aplicar los 5 pasos de la metodología Design Thinking planteando la problemática y posible solución.

Consolidar la propuesta de valor del emprendimiento social artesanas con material reciclado en Cota Cundinamarca aplicando el modelo Canvas.

Identificar los principales beneficios del proyecto para definir estrategias de mercadeo entre las que se encuentran la creación de imagen, marca y slogan de la empresa social.

Definir competencia, alianzas y segmento del mercado para impulsar la promoción de los productos.

Identificación de la Problemática

La propuesta de proyecto de emprendimiento que eligió el grupo de trabajo es artesanías con material reciclado en Cota Cundinamarca.

Cota es un municipio ubicado al noroccidente de Bogotá con una población según el DANE y el DNP. De más de 26.000 habitantes, cifra que ha venido creciendo de forma acelerada producto de la llegada de población proveniente de Bogotá, la Costa Atlántica, Nariño y Venezuela. Esta población es atraída por la posibilidad de mejorar sus condiciones de vida gracias a la oferta de trabajo en la industria y el agro local.

Como es de imaginarse, el crecimiento repentino de la población a la vez de impulsar el desarrollo económico también trae algunas consecuencias. Una de ellas es el exceso de basura y residuos provenientes de las viviendas y la industria, situación que se agrava por la falta de programas e infraestructura para promover el reciclaje y la optimización del uso de materia prima.

Colombia cuenta con una brecha de género del 71%, cifra que hoy puede considerarse alarmante, pero no por ello deja de ser una realidad, más teniendo en cuenta que dicha desigualdad empieza desde la misma infancia de tal forma que trae consecuencias en la acumulación de capital humano y por tanto en las oportunidades laborales u formas de obtener ingresos y Cota es un vivo ejemplo de ello.

En Cota el turismo se ha impulsado con gran fuerza a través de los últimos años mediante una amplia carta gastronómica, ferias y sitios de interés para la visita de miles de turistas. No obstante, este municipio no es diferente al resto del país en términos de desigualdad

de género pues se considera que la mujer en especial, la adulta mayor no es apta para el trabajo en el campo y las empresas pareciera despreciar sus habilidades y experiencia

Nuestro proyecto de emprendimiento brinda la posibilidad a todas las mujeres, pero en especial a aquellas que se encuentren en un grado de edad más avanzado para que se capaciten y si es el caso compartan sus conocimientos en la fabricación de artesanías tradicionales de la región con el valor agregado de usar materiales reciclados para su elaboración para así también sumar un grano de arena a la recuperación del medio ambiente mientras se aprovecha el alto flujo de turistas que pasan por el municipio en especial los fines de semana

La empresa a modo de cooperativa busca reunir y asociar a toda aquella mujer que quiera emprender y salir adelante de la mano de un proyecto social que les brindara la oportunidad de tener una forma de trabajo con condiciones dignas, legales y estables, además de gestionar con entidades privadas y del estado para obtener beneficios como capacitaciones, participación en ferias, patrocinios etc. mientras se aporta a la preservación del medio ambiente con el uso de material reciclado. Comprometidos con la promoción y cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible se propondrá a la Alcaldía de Cota el modelo de negocio sostenible que consiste en articular a las partes interesadas de la siguiente manera:

Generar incentivos tributarios con microempresas de reciclaje a cambio de residuos que puedan reutilizarse para la fabricación de artesanías. Establecer un lugar, donde se puedan conservar los materiales, capacitar al personal, transformar o dar valor agregado y almacenar el producto final. Posteriormente a través de la secretaria de cultura del municipio se capacitarán a las mujeres que transformaran la materia prima y que harán posible las artesanías o accesorios varios; la misma secretaria gestionara ferias de innovación y/o protección al medio ambiente en el parque central los fines de semana. Además, apoyara con la creación de una página web y

catalogo donde se destaquen los productos contruidos a base de residuos reciclados con el fin de posibilitar aún más su promoción.






Una vez sea funcional el proyecto, se espera replicar esta práctica en más municipios y llegar a ferias departamentales promoviendo a través del reciclaje y la reutilización de los residuos el cuidado del medio ambiente al tiempo que se promueve el empleo principalmente en mujeres fortaleciendo la igualdad laboral de género.

Valor Social y Modelo de Negocio

Empatía

Esta imagen o cuadro es realizada de acuerdo con un proceso de Design Thinking y se llama empatizar o empatía, básicamente esta es una herramienta para ponernos en los zapatos de los actores implicados sobre una problemática. Siendo así, nosotros plasmamos en nuestro proyecto esta técnica y dándole una posible solución utilizando estas herramientas.

Figura 1 Técnica: que, como, porque

Etapa: Empatía			
Artesanías con material reciclado en Cota Cundinamarca			
Técnica: Qué, Cómo, Porqué			
Foto	Qué está sucediendo	Cómo está sucediendo	Porqué está sucediendo
	Gran índice de desempleo sobre todo en mujer adulta mayor	<ul style="list-style-type: none"> * Muchas como resultado de durante su juventud no haber tenido un trabajo digno que le permitiese cotizar a una pensión * La migración de otras regiones del país o incluso del mundo por guerras, factores económicos, ambientales y sociales * Factores de salud impiden que den empleo formal 	<ul style="list-style-type: none"> * Por desigualdad de género * Por falta de oportunidades laborales * Por falta de un sistema que garantice una vejez digna * Por falta de políticas inclusivas
	Contaminación ambiental	<ul style="list-style-type: none"> * Exceso de basura y residuos provenientes de las viviendas y la industria * Como resultado del ejercicio turístico 	<ul style="list-style-type: none"> * Porque hace falta de programas e infraestructura para promover el reciclaje y la optimización del uso de materia prima * Falta de cultura * Falta de programas que promuevan la reutilización de residuos * Por tener ideales consumistas
  	Se está proponiendo un proyecto de emprendimiento que integre a la mujer adulta mayor y el cuidado del medio ambiente	<p>se propondrá a la Alcaldía de Cota el modelo de negocio sostenible que consiste en articular a las partes interesadas de la siguiente manera:</p> <p>Generar incentivos tributarios con microempresas de reciclaje a cambio de residuos que puedan reutilizarse para la fabricación de artesanías. Establecer un lugar, donde se puedan conservar los materiales, capacitar al personal, transformar o dar valor agregado y almacenar el producto final.</p> <p>Posteriormente a través de la secretaría de cultura del municipio se capacitarán a las mujeres que transformaran la materia prima y que harán posible las artesanías o accesorios varios; la misma secretaría gestionara ferias de innovación y/o protección al medio ambiente en el parque central los fines de semana.</p>	<p>Porque se requiere una notación que que reconozca la problemática social y la integre con el ambiente para generar valor y calidad de vida a quienes hagan parte del proceso</p>

Mapa de Actores

Como su nombre lo dice, el mapa de actores es una ilustración de los actores en nuestro proyecto el cual empieza siendo representado en el centro con el título Artesanías con material reciclado, seguido de nuestros actores principales los cuales son: ONG's, Mujeres, mujeres mayores o de la tercera edad, gobierno, personas dedicadas al reciclaje y finalmente como actores secundarios, la comunidad en general, el municipio de Cota, Cundinamarca, productores, organizaciones públicas y privadas.

Figura 2 Mapa de actores



Definir

Esta matriz es utilizada por nosotros sabiendo que es otra herramienta para explicar mejor el papel de cada actor sobre nuestro proyecto y es: poner cuadro a cuadro los actores de nuestro proyecto para que entre sí, se tenga una idea clara del apoyo que representan uno con el otro, enfrentándolos de esta manera y observando el resultado final.

Figura 3 matriz de motivaciones

Artesanías con material reciclado en Cota	Mujeres del municipio de cota	Comunidad en General de cota	Recicladores
Mujeres del municipio de cota	Empleo Digno Capacitaciones de artesanías Herramientas para laborar	Apoyo y acompañamiento o en eventos culturales o ferias del pueblo	Algún convenio en común para poder adquirir materiales de establecimientos o sitios de
Comunidad en General de cota	Progreso y evolución Mejoría, dignidad e inclusión a este grupo de la	Apoyo y solidaridad Compromiso con el programa de reciclaje	Se espera que generen buen proceso de materiales para la entrega a este grupo de
Recicladores	El buen aprovechamiento de los materiales o insumos suministrados	Buen proceso de reciclaje, esto lográndose a través de charlas y capacitaciones	Proyectarse a beneficiar y verse beneficiados con estos nuevos

Idear

Esta técnica se utilizó para tener en nuestra problemática 6 puntos de vista diferentes y así darle paso al libre pensamiento a cada uno dentro de nuestra organización y así darle solución a dicho problema de una forma más dinámica y creativa, es una herramienta que se utiliza en grandes organizaciones.

Figura 4 Técnica de los 7 sombreros



Lienzo del Modelo de Negocio

Esta figura o grafico como se evidencia es una descripción grafica que describe las propuestas de nuestro proyecto y nos ayuda a alinear o centrar nuestras actividades en la organización además ayuda a mejorar la visión frente a lo que se está realizando, se puede modificar y se puede tener certeza de futuras compensaciones.

Figura 5 Lienzo de modelo de negocio



Prototipado

Ya habiendo trabajado en distintas técnicas podemos mostrar un folleto para la rápida comprensión y lectura sobre nuestro proyecto y/o producto para que cualquier persona entienda de manera clara la idea que queremos plasmar, en este caso, Artesanías con material reciclado.

Figura 6 Prototipado



Testeo

Haciendo uso de esta herramienta pudimos observar si nuestro producto funciona, esta herramienta la utilizamos para saber que mejoras debíamos realizar, buscamos si se generaban dudas sobre como producir nuestras artesanías, buscamos tener ideas para surgir.

Figura 7 Apuntes de Testeo

Técnica: Apuntes de Testeo
Se usa en Testeo.
¡Escanea para más info!

Proyecto: Artesanías de material reciclado
Código: Código 110011_23
Fecha: 02 de septiembre del 2022

Qué funciona

- Preservación del medio ambiente
- Fomenta empleo
- Motiva a las personas sobre las diferentes posibilidades de reciclar
- Aporta a la reducción de brechas sociales
- Concientiza a la comunidad sobre la importancia de la inclusión social

Qué se puede mejorar

- Ampliar la gama de productos más allá de las artesanías hacia productos más funcionales
- Instalar puntos ecológicos donde la gente pueda llevar material reciclable
- Campañas en redes sociales para lograr el reconocimiento de la marca

Preguntas

- ¿Cómo se esteriliza la materia prima?
- ¿Con el tiempo se puede incluir a en el proyecto a otros segmentos de la sociedad que también se encuentren en algún grado de vulnerabilidad?
- A parte de la venta misma de artesanías ¿Qué otras fuentes de ingresos pueden tener la organización?

Ideas

- Invertir en I+D. Para innovar en productos y servicios
- Vender paquetes de capacitación a otras organizaciones con interés de incorporarse al proyecto
- Nuevas sedes
- Gestionar con secretarías de cultura y medio ambiente a nivel regional para lograr convenios

Anotaciones:

dingo

Propuesta de Valor

Después de haber utilizado las herramientas logramos obtener una propuesta de valor en nuestra organización, como podemos observar ya definimos a cada individuo de nuestro proyecto, en este punto sabemos quiénes son nuestros socios clave, las actividades que se realizan para que nuestro proyecto de los resultados que buscamos, sabemos a qué segmento llegar, sabemos por dónde darnos a conocer, identificamos de donde habrá un flujo de ingresos, etc.

Figura 8 Propuesta de valor



Esta propuesta de valor busca identificar qué factores pueden contribuir con el cuidado del medio ambiente y como mejorar la vida de aquellas familias de bajos recursos del municipio de Cota. Contar con la colaboración de entidades de Estado como las alcaldías, ONG, empresas, universidades y la población en general, permitirá que los materiales reciclables sean transformados en artesanías o materiales que generen algún valor a las personas que los adquieran.

Para poder lograr que esta iniciativa se convierta en empresa, los líderes transformacionales deben buscar un sistema que sea sostenible, de allí uno de sus principales ingresos debe estar enfocado en la venta y comercialización de sus productos, productos decorativos, artículos para mascotas y otros que representen una utilidad para los clientes son los que se han logrado identificar para el tipo de mercado que se desea, todo esto se puede lograr llegando a más sitios por medio de actividades de mercadeo en redes, ferias y ventas a tiendas de artículos y lencería etc.

Los emprendedores contarán con capacitaciones en producción de artesanías, habilidades en gestión del marketing e innovación, servicio al cliente entre otros que brinden valor agregado al proyecto.

Para el desarrollo de las actividades se debe contar con espacios cómodos, maquinarias o elementos para la fabricación y capacitaciones que promuevan la innovación y creación de artículos novedosos y llamativos. Por otro lado, la facilidad de pago (datafono, pagos en línea, efectivo) puede aumentar las ventas ya que esto permitirá que las personas tengan varias opciones para poder llevar los artículos que desean.

La articulación de quienes intervienen a lo largo del funcionamiento del proyecto son la base de que sea posible; el líder transformador gestionara a través de la alcaldía de Cota, empresas que quieran promover una imagen socialmente responsable, micro empresas recicladoras, dineros que permitan incentivar a algunas mujeres adultas e interesados a recolectar material con potencial de transformación; así mismo motivarlos a educarse en esta cultura de sostenibilidad para que desarrollen habilidades en fabricación de artesanías y posterior comercialización.

Otro factor importante es la administración del proyecto, una contabilidad estructurada que genere el control sobre los ingresos y gastos, gastos fijos como el arriendo, los servicios y el pago de nómina, y otros más como el transporte deben estar cubiertos por medio de la venta de los artículos y aportes recibidos por las diferentes entidades que ven en esta empresa una oportunidad para generar empleo y una mejor calidad de vida para las generaciones futuras.

Para concluir, nuestra propuesta de valor pretende articular un negocio que genere valor y oportunidades de empleo para las mujeres cabeza de hogar y familias de escasos recursos del municipio, a través de la transformación de material reciclado para fabricar y comercializar artesanías de diversas clasificaciones como la indígena, tradicional popular, artesanía contemporánea o neo artesanía y producción de bienes útiles y/o estéticos para el hogar de toda clase de público, mientras se aporta la conservación del medio ambiente.

Estrategias de Mercado

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio para Ofrecer al Mercado

Artecota es una empresa que se origina en el municipio de Cota Cundinamarca, bajo la figura de emprendimiento social que pretende fabricar y comercializar productos artesanales haciendo uso de materia prima proveniente del reciclaje que ha sido técnicamente descontaminada, librándola de cualquier residuo contaminante, mientras la mano de obra proviene de mujeres en estado de vulnerabilidad.

La empresa, ofrecerá al público gran variedad en diseño de productos artesanales de varias clasificaciones, yendo desde la artesanía tradicional popular, pasando por la indígena, hasta la artesanía contemporánea, siendo esto el resultado del trabajo 100% a mano de mujeres con la experiencia y capacitación para elaborar productos de altísima calidad, por lo que nuestros clientes adquieren piezas decorativas únicas mientras aportan a una causa social y ecológica.

El proyecto tiene atributos que contribuyen a la calidad de vida no solo de quienes desarrollan el proyecto sino también de la sociedad en general, una de las características más importantes es emplear a mujeres mayores que no tienen oportunidad de acceder a una formalidad laboral por preexistencias médicas, por nivel educativo, por no cumplir un perfil, es decir promovemos la inclusión de personal; se promueve la capacitación de distintas habilidades que favorecen los procesos de fabricación de artesanías y fortalecen aspectos personales; promovemos el cuidado y protección del medio ambiente.

Dentro de sus beneficios encontramos:

Ahorro de dinero y generación de empleo: en la medida en que la reutilización de residuos es vista como una ventaja competitiva en diferentes industrias, permite reutilizar los mismos generando un impacto positivo en la economía y promueve el empleo de personas que desarrollan la recogida y transformación.

Ahorro de recursos naturales: con la reutilización de un residuo se previene la creación desde cero del material o producto, lo que traduce, en cuidado para el medio ambiente.

Concientizar en el consumo responsable: debemos generar la consciencia de que nuestra forma de consumo, cada vez mayor, con productos de vida útil cada vez más corta está generando mucha contaminación que afecta los ecosistemas.

Ahorro de energía: Fabricar un producto nuevo significa empezar de cero el proceso de producción, lo que conlleva un importante consumo de energía. Si ese producto utilizara materiales reciclados, ciertos pasos del proceso de elaboración se omitirían y se ahorraría dicha energía

Marca, Imagen y Slogan del Proyecto

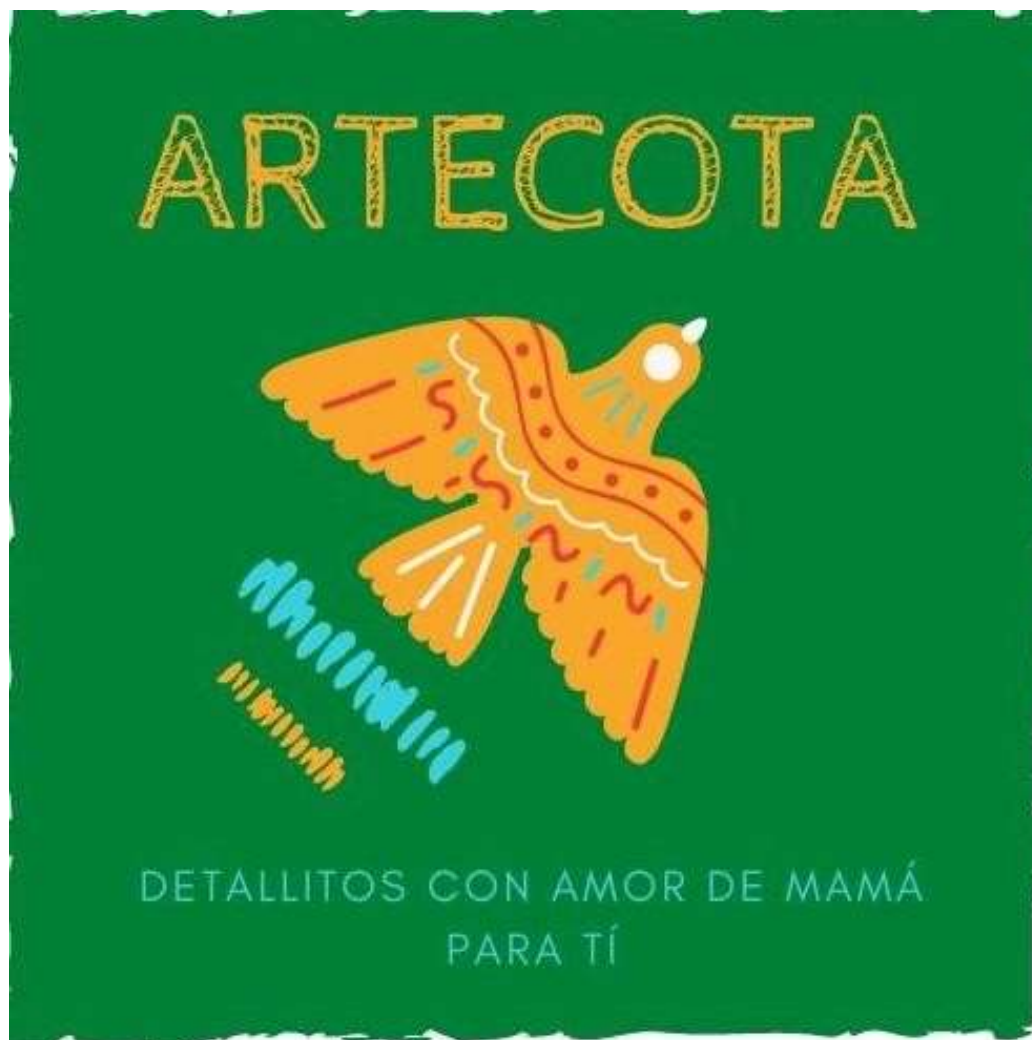
Artecota es una marca que promete llegar y quedarse en la memoria de las personas que de una u otra forma comparten el gusto por el arte, la decoración y el cuidado del medio ambiente con productos decorativos de excelente calidad y diseño, con responsabilidad social.

Logotipo del proyecto (Artecota)

Técnicamente los colores son escogidos de acuerdo a los colores de la bandera del municipio de Cota, Cundinamarca, el ave también como símbolo principal del municipio, el slogan fue pensado detalladamente en algo alusivo a nuestras principales colaboradoras y en

agradecimiento pues son mujeres que participaron en la creación del proyecto y que siempre están dispuestas a generar esas alegrías con detalles llenos de amor.

Figura 9 Logotipo del proyecto



Grupo objetivo del Proyecto

Artecota, venderá sus productos por mayor y al detal, siendo los almacenes relacionados con cacharrería, detalles y accesorios para el hogar los clientes a los que se busca vender productos al por mayor en bloque, dejando este tipo de venta un más bajo margen de ganancia.

No obstante la conexión del municipio con el medio ambiente convierte a cota en un corredor turístico gracias a sitios de interés como el Bioparque la reserva (Parque temático natural y santuario de plantas y animales rescatados del tráfico ilegal, donde el visitante atravesara representaciones de ecosistemas colombianos viviendo una experiencia única con la naturaleza) o el Cerro de Majuy con su imponencia y su historia llena de mitos y leyendas que diariamente atrae a cientos de turistas y deportistas a recorrer sus senderos, lo que va muy de la mano con los productos de Artecota y convierte al turismo en nuestro público objetivo y de quien depende mayormente los ingresos de la empresa.

Segmentación.

Artecota le apunta a segmentos del mercado regido por costumbres (segmento psicográfico) donde encontramos un público con estilos de vida, aficiones, actividades o gustos que van acordes con la decoración de espacios, la cultura y el medio ambiente.

Por su parte el criterio geográfico centra su atención en habitantes de la capital y el centro del país que suelen frecuentar municipios con valor histórico, ecológico y cultural, como parte de sus espacios de esparcimiento, lo que los convierte en clientes potenciales para la empresa

En cuanto al criterio demográfico, el segmento del mercado es amplio, pues la variedad de productos apunta a casi cualquier edad, genero, profesión, poder adquisitivo o nivel educativo

Identificar la Competencia

Competencia directa

Artecota, a nivel local cuenta con competidores locales como lo son los mismos artesanos tradicionales de la región que se han mantenido durante décadas con sus productos basados sobre costumbres y tradiciones autóctonas.

Dentro del sin número de artesanos y empresas que se destacan a nivel regional sabana centro de Cundinamarca estos serían los competidores más fuertes y los que más se aproximan a la satisfacción de la necesidad que el proyecto pretende suplir: Ingenio Accesorios decorativos – de Facatativá, Lio Mundo - de Sopo, 2010 Joyeros - de Tabio, Nova Cerámica Experimental – de Chía, Marroquinería Andrea Salas – de Zipaquirá, Diseño Joyas Sustentables – de Chía, Asociación AMARTE – de Zipaquirá, Saju Semillas –de Mosquera, estas serían la principal competencia para Artecota.

También se tiene en presente a la mercancía importada que regularmente llega a costos más bajos que los productos locales y representa una amenaza para cualquier producto artesanal.

Competencia Indirecta

La oferta gastronómica entre la que se encuentran platos típicos y postres, en cierta forma también compite con la venta de artesanías al desviar la atención del turismo.

Por su parte la industria de la moda también se muestra como u factor que acapara a fracciones del turismo acaparando que a la vez podrían ser clientes potenciales de Artecota

Aliados Clave

- Proveedores
- Recicladoras
- Gobierno local y departamental
- Entidades financieras
- Capital humano
- Empresas públicas y privadas
- Universidades
- Secretarías de cultura, medio ambiente

Para Artecota los principales aliados deben ser las madres cabeza de hogar y los recicladores del municipio, ya que son los pilares principales del proyecto. En conjunto con la secretaria de cultura del municipio se capacitarán a las mujeres que transformaran la materia prima y que harán posible las artesanías o accesorios varios; la misma secretaria gestionara ferias de innovación y/o protección al medio ambiente en el parque central los fines de semana

La alcaldía también nos puede apoyar generando incentivos tributarios para microempresas de reciclaje a cambio de residuos que puedan reutilizarse para la fabricación de artesanías. Otro actor importante serán empresas que quieran apoyar con dinero encaminado a suplir salarios de quienes desarrollaran los diferentes procesos mientras se hace sostenible el proyecto; a cambio podrán mejorar su imagen corporativa promoviendo el compromiso social y de medio ambiente, adicional, teniendo en cuenta su actividad económica podemos generar una logística inversa para que reutilicen los residuos dentro de sus procedimientos.

Se buscarán alianzas con entidades públicas y privadas para fomentar campañas de concientización sobre la conservación del medio ambiente a través de herramientas como el reciclaje y de esta forma organizar y facilitar la adquisición de materia prima y aportes que impulsen la empresa.

Así mismo se buscará formar alianzas con instituciones universitarias para obtener beneficios como ID. y expansión de la marca, además de trabajar mancomunadamente con las secretarías locales de Cultura, Educación, Medio ambiente y desarrollo social para incluir a ArteCota a los proyectos enfocados en el arte y cultura se puedan ubicar o tener una plaza en las diferentes ferias de tipo artesanal como expo arte entre otras a nivel departamental nacional e internacional.

ArteCota tiene como propósito asociar a los pequeños artesanos del municipio para trabajar en conjunto y lograr mejores resultados de tipo económico para todos

Proponer Estrategias de Mercadeo

Estrategia de Comunicación

Realizar campañas de expectativa en redes sociales seguido de un plan de lanzamiento ya que estamos promocionando un producto ya existente pero con mejor calidad y más enfocado en el cuidado del medioambiente, se realizara una activación de marca y dentro de esta estrategia se deben tener en cuenta diferentes factores como fecha del lanzamiento, sitio estratégico para el lanzamiento, escoger correctamente la temporada en que se realizara el lanzamiento y contar con los medios adecuados que permitan tener un mayor impacto y el alcance deseado, y se realizara por medio de los diferentes medios de comunicación tanto locales como plataformas de internet, televisión y prensa Así mismo el material video gráfico y fotográfico donde se muestre el

proceso de fabricación y el factor social, puede ser un aliciente para provocar el gusto por adquirir artesanías de la marca.

Estrategia de Posicionamiento

La marca se posicionará a través del servicio personalizado que se ofrecerá en los diferentes canales donde el personal a cargo no se limitara a la tarea de ventas, sino que brindará experiencias a través de los procesos hasta el punto de que el cliente trascienda del gusto a la necesidad por adquirir los productos de la marca.

Por su parte, la variedad de productos y la calidad de la manufactura garantizaran la recordación de los clientes.

Estrategia de Diferenciación

Al ser un proyecto ecosostenible nos permite diferenciarnos de cualquier otro proyecto o fábrica de artesanías, ya que el trabajo que se realiza a diario de escoger cada material como potencial producto, manejarlo y elaborarlo al punto de crear una pieza única nos demuestra el amor y dedicación de nuestras emprendedoras, además la relación de vendedores a clientes es tan amigable que hacen sentir como en casa

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales

De manera creativa se crea un prototipo para explicar distintos términos, horarios, objetivos al iniciar en redes sociales el darnos a conocer y que se cree esa cadena de comercio al cual queremos entrar

Figura 10 Prototipos para redes sociales



Facebook:

Debido a la demanda y al fácil acceso a esta plataforma, es importante crear un perfil en el que las personas puedan adquirir información importante como; número de contacto, ubicación de la tienda o de la empresa, objetivos de la empresa y otros aspectos que puedan contribuir con la imagen de la compañía.

También se pueden subir videos ilustrativos sobre cómo se fabrican las artesanías y los beneficios para la sociedad y el medio ambiente.

YouTube:

Esta página es de gran interés ya que en ella se podrá subir diferentes tipos de videos, ilustrando el tipo de empresa y los beneficios que ofrece para el planeta, por otro lado, también permitirá promocionar los productos e incentivar el interés de nuevos aliados por los objetivos enfocados en el cuidado del medio ambiente

Twitter:

En esta página se pueden subir videos ilustrativos de que tipos de artículos se fabrican, como se realiza la recuperación de los materiales y los beneficios que aportan al medio ambiente y a la sociedad.

**Construcción de la Página Web**

<https://artesanareciclado.wixsite.com/artesanarecicladora>

Recursos Operativos y Financieros

En la definición de un proyecto una de las fases más importantes es definir los recursos que harán que funcione, de lo contrario no habría como llevarlo a cabo. Esta parte se refiere a planear y construir las diferentes etapas del proceso en donde se identifica el modo, lugar, dinero o financiación requerida para la puesta en marcha; esto no quiere decir que durante la marcha no pueda hacer cambios, pero si marcará un indicador de medida que debemos valorar para hacer ajustes

Tabla 1 infraestructura

Infraestructura	Área
<i>Oficinas</i>	<i>11m²</i>
<i>Punto de venta</i>	<i>40.3 m²</i>
<i>Bodega y almacén</i>	<i>50 m²</i>
<i>Área de producción</i>	<i>65 m²</i>
<i>Áreas comunes (baños-cafetería-Vestier)</i>	<i>30 m²</i>
<i>Total, infraestructura</i>	<i>240 m²</i>

Artecota mide la demanda del mercado y ajusta su capacidad a sus tres líneas de producción:

Disponibilidad de Insumos

Tabla 2 Insumos

<i>Proveedor</i>	<i>Cantidad</i>
<i>Empresas privadas y publicas</i>	<i>150 toneladas / anuales</i>
<i>Recicladores</i>	<i>50 toneladas/anuales</i>
<i>Materiales nuevos</i>	<i>15 toneladas /anuales</i>

La recolección de materiales se realizará dependiendo el proveedor logrando recolectar materiales que puedan ser convertidos en artesanías, se espera contar con un total de 200 toneladas al año.

Dentro de estos materiales contamos con la recuperación y transformación de cartón (canecas, cajas, estuches etc.), plástico (botellas o envases, laminas etc.) empaques de productos de vidrio etc. por su parte, los materiales nuevos como pinturas, pegantes y accesorios se comprarán directamente en la industria local para lo que se busca mantener un stock no superior media tonelada de materia prima nueva en planta, para evitar gastos adicionales por almacenamiento

Ficha Técnica

Para la recolección y elaboración de cada producto o artesanía, se requiere de un sistema de recolección, separación, transformación y venta, en la que se logre dar un toque original y representativo de la región.

Recolección y Transporte

Esta se realizará por medio de dos figuras, empresas privadas o públicas y en barrios. Con las empresas se manejará la logística de cargue y transporte a los centros de acopio con un vehículo contratado, por otro lado, en los barrios se realizarán campañas de sensibilización para poder recolectar todo el material generado y se empleara un vehículo propio para llevar todo el material a la bodega de la empresa.

Separación

En esta fase se realizará la identificación y separación de cada tipo de producto o material recolectado, se almacenará en diferentes contenedores hasta su programación, el material que no pueda ser empleado se segregará para que sea desechado según sus características.

Transformación

En esta fase se le dará forma a cada materia, teniendo en cuenta el tipo de material, se contará con diferentes herramientas que permitan trabajar cada tipo de material y pueda emplearse el mayor porcentaje de lo que se logre recolectar.

Mercadeo

Se busca ingresar a cada evento, ferias que promuevan el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social de la región, con productos económicos y llamativos para cada tipo de cliente.

Tabla 3 Maquinaria e instalaciones.

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Taladro percutor	3	\$115.000	\$345.000
Kit de herramientas	5	\$100.000	\$500.000
Mesas plegables	8	\$270.000	\$2.160.000
Estantería metálica	3	\$309.000	\$3.270.000
Horno de fundición	1	\$2.000.000	\$2.000.000

Figura 11 Distribución en planta

En esta tabla se identifica cuáles son las herramienta y equipos que se requieren para la producción de las figuras.

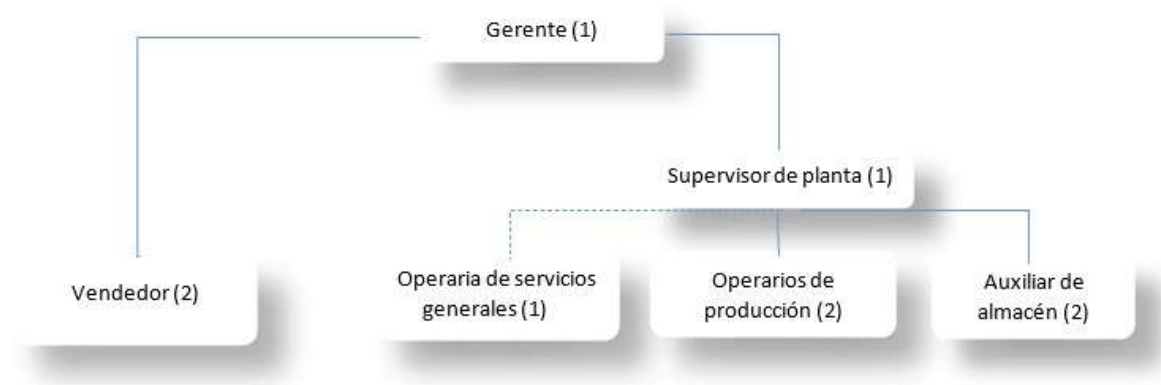


Tabla 4 infraestructura

Infraestructura	Área
<i>Oficinas</i>	<i>11m²</i>
<i>Punto de venta</i>	<i>40.3 m²</i>
<i>Bodega y almacén</i>	<i>50 m²</i>
<i>Área de producción</i>	<i>65 m²</i>
<i>Áreas comunes (baños-cafetería-Vestier)</i>	<i>30 m²</i>
<i>Total, infraestructura</i>	<i>240 m²</i>

En esta tabla se puede evidenciar cual es la distribución interna para cada área de la empresa.

Figura 12 Organigrama



Organigrama

Funciones del cargo

Gerente (1)

Perfil del cargo

Educación: Administrador de empresas, ingeniero industrial, contaduría, afines.

Experiencia laboral: mínimo 2 años de experiencia reciente y certificada.

Funciones: Sera la persona encargada de organizar todos los recursos de la empresa, tener el control de todos los movimientos financieros y una comunicación directa con los clientes y entidades que participan en la construcción de la compañía. También estará encargado de informar a los socios sobre el estado financiero de la empresa.

Supervisor de planta (1)

Educación: Técnico o tecnólogo en gestión a la producción.

Experiencia Laboral: mínimo 1 año de experiencia en cargos relacionados con el manejo de plantas productivas y con énfasis en el manejo de procesos logísticos.

Funciones: En este cargo la persona tendrá la responsabilidad de administrar el área de producción y logística, desde la llegada de los materiales a la planta hasta la entrega de los productos terminados. Entre sus funciones está el de velar por la seguridad de los empleados y el buen uso de los recursos, así como el cumplimiento de la producción. Debe reportar directamente

al gerente los resultados obtenidos mes a mes al igual que cualquier inconsistencia o novedad que se presente en cualquiera de las áreas.

Vendedor (2)

Perfil del cargo

Educación: Bachiller

Experiencia Laboral: mínimo 1 año de experiencia en el cargo,

Funciones: Son las personas encargadas de negociar los productos con los clientes, buscar nuevos clientes, debe tener conocimiento de todos los productos y sus características, es importante que tenga una experiencia en el manejo de clientes y fácil comunicación que le permita abrir nuevos mercados. Debe reportar al supervisor de planta cualquier novedad.

Auxiliar de Producción (2)

Perfil del Cargo

Educación: Bachiller

Experiencia Laboral: mínimo 6 meses de experiencia en procesos productivos.

Funciones: Sus funciones están relacionadas con el manejo correcto de los equipos e instrumentos del área productiva y el cumplimiento de la producción programada, debe reportar las cantidades y novedades que se presenten durante el turno al supervisor de producción.

Auxiliar de Almacén (2)

Perfil del Cargo

Educación: Bachiller

Experiencia Laboral: mínimo 1 año de experiencia en el cargo,

Funciones: estarán a cargo de los almacenes de materiales y de producto terminado, entre sus funciones esta la recepción de todo el material que se va a procesar, el inventario de cada almacén y el despacho oportuno de los pedidos para los puntos de venta. Debe reportar las novedades que se presenten al finalizar el turno al supervisor de producción.

Operario(a) de servicios generales**Perfil del Cargo**

Educación: Bachiller

Experiencia Laboral: mínimo 1 año de experiencia en el cargo,

Funciones: realizar las funciones de aseo, limpieza y cafetería los días que este programados por la empresa.

Pago de Nomina: En el pago de nómina no se contempla un salario mínimo para la operaria de servicios generales, debido a que es contratada por varias empresas y el salario es por prestación de servicios.

Tabla 5 Nomina

CARGO	CANTIDAD	SALARIO	PARAFISCALES CAJA DE COMPENSACION	VALOR TOTAL
GERENTE	1	\$ 2.000.000	\$ 80.000	\$ 2.080.000
VENDEDOR	2	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 2.080.000
OPERARIO DE SERVICIOS GENERALES	1	\$250.000		\$250.000
OPERARIO DE PRODUCCIÓN	2	\$1.000.000	\$ 80.000	\$2.080.000
AUXILIAR DE ALMACÉN	1	\$1.000.000	\$ 40.000	\$1.040.000
		Total		\$ 7.250.000

Nota: En esta tabla se evidencian cuáles serían los gastos fijos generados según el recurso humano necesario para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 6

Equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores	2	\$2.500.000	\$5.000.000
Escritorios	2	\$250.000	\$500.000
Impresora	1	\$270.000	\$270.000
Lencería	2	\$50.000	\$100.000
		Total	\$5.870.000

Nota: En esta tabla podemos se registran los elementos de que requerimos para la instalación de la oficina.

Procesos preoperativos

Previo a la puesta en marcha de la empresa se deben seguir una serie de pasos para evitar contratiempos y garantizar el éxito del lanzamiento:

Revisar detalladamente el plan de viabilidad para precisar la necesidad de alguna clase de financiamiento o tener la certeza de cómo se obtendrán los recursos para adquirir equipos, pagar materia prima, arriendo de locales, desarrollar el plan de marketing y crear el fondo de caja. Dado el caso que los recursos sean insuficientes se debe hacer la gestión ante las entidades bancarias.

Adquirir un local en arrendamiento para la planta físico y/o puntos de venta, garantizando la viabilidad de servicios públicos necesarios para la operación de la empresa

Remodelación y adecuación del local

Registrar la empresa ante la Cámara de Comercio y demás entidades correspondientes bajo la forma jurídica más conveniente para el proyecto, bajo todos los estamentos jurídicos que apliquen.

Formalizar los contratos con proveedores

Seleccionar y contratar formalmente al talento humano idóneo para el proyecto y lanzar la campaña de márketing para generar expectativa dentro del público.

Localización

La empresa estará ubicada cerca al centro histórico de la ciudad de Cota Cundinamarca, debido a que es un sector muy concurrido y visitado por los turistas, se puede contar con un punto de exhibición y venta de artesanías, por otro lado, el sector cuenta con

Proyección de ventas

Tabla 7 Proyección de Ventas

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD VENDIDA - AÑO 1	VALOR VENDIDO - AÑO 1	CANTIDAD VENDIDA - AÑO 2	VALOR VENDIDO - AÑO 2	CANTIDAD VENDIDA - AÑO 3	VALOR VENDIDO - AÑO 3
Caja de madera	19,500	90	1,755,000	110	2,145,000	125	2,437,500
Postales	7,800	120	936,000	130	1,014,000	140	1,092,000
Móvil	325,000	30	9,750,000	48	15,600,000	60	19,500,000
Aretes	54,600	150	8,190,000	210	11,466,000	250	13,650,000
Vela	39,000	65	2,535,000	95	3,705,000	120	4,680,000
Sachets	23,400	60	1,404,000	85	1,989,000	100	2,340,000
Minos	28,600	55	1,573,000	70	2,002,000	90	2,574,000
Jarron	117,000	42	4,914,000	50	5,850,000	60	7,020,000
Silla	149,500	54	8,073,000	54	8,073,000	60	8,970,000
Cabeza para lapiceros	4,550	220	1,001,000	250	1,137,500	300	1,365,000
Collar	58,500	72	4,212,000	80	4,680,000	100	5,850,000
Collar de chaquiras	49,400	32	1,580,800	35	1,729,000	35	1,729,000
Mochila en fibra	173,550	25	4,338,750	34	5,900,700	60	10,413,000
Funda	79,170	40	3,166,800	43	3,404,310	50	3,958,500
Cuenco tejido	269,100	20	5,382,000	25	6,727,500	30	8,073,000
Individuales X 4	65,000	32	2,080,000	38	2,470,000	40	2,600,000
Bola navideña	6,500	60	390,000	100	650,000	180	1,170,000
Tapete en fibra	114,400	18	2,059,200	25	2,860,000	30	3,432,000
Bolsa para mercar	49,400	22	1,086,800	28	1,383,200	36	1,778,400
Canastos	45,500	30	1,365,000	45	2,047,500	60	2,730,000
Mesa	234,000	16	3,744,000	20	4,680,000	22	5,148,000
Monedero	13,000	200	2,600,000	250	3,250,000	300	3,900,000
Juego comedor	104,000	35	3,640,000	40	4,160,000	55	5,720,000
Juego comedor 1	130,000	25	3,250,000	25	3,250,000	30	3,900,000
Juego comedor 2	169,000	15	2,535,000	18	3,042,000	18	3,042,000
Juego comedor 3	247,000	12	2,964,000	15	3,705,000	18	4,446,000
Mascaras	91,000	36	3,276,000	44	4,004,000	55	5,005,000
Cesto	36,400	25	910,000	32	1,164,800	40	1,456,000
Contenedor	41,600	12	499,200	18	748,800	22	915,200
Loro	52,000	21	1,092,000	28	1,456,000	30	1,560,000
Pisa papel	23,400	40	936,000	40	936,000	45	1,053,000
Pulseras	18,200	90	1,638,000	100	1,820,000	100	1,820,000
Porta incienso	41,600	30	1,248,000	32	1,331,200	38	1,580,800
Stikers	22,100	28	618,800	35	773,500	40	884,000
Materas	45,500	90	4,095,000	90	4,095,000	100	4,550,000
Faroles	58,500	91	5,323,500	91	5,323,500	101	5,908,500
Pelota en tela	39,000	50	1,950,000	55	2,145,000	70	2,730,000
Balon artesanal	32,500	90	2,925,000	93	3,022,500	103	3,347,500
Fuchi	11,700	100	1,170,000	100	1,170,000	110	1,287,000
Laberinto en madera	31,200	35	1,092,000	40	1,248,000	45	1,404,000
Trompo	9,100	100	910,000	100	910,000	120	1,092,000
Juego de canicas	247,000	35	8,645,000	30	7,410,000	30	7,410,000
Coca o Balero	10,400	100	1,040,000	100	1,040,000	100	1,040,000
Caballo de madera	97,500	60	5,850,000	60	5,850,000	60	5,850,000
			127,743,850		151,369,010		180,411,400

Nota: En esta tabla podemos ver el comportamiento en ventas año a año e identificar cuáles serían los productos que generan mayor rentabilidad para la empresa.

Capacidad instalada

Tabla 8 Capacidad instalada

PROCESO	capacidad de diseño kg/hora	Paradas programadas	capacidad efectiva kl/hora	Paradas no programadas	capacidad real	Producción turno de 10 horas día	Producción para un año kg
		25%		15%		10	
Separación y lavado de residuos	7	1.75	5.25	1.05	4.2	42	10500
Molienda	6.5	1.625	4.875	0.975	3.9	39	9750
Fundición y moldeo	6.5	1.625	4.875	0.975	3.9	39	9750
Armado y secado	6	1.5	4.5	0.9	3.6	36	9000
Empaque	8	2	6	1.2	4.8	48	12000

Nota: En esta tabla se puede evidenciar cual es la capacidad de producción según los recursos instalados.

Recursos necesarios para la producción.

<i>Proceso</i>	<i>Demanda por año</i>		
	<i>10000 kl</i>	<i>11000 kl</i>	<i>12000 kl</i>
<i>Separación de residuo</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Molienda</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Fundición y moldeo</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Armado de piezas</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Empaque</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

Nota: en esta tabla se pueden evidenciar cuantos kilos se pueden procesar año por año.

Al analizar la capacidad instalada para la empresa, se puede interpretar de la siguiente manera: Si analizamos que nuestra producción es anual y que en una semana se labora 5 días (lunes a viernes) 10 horas diarias, para un total de 250 días al año.

Para la transformación de los materiales se hace un análisis en kilos procesados por año para la elaboración de las figuras en plástico. Según los análisis y la capacidad de cada equipo en poder transformar un kilo de material reciclable, se puede evidenciar que cada uno de los procesos puede cubrir la demanda generada durante los tres primeros años teniendo en cuenta que según el % de población y la competencia directa actual son factores que actuaran en contra de nuestro proyecto.

Nuestra población objetivo está en llegar inicialmente a todos los turistas y visitantes que lleguen a la región, sin importar su edad, costumbre o país de origen, actualmente la región se está preparando para incentivar la visita al municipio promoviendo la cultura, gastronomía el ambientalismo. Y poder generar mayor conciencia en el uso de los recursos, arma que puede aumentar la demanda al representar las nuevas tendencias al cuidado del medio ambiente.

Nuestro crecimiento está enfocado anualmente en un 10%, en ventas teniendo en cuenta el crecimiento en el turismo. En este momento contamos con dos fuentes para contar con el dinero que permita cumplir las obligaciones que darán inicio al proyecto social: Buscar líderes sociales interesados en promover el proyecto social para que inviertan recursos propios que suplan por lo menos la inversión inicial que se requiere.

Aquí debemos contemplar que está pendiente generar alianzas empresariales que nos generen ingresos económicos a cambio de promover su imagen social y medioambientalmente

responsable, apoyando el reciclaje y reutilización dependiendo de su actividad económica y permitiendo acceso a nuestros productos artesanales con descuentos.

También se contempla acceder a los apoyos locales y gubernamentales, por una parte, la alcaldía municipal podría apoyar con parte del arriendo de la bodega u otorgar el espacio para desarrollar la actividad al tiempo que promueve su participación en la reducción del desempleo del municipio y promueve buenas prácticas ambientales. Acogernos a la ley de inversión social “El 15 % del salario mínimo (\$ 136.278) por crear nuevos trabajos para mujeres mayores de 28 años que ganen hasta tres salarios mínimos.

Así mismo, el 10 % del salario mínimo (90.852) por crear puestos adicionales para hombres mayores de 28 años con ingresos de hasta tres salarios mínimos”

La ley de inversión social “otorgó facultades al Gobierno Nacional para diseñar líneas de redescuento a través de Bancóldex, destinadas a financiar tanto las necesidades de liquidez como las inversiones de modernización de las empresas, con un enfoque especial en MiPymes y en regiones.

Bancóldex creará líneas especiales en alianza con el Gobierno nacional, alcaldías y gobernaciones, y otros actores, con el objetivo de generar ofertas de crédito con beneficios de plazo, periodos de gracia y flexibilidad en condiciones de pago y tasa

Inversiones

Sin duda alguna los negocios relacionados con reutilización de residuos apuntan no solo a generar grandes beneficios al medio ambiente y sociedad, sino que también se convierten en fuertes productores de lucro. Lo que de cierta forma indica que encontrando a las personas idóneas podemos atraer inversiones que generarán sostenibilidad y utilidad para todos

Gastos MES	Valor
Arriendo, Servicios	\$4,380,000
Salarios	\$7,250,000
Total, mes	\$11,630,000

Tabla gastos mes

Inversión inicial	VALOR
Adecuación	\$1,500,000
Equipo y Herramientas	\$8,275,000
Equipo de oficina	\$5,870,000
TOTAL	\$15,645,000

Tabla inversión inicial

Inversión total	Valor
Gastos mes (salario, local)	\$11,630,000
Inversión inicial	\$15,645,000
Total	\$27,275,000

Tabla inversión total

De acuerdo con la información anterior para la puesta en marcha del proyecto se requiere una inversión inicial de 27.275.000; a partir de allí se espera que las ventas logren soportar los 11.630.000 gastos mensuales.

Conclusiones

Al emplear en cada una de las etapas una herramienta que permita expresar nuestras ideas, se ha podido identificar la importancia de la propuesta en desarrollo, poder crear una empresa que contribuya con mejorar la calidad de vida de algunas personas y promover el cuidado del medio ambiente, corresponde a un proyecto social que busca incentivar a la sociedad sobre el uso adecuado de aquellos materiales que tienen un tiempo muy largo para degradarse y están dañando la naturaleza. Es de allí que la propuesta impulsada por el grupo al inicio del curso nos enseñara a emplear los recursos que tenemos como mano de obra que serían aquellas personas de bajos recursos u oportunidades y la materia prima que serían los materiales desechados en los hogares y empresas y que por su utilidad y conservación pueden hacer menos daño al construir con ellos elementos que pueda emplear la sociedad.

Todo este proceso nos ha llevado a identificar plenamente las etapas del proyecto, sus oportunidades y fortalezas para sacar lo mejor del mismo, lo anterior definido en la propuesta de valor: “Articular un negocio que permita generación de valor a través de la transformación de material reciclado en artesanías favoreciendo a las mujeres adultas del municipio de Cota al tiempo que se favorece el cuidado del medio ambiente”.

Con el avance de la tecnología y el crecimiento de las redes sociales, se hace indispensable el uso de ellas como herramienta vital a la hora de impulsar un negocio. Por ello es importante tener claro el tipo de segmentación de clientes a quienes se acoplan los productos y servicios que se van a ofrecer y una vez determinado el público objetivo se puede enfocar la estrategia de marketing de forma más precisa y efectiva para alcanzar objetivos y el posicionamiento de la empresa.

Hemos aprendido en cada una de las etapas y más en esta etapa seguimos viéndola como una herramienta que permite desarrollar nuestro proyecto a cabalidad, en donde podemos aprender y también se ha podido identificar la importancia de la propuesta en desarrollo como tal ya que nos muestra algún déficit o por el contrario, el avance frente a este, poder crear un proyecto como este que tenemos por nombre ArteCota en el que contribuya a crear valores en la vida de algunas personas y promover el cuidado del medio ambiente, este proyecto comprende una necesidad de incentivar a una sociedad sobre el uso adecuado de aquellos insumos que tienen una vida larga y están dañando la naturaleza. Esta es la razón que nos motiva a proponer esta solución ecosostenible.

Es sumamente importante realizar una proyección de recursos operativos y financieros con el propósito de identificar costos y gastos y analizarlo contra la estimación de ingresos y poder determinar si es viable o no la puesta en marcha del proyecto.

Referencias bibliográficas

- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.79-98). Grupo EditorialPatria.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.47-52). Grupo EditorialPatria.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa.<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p.65-134). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>
- José Eucario Parra Castrillón, Jonatan Rosales Chávez, Lucio Cruz López, & Dayan Domínguez. (2019). Las rutas posibles de los proyectos de innovación: un análisis de casos. Ingenierías USBMed, 10(1), 58–67. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.21500/20275846.3819>
- Mejía Martínez, A. (19, 11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>

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