

Proyecto social compartir para crecer

Yanais Julieth Barros Barranco

Diana María Henao Quintero

José Luis Ochoa Archila

Oscar Ferney Portilla Villamizar

Doris Del Carmen Zambrano Barrera

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios ECACEN

Tecnología en gestión de obras civiles y construcciones

2026

Resumen

El proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer” surge como una alternativa solidaria y sostenible frente a las dificultades económicas que enfrentan muchas familias del municipio de Tame para cubrir los gastos de vestuario infantil en niños y niñas entre los 2 y 5 años. La iniciativa se basa en la reutilización organizada de ropa infantil en buen estado, mediante un modelo de economía circular que promueve el ahorro familiar, la reducción de residuos textiles y el fortalecimiento de valores comunitarios como la solidaridad, la empatía y el consumo responsable. El proyecto se desarrolló mediante la metodología Design Thinking, aplicando las etapas de empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, lo que permitió identificar las necesidades reales de las familias y diseñar una solución centrada en la comunidad.

Asimismo, se estructuró un modelo de negocio sostenible que incluye procesos de recolección, clasificación, limpieza y comercialización solidaria de prendas infantiles, garantizando calidad, organización y acceso digno para las familias beneficiarias. De igual manera, el trabajo incorpora un plan de mercadeo tradicional y digital, aliados estratégicos, análisis de competencia y proyecciones operativas y financieras que respaldan la viabilidad del emprendimiento. Los resultados evidencian una alta aceptación por parte de la comunidad, así como beneficios económicos, sociales y ambientales, al disminuir los gastos en vestuario infantil y fomentar prácticas sostenibles dentro de la comunidad educativa. Finalmente, “Compartir para Crecer” demuestra que el emprendimiento social puede convertirse en una herramienta efectiva para generar impacto positivo y fortalecer el tejido social mediante soluciones innovadoras y sostenibles.

Palabras clave: emprendimiento, infantil, ropa, solidaridad y sostenibilidad.

Abstract

The social entrepreneurship project “Sharing to Grow” was created as a supportive and sustainable alternative to address the economic difficulties faced by many families in Tame in covering children’s clothing expenses for boys and girls between 2 and 5 years old. The initiative is based on the organized reuse of children’s clothing in good condition through a circular economy model that promotes family savings, reduces textile waste, and strengthens community values such as solidarity, empathy, and responsible consumption. The project was developed using the Design Thinking methodology, applying the stages of empathize, define, ideate, prototype, and evaluate, which allowed the identification of the real needs of families and the design of a community-centered solution. In addition, a sustainable business model was structured, including the processes of collection, classification, cleaning, and supportive commercialization of children’s clothing, ensuring quality, organization, and dignified access for beneficiary families. Likewise, the study includes traditional and digital marketing strategies, strategic alliances, competitor analysis, and operational and financial projections that support the feasibility of the entrepreneurship project. The results show a high level of community acceptance, as well as economic, social, and environmental benefits by reducing children’s clothing expenses and encouraging sustainable practices within the educational community. Finally, “Sharing to Grow” demonstrates that social entrepreneurship can become an effective tool for generating positive impact and strengthening the social fabric through innovative and sustainable solutions.

Keywords: entrepreneurship, children, clothing, solidarity and sustainability.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Justificación.....	13
Objetivos	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Compartir Para Crecer.....	16
Descripción de la Necesidad	16
Innovación Social.....	18
Población Beneficiada.....	20
Modelo de Negocio Sostenible	20
Propuesta de Valor	21
Estructura Operativa	21
Design Thinking Aplicado Al Proyecto.	23
Empatía, Descripción Del Aporte Al Proyecto.	23
Encuesta del Proyecto Compartir para Crecer	24
Definir, Descripción Del Aporte Al Proyecto.	30
Formulación de Preguntas.....	30
Insight	31
Idear, Descripción Del Aporte Al Proyecto.	34
Prototipar, Descripción Del Aporte Al Proyecto	38
Evaluar, Descripción del Aporte al Proyecto.	40
Proyecto Compartir para Crecer.....	40

Objetivo.....	40
Plan de Mercadeo	42
Descripción del Producto o Servicio (Incluyendo la Marca y Logo).....	43
Propuesta de Valor	43
Características Principales del Servicio	44
Marca “Compartir para Crecer”	44
Logo	45
Mercado Objetivo	46
Competidores	47
Competencia Directa.....	47
Competencia Indirecta	48
Ventaja Competitiva de Compartir para Crecer.....	48
Aliados estratégicos	49
Comunidad Educativa y Familias	49
Instituciones	49
Sectores Económicos	49
Sector Público y Social	50
Estrategias de Mercadeo Tradicionales y Digitales	51
Estrategias de Mercadeo Tradicionales.....	51
Estrategias de Mercadeo Digitales	52
Presupuesto	54
Modelo de Negocio.....	55
Modelo de Negocio Canvas.....	56

Descripción de Cada Uno de sus Bloques	57
Socios Clave.....	57
Las Actividades Clave y los Recursos Clave	57
Propuesta de Valor	59
Relación con el Cliente	60
Canales	60
Segmento de Clientes.....	61
La Estructura de Costos	63
Las Fuentes de Ingreso.....	63
Proyección Operativa y Financiera	64
Evaluación Operativa.....	64
Tamaño y Capacidad del Proyecto.....	64
Proceso Productivo o de Prestación del Servicio	65
Recursos Operativos Requeridos	68
Evaluación Administrativa.....	70
Estructura Organizacional y Costo de Personal	70
Descripción del Equipo Ejecutor	71
Procesos Preoperativos y Legales	75
Localización del Proyecto	76
Evaluación Financiera.....	78
Estructura de Costos	78
Proyección del Precio del Producto o Servicio	80
Costo Unitario del Producto/Servicio.....	80

Margen Esperado	80
Comparación con Precios del Mercado.....	80
Capacidad de Pago del Público Objetivo	81
Punto de Equilibrio	81
Flujo de Caja y Capital de Trabajo	82
Impacto Social	86
Número de Beneficiarios Directos e Indirectos	87
Alineación con ODS o Planes de Desarrollo	87
Inversión y Fuentes de Financiamiento.....	88
Convocatoria	88
Aliados	89
Justificación del Financiamiento.....	89
Principales Riesgos y Mitigación.....	89
Conclusiones	90
Recomendaciones.....	92
Referencias Bibliográficas.....	94

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Mapa De Empatía, Consumo Responsable Y Reutilización De Ropa Infantil</i>	29
Figura 2 <i>Mapa De Insights Del Modelo De Economía Circular Y Bienestar Infantil</i>	33
Figura 3 <i>Lluvia De Ideas De Alternativas De Solución A La Problemática.</i>	35
Figura 4 <i>Lluvia De Ideas De La Solución Seleccionada</i>	36
Figura 5 <i>Solución Solidaria Para La Reutilización De Ropa Infantil</i>	39
Figura 6 <i>Logo Del Emprendimiento “Compartir Para Crecer”</i>	45
Figura 7 <i>Modelo De Negocio.</i>	56
Figura 8 <i>Diagrama De Proceso Productivo “Compartir Para Crecer”</i>	67

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación De Beneficiarios Directos E Indirectos</i>	20
Tabla 2 <i>Resumen Del Modelo De Negocio De Economía Circular Para Ropa Infantil</i>	22
Tabla 3 <i>Matriz de Definición Del Problema a la Oportunidad.</i>	32
Tabla 4 <i>Resumen De La Competencia Directa.</i>	47
Tabla 5 <i>Resumen De La Competencia Indirecta.</i>	48
Tabla 6 <i>Ventaja Competitiva.</i>	48
Tabla 7 <i>Presupuesto General Para El Lanzamiento Proyecto</i>	54
Tabla 8 <i>Capacidad Instalada</i>	65
Tabla 9 <i>Recursos Operativos (En Miles)</i>	70
Tabla 10 <i>Estructura Organizacional Y Costos De Personal</i>	73
Tabla 11 <i>Estructura De Costos Totales Mensuales</i>	79
Tabla 12 <i>Proyección De Precio</i>	81
Tabla 13 <i>Proyección Demanda Ajustada Al IPC (5%)</i>	82
Tabla 14 <i>Flujo De Caja Mensual</i>	82
Tabla 15 <i>Cálculo De La Demanda Base E Ingresos</i>	82
Tabla 16 <i>Proyección De La Demanda E Ingresos En El Tiempo</i>	84
Tabla 17 <i>Supuestos Para La Proyección De Ingresos</i>	84
Tabla 18 <i>Flujo De Caja Mensual</i>	85
Tabla 19 <i>Indicadores</i>	87
Tabla 20 <i>Inversión Total</i>	88
Tabla 21 <i>Riesgos y Su Mitigación</i>	89

Introducción

El presente trabajo tiene como propósito desarrollar el proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer”, una iniciativa orientada a brindar soluciones frente a las dificultades económicas que enfrentan muchas familias para cubrir los gastos de vestuario infantil, especialmente en niños y niñas entre los 2 y 5 años de edad. En esta etapa de crecimiento acelerado, las prendas dejan de servir en cortos periodos de tiempo, lo que obliga a los hogares a realizar compras frecuentes que afectan significativamente su presupuesto, principalmente en familias de ingresos medios y bajos del municipio de Tame.

Frente a esta problemática, el proyecto plantea un modelo de reutilización solidaria de ropa infantil, basado en principios de economía circular y sostenibilidad social. La propuesta busca aprovechar prendas en buen estado que ya no son utilizadas por otras familias, permitiendo su clasificación, adecuación y comercialización a precios solidarios. De esta manera, no solo se contribuye al ahorro económico de los hogares, sino también a la reducción de residuos textiles y al fortalecimiento de valores como la solidaridad, la empatía y el consumo responsable dentro de la comunidad.

A lo largo del desarrollo del trabajo se abordan diferentes componentes fundamentales para la estructuración del proyecto. Inicialmente, se presenta la descripción de la necesidad identificada, la innovación social propuesta y la población beneficiada. Posteriormente, se aplica la metodología Design Thinking, permitiendo comprender las necesidades reales de las familias y construir soluciones centradas en el usuario a través de las etapas de empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Estas herramientas facilitan la formulación de una propuesta organizada, viable y ajustada al contexto social de la comunidad.

Asimismo, el trabajo incluye el diseño de un plan de mercadeo que integra estrategias tradicionales y digitales para dar visibilidad al proyecto, captar donantes y fortalecer la participación comunitaria. Del mismo modo, se desarrolla el modelo de negocio Canvas, la evaluación operativa, administrativa y financiera, así como el análisis del impacto social y ambiental generado por la iniciativa. Todo ello permite demostrar la sostenibilidad y viabilidad del emprendimiento social.

En conclusión, “Compartir para Crecer” representa una alternativa innovadora y solidaria que busca mejorar la calidad de vida de las familias, fomentar la reutilización responsable de recursos y fortalecer el tejido social de la comunidad. El proyecto evidencia cómo, a través del emprendimiento social, es posible generar soluciones sostenibles que respondan a necesidades reales, promoviendo simultáneamente beneficios económicos, sociales y ambientales.

Conclusión El desarrollo del proyecto “Compartir para Crecer” permitió evidenciar que el emprendimiento social constituye una herramienta fundamental para generar soluciones sostenibles frente a problemáticas económicas, sociales y ambientales presentes en las comunidades. A través de esta iniciativa, se logró diseñar un modelo organizado de reutilización de ropa infantil que responde a la necesidad de reducir los gastos recurrentes en vestuario para familias con niños entre los 2 y 5 años, especialmente en contextos donde los recursos económicos son limitados.

La aplicación de la metodología Design Thinking fue clave para comprender las necesidades reales de las familias y construir una propuesta centrada en el usuario. Las etapas de empatía, definición, ideación, prototipado y evaluación permitieron identificar oportunidades de mejora, fortalecer la propuesta de valor y validar la aceptación del proyecto dentro de la comunidad. De igual manera, el análisis realizado evidenció que muchas familias están

dispuestas a participar tanto en la donación como en la adquisición de prendas reutilizadas, siempre que el proceso sea organizado, digno y confiable.

Por otra parte, el proyecto demostró que la reutilización de ropa infantil no solo genera beneficios económicos para las familias, sino también un impacto ambiental positivo, al disminuir la cantidad de residuos textiles y promover prácticas de economía circular. Asimismo, la iniciativa fortalece valores sociales como la solidaridad, la cooperación y el consumo responsable, contribuyendo al fortalecimiento del tejido comunitario y a la construcción de entornos más participativos y sostenibles.

En cuanto a la viabilidad del proyecto, se evidenció que el modelo de negocio planteado cuenta con estrategias de mercadeo, aliados estratégicos, recursos operativos y proyecciones financieras que permiten garantizar su sostenibilidad en el tiempo. La combinación de estrategias tradicionales y digitales facilita el posicionamiento de la iniciativa dentro de la comunidad, mientras que la reinversión de los ingresos asegura el mantenimiento y crecimiento del proyecto sin perder su enfoque social.

Finalmente, se concluye que “Compartir para Crecer” es una propuesta innovadora y pertinente para el contexto social de Tame, ya que integra componentes económicos, sociales y ambientales en un mismo modelo de emprendimiento solidario. Este proyecto demuestra que, mediante la organización comunitaria y el aprovechamiento responsable de los recursos, es posible generar un impacto positivo en la calidad de vida de las familias y promover una cultura de sostenibilidad y apoyo mutuo dentro de la sociedad.

Justificación

El proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer” surge como respuesta a la necesidad de muchas familias del municipio de Tame de reducir los gastos relacionados con el vestuario infantil de niños y niñas entre los 2 y 5 años, etapa en la que el crecimiento acelerado obliga a renovar constantemente las prendas de vestir. Esta situación representa una carga económica significativa, especialmente para hogares de ingresos medios y bajos, afectando la estabilidad de su presupuesto familiar. De acuerdo con el diagnóstico realizado en la comunidad, gran parte de las familias debe adquirir ropa nueva cada pocos meses, mientras que otras almacenan prendas en buen estado que ya no utilizan, desaprovechando recursos que podrían beneficiar a otros hogares.

En este contexto, el proyecto se justifica desde una perspectiva social, económica y ambiental, ya que propone un sistema organizado de reutilización solidaria de ropa infantil basado en principios de economía circular y sostenibilidad. Esta iniciativa permite que las familias accedan a prendas en buen estado a precios solidarios, promoviendo un acceso digno y evitando prácticas asistencialistas. Asimismo, fortalece valores comunitarios como la solidaridad, la empatía, la cooperación y el consumo responsable, contribuyendo al fortalecimiento del tejido social dentro de la comunidad educativa.

Desde el componente ambiental, la propuesta cobra relevancia debido al impacto negativo generado por la industria textil, considerada una de las actividades con mayor producción de residuos y consumo de recursos naturales. En consecuencia, la reutilización de ropa infantil contribuye a disminuir los desechos textiles y fomenta prácticas sostenibles dentro de la comunidad. Además, el proyecto busca sensibilizar a las familias sobre la importancia del

aprovechamiento responsable de los recursos y la necesidad de promover hábitos de consumo más conscientes desde la primera infancia.

Por otra parte, el proyecto también se justifica por su viabilidad y sostenibilidad, ya que integra estrategias de mercadeo, aliados estratégicos, procesos operativos organizados y un modelo de negocio basado en la reinversión social de los ingresos obtenidos. Esto garantiza la continuidad de la iniciativa en el tiempo y amplía su impacto dentro de la comunidad. Además, la aplicación de la metodología Design Thinking permitió identificar las necesidades reales de las familias y diseñar una solución innovadora centrada en el usuario, fortaleciendo la pertinencia y aceptación del proyecto.

Finalmente, “Compartir para Crecer” se justifica porque representa una alternativa innovadora y sostenible que integra beneficios económicos, sociales y ambientales en un mismo modelo de emprendimiento social. La iniciativa demuestra que, mediante la organización comunitaria y la reutilización responsable de recursos, es posible mejorar la calidad de vida de las familias, generar impacto positivo en el entorno y promover una cultura de apoyo mutuo y sostenibilidad dentro de la sociedad.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar y desarrollar el proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer”, orientado a reducir los gastos en vestuario infantil de familias con niños entre 2 y 5 años, mediante la implementación de un sistema organizado de reutilización solidaria de ropa, que promueva la sostenibilidad económica, el fortalecimiento del tejido social y el cuidado del medio ambiente a través de principios de economía circular.

Objetivos Específicos

Sustentar la propuesta de emprendimiento social desde la innovación (descripción de la necesidad, innovación social, población beneficiada y modelo de negocio que la haga sostenible).

Aplicar y desarrollar las fases del Design Thinking (empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar) en la estructuración del proyecto.

Estructurar un plan de mercadeo que dinamice la factibilidad comercial del proyecto de emprendimiento y permita su posicionamiento en el mercado objetivo.

Argumentar la propuesta de valor del proyecto de emprendimiento a partir del análisis estructurado del modelo Business Model Canvas.

Sustentar la viabilidad del proyecto de emprendimiento social destacando su carácter innovador, su impacto social y su factibilidad económica.

Compartir para Crecer

Descripción de la Necesidad

En el contexto colombiano, muchas familias enfrentan situaciones económicas complejas, especialmente aquellas que no planificaron la llegada de sus hijos o que no cuentan con una solvencia económica suficiente para cubrir adecuadamente sus necesidades. Esta realidad es más evidente en sectores de ingresos medios y bajos, donde los hogares deben distribuir cuidadosamente sus recursos para cubrir gastos esenciales relacionados con la educación inicial de sus hijos, entre ellos el vestuario.

En la etapa entre los 2 a 5 de edad, comúnmente en Colombia, los niños presentan un crecimiento acelerado, lo que implica la renovación constante de prendas en periodos muy cortos de tiempo. Esta situación genera una carga económica recurrente para las familias, que deben invertir frecuentemente en ropa nueva.

Paralelamente, dentro de las mismas comunidades existen familias que cuentan con prendas infantiles en buen estado que dejan de utilizarse debido al crecimiento de sus hijos. Sin embargo, estas prendas suelen almacenarse sin uso o en muchos casos, convertirse en desechos. De acuerdo con estudios sobre sostenibilidad de la Organización de las Naciones Unidas (2020), la industria textil es una de las actividades que mayor impacto ambiental genera debido al alto consumo de recursos naturales y la producción de residuos. Por tanto, la reutilización de ropa representa una alternativa estratégica para reducir el impacto ambiental y fortalecer prácticas de economía circular.

En el contexto específico del proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer”, se identificó la oportunidad de crear un sistema solidario que permita optimizar los recursos existentes dentro de la misma comunidad. Asimismo, el proyecto contempla la

posibilidad de vincular otras comunidades con mejores condiciones socioeconómicas, sensibilizando a sus familias para que donen o vendan a bajo costo la ropa usada de sus hijos, ampliando así el alcance de la iniciativa.

La necesidad central que aborda este proyecto es reducir los gastos de vestuario infantil en las familias, promoviendo simultáneamente la reutilización responsable de prendas y la cultura de solidaridad comunitaria. La solución planteada no solo genera beneficios económicos al impactar positivamente el presupuesto familiar, sino también beneficios sociales, al facilitar la participación de los niños en actividades cuando cuentan con vestuario adecuado, y beneficios ambientales, al contribuir a la disminución de residuos textiles.

Además, el proyecto responde a una necesidad formativa dentro de la comunidad, ya que promueve valores como la solidaridad, la empatía y el consumo responsable desde la primera infancia, fortaleciendo la educación integral de los niños. De igual manera, el modelo de venta solidaria permite que las familias accedan a las prendas de manera digna y organizada, evitando enfoques asistencialistas y fomentando la autonomía y participación de la comunidad. Finalmente, la iniciativa contribuye al fortalecimiento del tejido social de la comunidad, al crear redes de apoyo entre padres de familia, incentivar la cooperación y generar un mayor sentido de pertenencia hacia los niños entre los 2 y los 5 años.

Por esta razón, surge la necesidad de implementar un modelo organizado, sostenible y comunitario que articule la reutilización de prendas con un enfoque de emprendimiento social, generando impacto económico, social y ambiental en las comunidades.

Innovación Social

El proyecto “Compartir para Crecer” se considera una innovación social porque no solo reutiliza recursos existentes, sino que transforma la dinámica comunitaria, promoviendo una solución organizada, sostenible y replicable en otras comunidades. No se trata únicamente de vender ropa usada, sino de construir un modelo solidario que genere impacto económico, social y ambiental de manera simultánea. Por ello, la innovación social del proyecto se fundamenta en varios aspectos clave que se articulan entre sí.

En primer lugar, se evidencia una innovación comunitaria, ya que el proyecto crea un sistema interno de cooperación entre las familias, donde quienes donan y quienes compran forman parte de la misma comunidad. Esto fortalece el sentido de pertenencia, la corresponsabilidad y el apoyo mutuo, transformando una necesidad individual en una solución colectiva. Asimismo, se presenta una innovación económica solidaria, pues a diferencia de la caridad tradicional, el modelo propone una venta solidaria organizada que permite a las familias acceder a prendas de manera digna y a bajo costo. Este enfoque evita el asistencialismo y promueve la autonomía, la sostenibilidad financiera y la reinversión de los recursos en beneficio de la comunidad.

Por otra parte, el proyecto incorpora una innovación ambiental al aplicar principios de economía circular, extendiendo la vida útil de las prendas infantiles, reduciendo residuos textiles y fomentando prácticas de consumo responsable. De esta manera, se contribuye a disminuir el impacto ambiental generado por la industria textil y se promueve la sostenibilidad desde la primera infancia. A su vez, también se desarrolla una innovación educativa y formativa, ya que “Compartir para Crecer” no solo atiende una necesidad económica, sino que se convierte en una

herramienta pedagógica que promueve valores como la solidaridad, la empatía, la responsabilidad social y la conciencia ambiental en niños y familias.

En este sentido, el proyecto implementa un enfoque de economía circular comunitaria a pequeña escala, donde los recursos o materia prima (prendas infantiles) permanecen dentro del sistema el mayor tiempo posible, reduciendo la necesidad de comprar ropa nueva y disminuyendo residuos. Esto implica que las familias puedan volver a donar, intercambiar o vender a bajo costo las prendas que en algún momento adquirieron, pero que sus hijos ya no utilizan, manteniendo así el ciclo dentro de la misma comunidad.

Además, el proyecto se apoya en un sistema organizado y formalizado. A diferencia de las donaciones informales, esta propuesta establece un proceso estructurado que incluye la recepción de donaciones, la clasificación por talla y estado, la limpieza y adecuación de las prendas, y finalmente su venta a precios solidarios. Este sistema garantiza orden, transparencia y calidad en todo el proceso.

De igual forma, se promueve un acceso digno y no asistencialista, ya que el modelo no funciona bajo un esquema de caridad gratuita, sino de venta solidaria a bajo costo. Esto permite evitar la estigmatización, fomentar la corresponsabilidad, generar sostenibilidad financiera y promover una cultura de compra responsable.

Finalmente, los ingresos obtenidos no constituyen lucro personal, sino que se destinan a la reinversión social, a través de actividades pedagógicas, el mejoramiento de infraestructura y la adquisición de materia prima, así como el fortalecimiento del mismo proyecto. De esta manera, el emprendimiento cumple con los principios del emprendimiento social: generar un impacto positivo, resolver una problemática concreta y mantener sostenibilidad económica.

Población Beneficiada

El proyecto beneficia de manera directa e indirecta a varios actores:

Tabla 1

Clasificación De Beneficiarios Directos E Indirectos

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
Niños y niñas entre 2 y 5 años: Porque acceden a prendas en buen estado, garanticen condiciones adecuadas de vestuario y participan en actividades sin limitaciones.	El entorno ambiental: Porque disminuye el consumo de recursos para producción de nuevas prendas, reduce desechos textiles y promueve prácticas sostenibles.
Familias: Porque reducen gastos en vestuario infantil, participan activamente en una red solidaria y desarrollan hábitos de consumo responsable.	

Nota. Se identificaron cuales son los beneficiarios directos e indirectos.

El impacto se proyecta principalmente en familias de estratos socioeconómicos medio-bajos, donde los gastos recurrentes representan una carga significativa en el presupuesto mensual.

Además, el proyecto puede generar un impacto a largo plazo en la formación de valores en los niños, quienes crecen entendiendo la importancia del cuidado del medio ambiente, la reutilización y la solidaridad. Esto contribuye a la construcción de ciudadanos más conscientes y responsables.

Modelo de Negocio Sostenible

El modelo de negocio del proyecto combina principios de economía solidaria con estrategias básicas de sostenibilidad financiera. Aunque no persigue fines lucrativos, requiere organización administrativa para garantizar su continuidad en el tiempo.

Propuesta de Valor

Ofrecer ropa infantil en buen estado, a precios solidarios, dentro de la misma comunidad, promoviendo ahorro familiar y sostenibilidad ambiental.

Fuentes de ingreso:

La iniciativa se financia mediante la venta de prendas donadas a precios simbólicos, la realización de jornadas especiales como ferias solidarias y la recepción de aportes voluntarios adicionales.

Estructura Operativa

- El proceso comienza con la donación de ropa en buen estado por parte de las familias.
- Posteriormente, las prendas pasan por una etapa de clasificación y control de calidad, donde se verifica que estén limpias y sin daños graves.
- Luego se organizan y etiquetan según talla y tipo de prenda.
- A continuación, se realiza la venta solidaria dentro de un espacio adecuado para el proyecto a precios accesibles.
- Finalmente, los recursos obtenidos se reinvierten en mejoras del proyecto y en actividades pedagógicas.

Tabla 2*Resumen Del Modelo De Negocio De Economía Circular Para Ropa Infantil*

Componente	Descripción
Propuesta de Valor	Ropa infantil de calidad a precios asequibles dentro de la comunidad, fomentando el ahorro y sostenibilidad.
Fuentes de Ingreso	Venta de prendas a precios asequibles, ferias solidarias y aportes voluntarios.
Estructura Operativa	Ciclo de Donación → Clasificación → Adecuación → Venta o intercambio → Reinversión.
Estructura de Costos	Gastos mínimos de lavado, almacenamiento, etiquetado y publicidad interna.

Nota. Se detalla el modelo de economía circular usado para la ejecución del proyecto.

Design Thinking Aplicado al Proyecto

En este capítulo se aborda la aplicación de la metodología Design Thinking al proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer”, con el objetivo de establecer y estructurar de manera práctica la solución planteada en el capítulo anterior. Este método permite centrar el desarrollo del proyecto en las necesidades reales de las familias, promoviendo la innovación social y la creación de un sistema organizado de reutilización de ropa infantil que genere impacto económico, social y ambiental.

A través de Design Thinking, el proyecto se organizó en etapas que facilitan la comprensión del problema, la generación de ideas, la construcción de prototipos y la validación de la propuesta con los usuarios finales. Cada etapa aporta herramientas específicas que permiten reconocer oportunidades, involucrar a la comunidad y mejorar continuamente el modelo de negocio, asegurando que la solución no solo sea viable, sino también relevante y sostenible.

El capítulo presenta la ejecución de cada etapa de Design Thinking aplicada al proyecto, destacando cómo estas herramientas contribuyen de manera significativa a fortalecer la propuesta de valor, optimizar los procesos operativos y promover la participación de las familias. De esta manera, se evidencian los beneficios de una metodología centrada en el usuario y orientada a la innovación social, consolidando la viabilidad y el impacto del proyecto en la comunidad.

Empatía, Descripción del Aporte al Proyecto

Para el proyecto Compartir para crecer, La etapa de empatía constituye el punto de partida del modelo Design Thinking, ya que permite comprender de manera profunda las necesidades, emociones y dinámicas de la población beneficiada, esta etapa encuesta diagnóstica la realidad socioeconómica de las familias con hijos en edades entre 2 y 5 años, sus hábitos de

consumo de vestuario infantil y su percepción frente a la reutilización de prendas, la primera actividad comunitaria que llevaría a cabo sería una encuesta diagnósticas a los padres de familia.

Encuesta del Proyecto Compartir para Crecer

1. ¿Cuántos hijos tiene actualmente?

1

2

3

4 o más

2. ¿Cuántos de sus hijos están en el rango de edad de 2 a 5 años?

1

2

3 o más

3. Edad de su hijo(a) que asiste al jardín:

2 años

3 años

4 años

5 años

4. ¿Con qué frecuencia debe comprar ropa nueva debido al crecimiento de su hijo(a)?

Cada 2–3 meses

Cada 4–6 meses

Una vez al año

Solo cuando es necesario

5. ¿Cuáles son las prendas que con mayor frecuencia debe reemplazar?

Camisetas

Pantalones

Chaquetas

Uniformes

Zapatos

Pijamas

Otra: _____

6. ¿Considera que el gasto en ropa infantil representa una carga importante en el presupuesto familiar?

Sí, alta

Moderada

Baja

No representa dificultad

7. Cuando la ropa ya no le sirve a su hijo(a), ¿qué suele hacer con ella?

Guardarla

Regalarla

Donarla

Venderla

Desecharla

Otra opción: _____

8. ¿Estaría dispuesto(a) a comprar ropa infantil usada en buen estado si estuviera organizada y a bajo costo dentro del jardín?

Sí

No

Tal vez

¿Por qué?

9. ¿Conoce lugares donde se puedan conseguir prendas usadas para niños?

Sí

No

Si su respuesta es sí, ¿cuáles?

10. ¿Ha escuchado o conoce iniciativas de reutilización o intercambio de ropa infantil?

Sí

No

Si la respuesta es sí, mencione cuál:

11. ¿Estaría dispuesto(a) a donar ropa infantil en buen estado para apoyar a otras familias del jardín?

Sí

No

Tal vez

12. ¿Qué recomendaciones daría para que una iniciativa de reutilización de ropa infantil funcione de manera organizada y respetuosa? _____

A partir de la aplicación de la encuesta diagnóstica dirigida a padres de familia con niños entre 2 y 5 años, se pueden identificar diferentes tendencias relacionadas con el gasto en vestuario infantil, los hábitos de reutilización y la disposición de las familias a participar en iniciativas solidarias dentro de una comunidad.

En primer lugar, se evidencia que una gran parte de las familias cuenta con uno o más hijos dentro del rango de edad preescolar, lo que incrementa la frecuencia con la que deben adquirir prendas nuevas debido al crecimiento acelerado de los niños. De acuerdo con las respuestas obtenidas, la mayoría de los padres manifiesta que debe comprar ropa para sus hijos cada tres o seis meses, siendo las camisetas, pantalones, pijamas y zapatos las prendas que con mayor frecuencia requieren reemplazo.

En cuanto al impacto económico, una proporción importante de los encuestados considera que el gasto en ropa infantil representa una carga moderada o alta dentro del presupuesto familiar. Esta situación se intensifica en hogares con más de un hijo en edad temprana, lo que genera la necesidad de buscar alternativas más económicas para satisfacer esta necesidad.

Respecto al destino de las prendas que ya no utilizan los niños, los resultados muestran que muchas familias optan por guardarlas o regalarlas a familiares cercanos, mientras que un menor porcentaje las dona o las vende. Esto evidencia que dentro de la comunidad existen prendas en buen estado que podrían ser reutilizadas si existiera un sistema organizado que facilita su circulación.

Por otra parte, al indagar sobre la disposición a adquirir ropa reutilizada en buen estado, la mayoría de los padres manifiestan estar de acuerdo con esta posibilidad, siempre que las prendas se encuentren limpias, organizadas y a precios accesibles. Las principales razones

mencionadas están relacionadas con el ahorro económico y el aprovechamiento responsable de los recursos. Sin embargo, algunos padres expresan dudas asociadas a la higiene o al estado de las prendas, lo que resalta la importancia de establecer procesos adecuados de selección y limpieza.

Asimismo, los resultados indican que una parte significativa de las familias desconoce iniciativas formales de reutilización de ropa infantil dentro de su entorno cercano, lo que sugiere que el proyecto Compartir para Crecer puede representar una propuesta innovadora dentro de la comunidad educativa.

Finalmente, frente a la posibilidad de participar en una iniciativa solidaria dentro de la comunidad con hijos en edad infantil, la mayoría de los padres manifiesta estar dispuesta a colaborar mediante la donación de ropa en buen estado o mediante la compra de prendas reutilizadas, siempre que el proceso sea organizado, transparente y respetuoso con las familias.

El análisis del mapa de empatía evidencia que las familias con niños entre 2 y 5 años enfrentan gastos recurrentes en vestuario debido al rápido crecimiento de los menores, especialmente en prendas de uso frecuente como camisetas, pantalones y zapatos. Al mismo tiempo, muchas familias cuentan con ropa en buen estado que deja de utilizarse, lo que representa una oportunidad para implementar iniciativas de reutilización dentro de la comunidad educativa. En este contexto, el proyecto “Compartir para Crecer” se posiciona como una alternativa solidaria y sostenible que permite reducir gastos familiares, promover la economía circular y fortalecer la cooperación entre las familias con niños en edad infantil.

Figura 1

Mapa De Empatía, Consumo Responsable Y Reutilización De Ropa Infantil



Nota. Mapa diseñado para generar empatía sobre la reutilización de ropa infantil.

Definir, Descripción del Aporte al Proyecto

En la etapa de Definir de nuestro proyecto, llevaremos a cabo la síntesis de la información recolectada mediante la encuesta diagnóstica aplicada a padres de familia. Los testimonios y observaciones clave se extraerán directamente de las respuestas sobre la frecuencia de compra, la carga económica que representa el vestuario y el destino actual de las prendas en desuso. Para detectar patrones y necesidades, utilizaremos el Mapa de Empatía, el cual nos permite identificar tensiones fundamentales, como la preocupación de las familias por la higiene de la ropa usada frente a su necesidad de ahorro. Al cruzar estos *insights*, como el hecho de que muchas familias guardan ropa en buen estado por falta de canales de donación, transformaremos los datos en un Punto de Vista (POV) centrado en las familias con solvencia limitada que requieren vestuario digno y constante. Esto permitirá alinear al equipo en un objetivo común: diseñar un sistema de logística inversa que dignifique el acceso a la ropa y elimine el desperdicio textil local.

Formulación de Preguntas

Para alinear al equipo antes de la ideación, estas preguntas transforman los problemas detectados en oportunidades de diseño:

- formulación: Preguntas “¿Cómo podríamos?” (HMW).
- Logística y Acceso: ¿Cómo podríamos facilitar que las familias con excedentes entreguen su ropa de manera sencilla y rápida para asegurar un suministro constante?
- Dignidad y Experiencia de Usuario: ¿Cómo podríamos transformar la entrega de ropa en una experiencia de compra digna y organizada, alejándola del concepto de "caridad" tradicional?

- Sostenibilidad Ambiental: ¿Cómo podríamos garantizar que todas las prendas recolectadas, incluso las que no están en perfecto estado, tengan un uso útil para evitar que terminen en vertederos?

- Confianza e Higiene: ¿Cómo podríamos implementar procesos de selección y limpieza que eliminen las dudas de los padres sobre la calidad y sanidad de las prendas reutilizadas?

Insight

Se proponen tres opciones según el enfoque las cuales son:

- Opción 1. Enfoque en dignidad y sostenibilidad. "Lo que para unos es olvido, para otros es abrigo: transformando el residuo textil en bienestar infantil con dignidad."

Por qué funciona: Captura el insight de que el sistema actual desperdicia toneladas de textil mientras las familias agotan su presupuesto por el rápido crecimiento de los niños.

Refuerza la idea de una experiencia de compra digna en lugar de caridad.

- Opción 2. Enfoque en economía circular (Logística Inversa). "Rescatando prendas, vistiendo sueños: un ciclo solidario que detiene el desperdicio y fortalece nuestra comunidad."

Por qué funciona: Se basa en la definición de diseñar una logística inversa que rescate ropa en sectores de altos ingresos para beneficiar a niños vulnerables. Atiende la falla ambiental de que la ropa infantil es la que más rápido llega a los basureros.

- Opción 3. Enfoque en el usuario (Crecimiento infantil). "Porque ellos crecen rápido, nuestra solidaridad debe ser constante: ropa de calidad a precios justos para cada etapa".

Por qué funciona: Ataca directamente la necesidad identificada en la etapa de empatía: el crecimiento acelerado de los niños entre 2 y 5 años que vuelve insostenible el presupuesto familiar.

Tabla 3

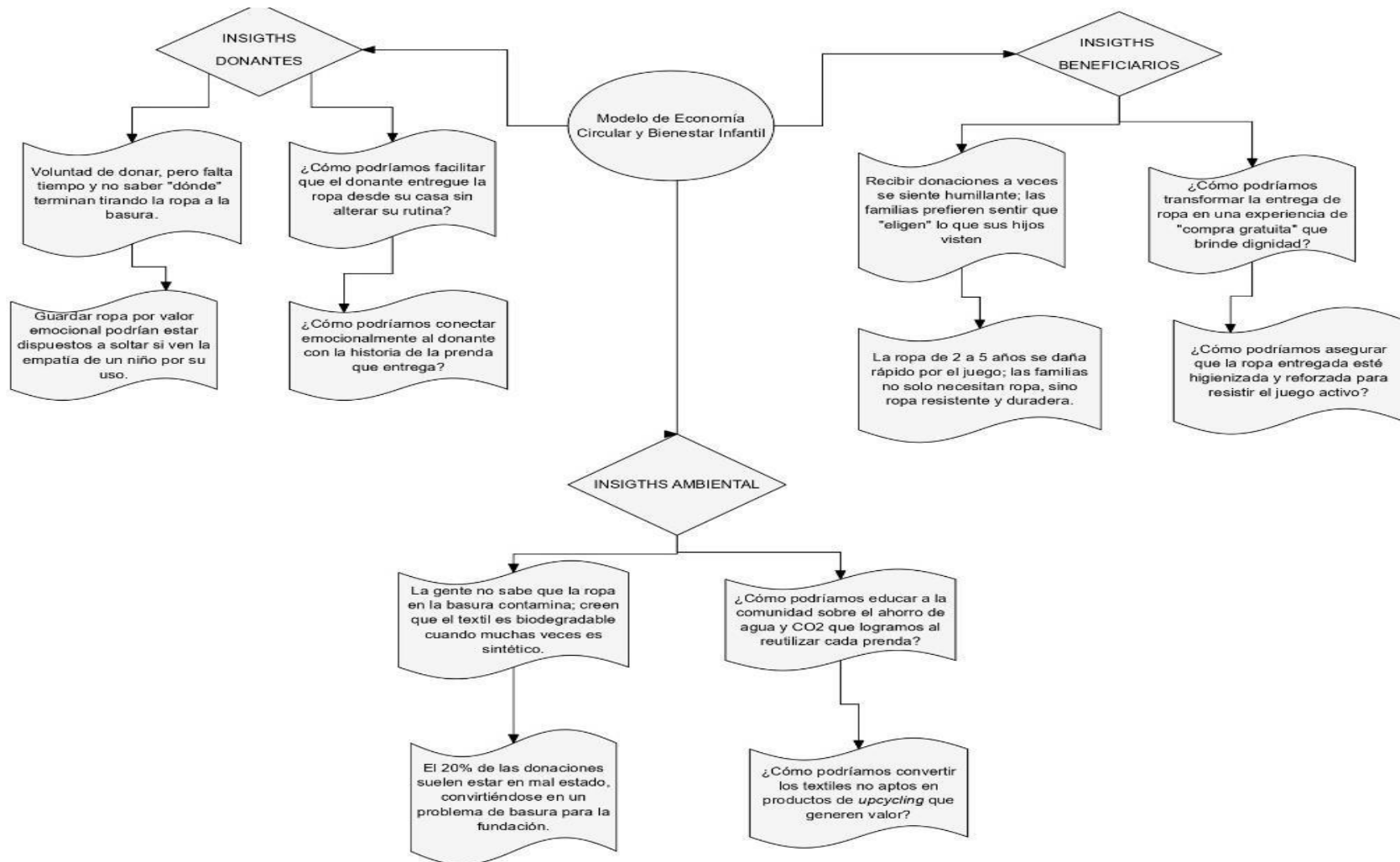
Matriz de Definición Del Problema a la Oportunidad.

Perspectiva	Situación Actual (El Problema)	Insight / Revelación	Oportunidad (Design Thinking)
Familiar	Gastos recurrentes y alta carga económica en ropa para niños de 2 a 5 años.	El crecimiento acelerado hace que la ropa sea un gasto insostenible en periodos de solo 3 a 6 meses.	¿Cómo podríamos crear un suministro constante de prendas a precios solidarios que alivie el presupuesto mensual?
Comunitaria	Las familias guardan ropa sin uso o la regalan de forma informal y desorganizada.	Existe abundancia de prendas en excelente estado dentro de la misma comunidad que terminan siendo "basura" por falta de canales.	¿Cómo podríamos diseñar un sistema de logística inversa que rescate estas prendas y dignifique el acceso al vestuario?
Ambiental	La industria textil genera un alto impacto y los residuos terminan en vertederos locales.	La ropa infantil es la que más rápido se desecha, alimentando micro-basurales a nivel país.	¿Cómo podríamos aplicar la economía circular para asegurar que el 100% de lo recolectado tenga un uso útil?

Nota. Se relaciona el resumen de la etapa definir del Design Thinking.

Figura 2

Mapa De Insights Del Modelo De Economía Circular Y Bienestar Infantil



Nota. El diagrama detalla las problemáticas y preguntas de diseño desde las perspectivas del donante.

Idear, Descripción del Aporte al Proyecto

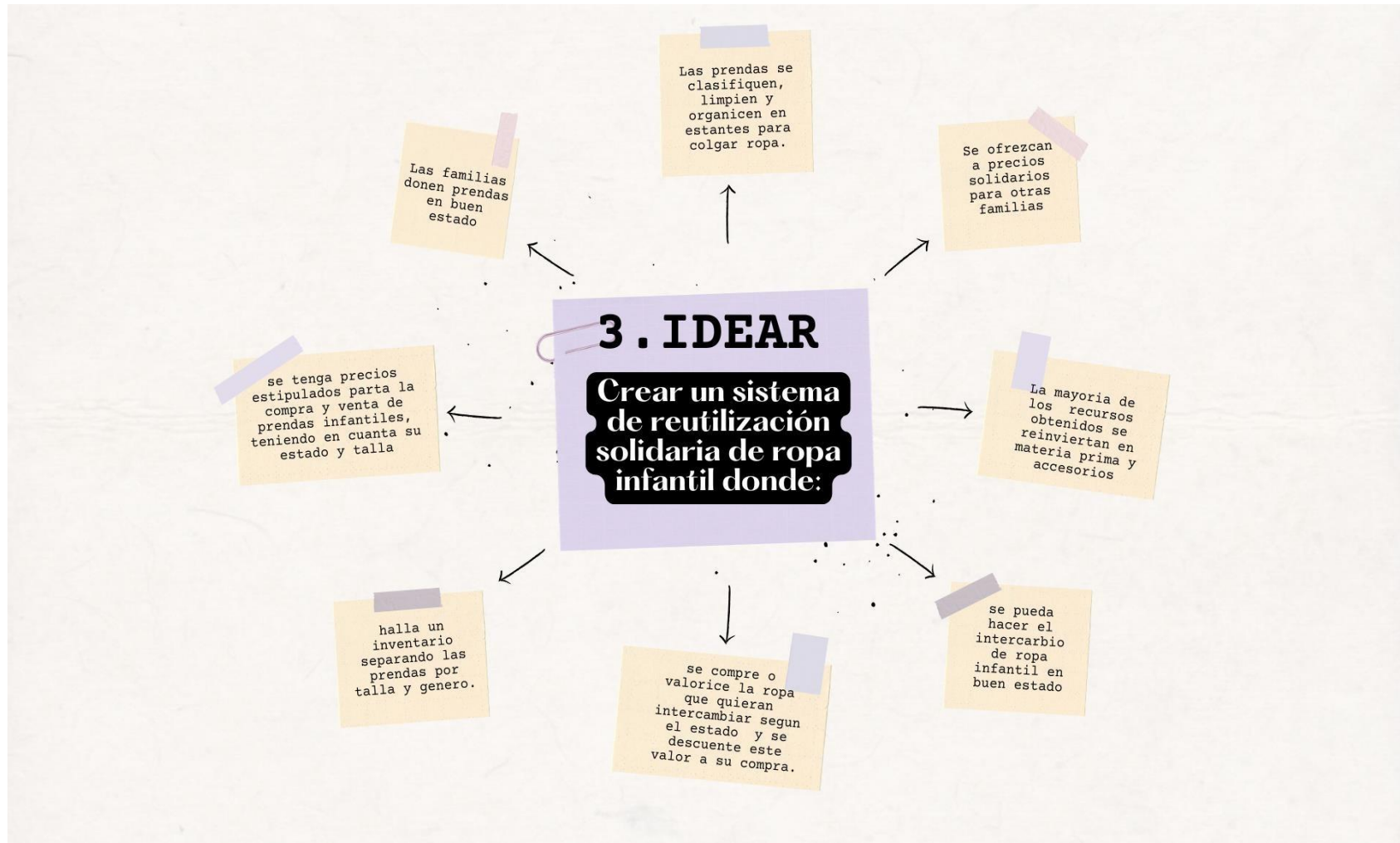
La etapa de Idear dentro del modelo Design Thinking permitió generar diferentes propuestas de solución frente a la problemática identificada: los gastos recurrentes en vestuario infantil para niños entre 2 y 5 años. A través de una lluvia de ideas representada en el mapa conceptual, se plantearon varias alternativas enfocadas en el aprovechamiento de prendas en buen estado dentro de la misma comunidad.

Esta etapa aportó al proyecto la construcción de la idea central de innovación social, que consiste en la creación de un sistema de reutilización solidaria de ropa infantil. A partir de las ideas planteadas se definieron acciones concretas como la donación de prendas por parte de las familias, la clasificación y limpieza de la ropa, su organización en estantes, la creación de un inventario por talla y género, y la posibilidad de ofrecer estas prendas a precios solidarios para otras familias.

Además, en esta fase se contempló la posibilidad de realizar intercambios de ropa infantil y establecer precios accesibles teniendo en cuenta el estado y la talla de las prendas. De esta manera, la etapa de ideación permitió estructurar una propuesta organizada que no solo busca reducir los gastos de las familias, sino también promover la reutilización de recursos y fortalecer la solidaridad dentro de la comunidad educativa.

Figura 3

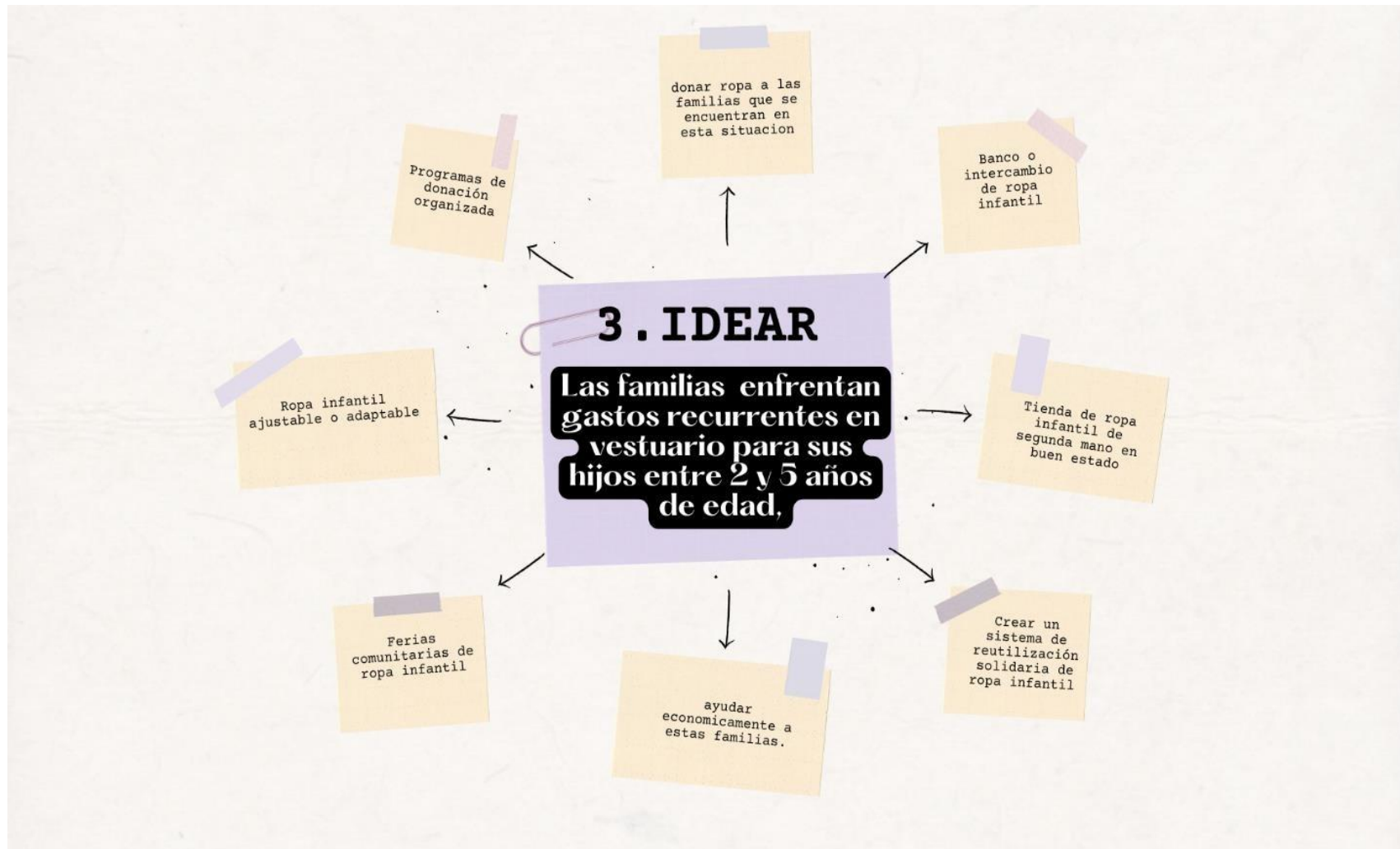
Lluvia De Ideas De Alternativas De Solución A La Problemática.



Nota. Se observa un mapa de ideas de posibles soluciones a la problemática.

Figura 4

Lluvia De Ideas De La Solución Seleccionada.



Nota. Se observa un mapa de ideas de la solución seleccionada y ser ejecutada.

La aplicación de la etapa de ideación permitió obtener resultados importantes para la formulación del proyecto. En primer lugar, se logró definir con mayor claridad la solución principal al problema identificado, que consiste en implementar un sistema comunitario de reutilización solidaria de ropa infantil dentro de familias con hijos en edad infantil

Asimismo, el proceso de generación de ideas permitió identificar los elementos necesarios para el funcionamiento del sistema, tales como la donación de prendas en buen estado por parte de las familias, la clasificación y limpieza de la ropa, la organización en estantes para facilitar su acceso y la creación de un inventario que permita separar las prendas por talla y género.

Otro aporte importante fue la propuesta de ofrecer las prendas a precios solidarios, permitiendo que otras familias puedan adquirirlas a un menor costo. También se planteó la posibilidad de realizar intercambios de ropa infantil y de reinvertir parte de los recursos obtenidos en el mantenimiento del proyecto y en la adquisición de materiales necesarios para su funcionamiento.

En conclusión, la etapa de ideación permitió transformar el problema identificado en una propuesta concreta de solución, estableciendo las bases para el desarrollo de un emprendimiento social que promueve el ahorro familiar, la reutilización de recursos y el fortalecimiento de la cooperación dentro de la comunidad.

Prototipar, Descripción del Aporte al Proyecto

El proyecto “Compartir para Crecer”, en el marco de la metodología de Design Thinking, desarrolló la etapa de prototipado con el objetivo de convertir la idea planteada en una representación práctica del funcionamiento del sistema de reutilización de ropa infantil.

Para ello, se diseñó un prototipo de tipo servicio, el cual consistió en simular el proceso real de recolección, clasificación y venta solidaria de prendas destinadas a niños y niñas entre los 2 y 5 años. Se estableció un punto de recolección donde las familias podían donar ropa en buen estado, luego estas prendas fueron revisadas, organizadas por talla y tipo, y etiquetadas con precios accesibles.

Posteriormente, se adecuó un espacio similar a una pequeña tienda donde se exhibieron las prendas, permitiendo realizar una simulación de compra por parte de algunas familias. Esto permitió observar cómo interactúan los usuarios con la propuesta y entender mejor su funcionamiento en un contexto real.

A partir de este prototipo, se evidenció que el proyecto es viable y bien recibido por la comunidad, ya que las familias mostraron interés en participar tanto donando como comprando. Además, se identificó la importancia de mantener un buen sistema de organización y control de calidad de las prendas.

Esta etapa aportó significativamente al proyecto, ya que permitió detectar mejoras antes de su implementación definitiva, fortalecer la propuesta y confirmar que la iniciativa no solo reduce gastos familiares, sino que también promueve la solidaridad, el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente.

Figura 5

Solución Solidaria Para La Reutilización De Ropa Infantil.



Nota. Se hizo una infografía con la información del funcionamiento de un prototipo del proyecto.

Evaluar, Descripción del Aporte al Proyecto

Los estudiantes deberán contar con al menos una prenda en desuso para la elaboración de sus productos; en caso de no disponer de ella, podrán organizar una pequeña campaña de recolección dentro de la institución educativa. Se recomienda conformar grupos de trabajo de entre tres y cuatro integrantes, procurando que sean heterogéneos, con el fin de favorecer la complementariedad de habilidades y el trabajo colaborativo.

Proyecto Compartir para Crecer

La participación de las familias es fundamental en el desarrollo integral de las niñas y niños. Esto, lo tienen muy arraigado las madres, padres y apoderados del Jardín Infantil, quienes participan activamente en las diferentes actividades organizadas en el establecimiento, que se da por el proyecto asignado.

En este contexto, durante toda la semana y en conjunto con el personal del establecimiento se dieron la tarea de brindarles a sus hijas e hijos experiencias educativas en torno al cuidado y protección del medioambiente. Una de ellas, y la más aplaudida fue la reutilización de ropa confeccionada con materiales reciclados, utilizando jeans en desuso y camisas, vestidos, entre otros.

Objetivo

Reutilización de ropa de niños y niñas 2 a 5 años del municipio de Tame, Arauca.

- Objetivo del proyecto.

Ayudar a la comunidad, brindando apoyo en la recolecta de la ropa

- ¿En qué consiste el proyecto?

Será la recolección de ropa semi usada mediante un evento organizado con la comunidad se adecuará un espacio para acomodar la ropa y escogerla se recibirá cualquier tipo de ropa que

nos puedan dar de forma voluntaria en el evento, se escogerá por su calidad las que se puedan acumular.

- ¿Cuál será su alcance o impacto?

Su impacto será en ayudar en los jardines con la ropa seleccionada a los niños de bajos recursos de 2 a 5 años.

- ¿Por qué resulta innovador?

Existen mucho microbasural a nivel país donde hay muchas toneladas de ropa en la basura este proyecto generará mucha colaboración del mundo público como colecta, ayudará a disminuir la contaminación que genera la ropa.

Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo del proyecto “Compartir para Crecer” es una herramienta fundamental para garantizar su posicionamiento, sostenibilidad y alcance dentro de la comunidad. A través de este, se definen las estrategias necesarias para dar a conocer el servicio de reutilización de ropa infantil, atraer tanto a donantes como a beneficiarios, y fortalecer la participación de las familias en la iniciativa.

En un entorno donde las familias de bajos recursos buscan alternativas económicas para cubrir las necesidades de sus hijos, resulta indispensable diseñar estrategias de mercadeo que no solo promuevan el servicio, sino que también transmitan el valor social y ambiental del proyecto. En este orden de ideas, el plan de mercadeo integra acciones de comunicación tradicionales y digitales, adaptadas al contexto comunitario, con el fin de generar confianza, visibilidad y sentido de pertenencia.

Por otra parte, el plan de mercadeo permite identificar el mercado objetivo, analizar la competencia, establecer alianzas estratégicas y definir un presupuesto acorde a las capacidades del emprendimiento. Todo esto contribuye a consolidar un modelo organizado y sostenible que facilite la conexión entre quienes donan prendas y quienes las necesitan, promoviendo una cultura de consumo responsable y solidaridad.

Dicho todo esto podemos decir que este plan de mercadeo se enfoca a fortalecer el impacto del proyecto “Compartir para Crecer”, posicionándolo como una alternativa viable, innovadora y socialmente responsable dentro de la comunidad.

Descripción del Producto o Servicio Incluyendo la Marca y Logo

El proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer” se fundamenta en la creación de un servicio comunitario de reutilización de ropa infantil, dirigido a niños y niñas entre los 2 y 5 años. Su propósito principal es brindar acceso a vestuario en buen estado a precios solidarios, al mismo tiempo que se promueve la sostenibilidad ambiental y el fortalecimiento de la solidaridad dentro de la comunidad.

Este servicio funciona a través de un sistema organizado que inicia con la recolección de prendas infantiles donadas por familias de la misma comunidad o de otros sectores.

Posteriormente, estas prendas pasan por un proceso de clasificación, limpieza, selección y adecuación, garantizando que cumplan con condiciones óptimas de calidad e higiene.

Finalmente, son ofrecidas en un espacio tipo tienda comunitaria, donde las familias pueden adquirirlas a precios accesibles o mediante intercambios solidarios.

A diferencia de las donaciones tradicionales, “Compartir para Crecer” propone un modelo de venta solidaria, el cual permite a las familias acceder a la ropa de manera digna, organizada y sin generar estigmatización. Este enfoque contribuye no solo a la economía familiar, sino también al desarrollo de valores como el consumo responsable, la empatía y la corresponsabilidad social.

Propuesta de Valor

El proyecto “Compartir para Crecer” ofrece a la comunidad un servicio de acceso a ropa infantil en buen estado, previamente seleccionada y adecuada, a precios solidarios. Su propuesta de valor se centra en brindar una alternativa económica y sostenible que permita a las familias reducir los gastos asociados al vestuario infantil, especialmente en etapas de rápido crecimiento como la de los niños entre 2 y 5 años.

Además, el proyecto promueve la reutilización de prendas bajo un enfoque de economía circular, contribuyendo a la disminución del impacto ambiental generado por los residuos textiles. De igual manera, fortalece valores sociales como la solidaridad, la empatía y el apoyo comunitario, al fomentar la participación de las familias tanto en la donación como en la adquisición responsable de las prendas.

Características Principales del Servicio

El servicio de “Compartir para Crecer” se caracteriza por ser un sistema organizado, solidario y sostenible, que incluye diversas etapas para garantizar su adecuado funcionamiento. En primer lugar, se realiza la recolección organizada de ropa infantil en buen estado, proveniente de donaciones de las familias. Posteriormente, las prendas pasan por un proceso de clasificación según talla, tipo y condiciones de uso.

Asimismo, se implementa un control de calidad e higiene que asegura que todas las prendas estén limpias y aptas para su reutilización. El servicio también contempla la adecuación de un espacio físico tipo tienda comunitaria, donde la ropa es exhibida de manera ordenada, facilitando su acceso a las familias.

Finalmente, las prendas son ofrecidas a precios bajos o mediante intercambios solidarios, permitiendo una compra digna y accesible. Los recursos obtenidos son reinvertidos en el fortalecimiento del proyecto y en actividades comunitarias, garantizando así su sostenibilidad en el tiempo.

Marca “Compartir para Crecer”

El nombre de la marca refleja el enfoque social del proyecto, ya que integra dos conceptos fundamentales:

“Compartir”: Representa la solidaridad, la cooperación y el apoyo entre las familias.

“Crecer”, Hace referencia tanto al crecimiento físico de los niños como al desarrollo social, económico y ambiental de la comunidad.

La marca transmite un mensaje de unión, empatía y progreso colectivo, posicionándose como una iniciativa que no solo cubre una necesidad básica, sino que también genera impacto positivo en el entorno.

Logo

Figura 6

Logo Del Emprendimiento “Compartir Para Crecer”



Nota. Se observa el logo característico de nuestro proyecto, con sus colores cálidos y agradables.

Mercado Objetivo

Este proyecto se basa en la reutilización de ropa infantil en el municipio de Tame, con el objetivo general de analizar los factores que inciden en el posicionamiento de las marcas regionales de prendas para niños y niñas dentro de este contexto local. Como objetivos específicos, se plantea identificar las marcas presentes en el municipio, describir las acciones comunicativas que realizan para visibilizar sus productos, reconocer los eventos comunitarios en los que participan para la recolección de ropa y determinar el impacto de la gestión de la comunicación de marketing en su posicionamiento.

Este enfoque contribuye a la disminución de gastos en los hogares de Tame, donde muchas familias enfrentan limitaciones económicas, y al mismo tiempo fortalece valores como la solidaridad, el consumo responsable y la corresponsabilidad comunitaria, generando beneficios económicos, sociales y ambientales en el entorno local.

El proyecto se centra en la investigación del mercado de ropa infantil en Tame, especialmente en las preferencias y necesidades de niños y niñas entre 2 y 5 años de edad. Asimismo, busca comprender las dinámicas de consumo de las familias del municipio, en particular aquellas de bajos recursos, con el fin de aportar información útil para el desarrollo de iniciativas comunitarias sostenibles.

La investigación se llevará a cabo mediante encuestas aplicadas a familias residentes en Tame, lo que permitirá identificar hábitos de consumo, niveles de conocimiento sobre la reutilización de ropa y disposición a participar en este tipo de iniciativas. Los resultados evidencian que una parte significativa de las familias del municipio desconoce programas formales de reutilización de ropa infantil, lo que posiciona al proyecto “Compartir para Crecer” como una propuesta innovadora y pertinente dentro de la comunidad.

En este sentido, se propone fortalecer estrategias de marketing local, como el uso de redes sociales, perifoneo, alianzas con instituciones educativas y participación en ferias o eventos comunitarios, para promover la recolección y reutilización de prendas. Esto permitirá consolidar el proyecto en Tame, logrando un mayor impacto social y mejorando la calidad de vida de las familias beneficiarias.

Competidores

Competencia Directa

Tabla 4

Resumen De La Competencia Directa.

Competidor	Descripción	Ventaja vs. CpC	Desventaja vs. CpC
Tiendas de ropa usada ("Cacharrereros" / "Segundas")	Negocios informales que venden ropa usada a bajo precio	Mayor variedad de tallas y prendas	Sin enfoque comunitario ni educativo; calidad variable; sin control higiénico riguroso
Plataformas digitales (Facebook Marketplace, OLX)	Compraventa entre particulares de ropa infantil usada	Mayor alcance geográfico	Sin organización, sin control de calidad, desconfianza entre desconocidos
Ferias de pulgas y mercados populares	Eventos esporádicos de venta de artículos usados	Precios muy bajos	Irregulares, sin enfoque en primera infancia, sin sostenibilidad
Donaciones informales entre familias	Intercambio directo de ropa entre conocidos o en grupos de WhatsApp	Costo cero para quien recibe	Desorganizado, limitado, sin acceso equitativo ni proceso de calidad

Nota. Se identifican las ventajas y desventajas de la competencia directa.

Competencia Indirecta

Tabla 5

Resumen De La Competencia Indirecta.

Competidor	Tipo
Tiendas de ropa infantil nueva (Offcorss, EPK, Patprimo)	Ropa nueva a mayor precio; diferente segmento, pero compite por el mismo presupuesto familiar
Grandes superficies (Falabella, Alkosto, D1)	Venta de ropa infantil nueva a precios medios; compite por el presupuesto del hogar
Programas sociales estatales (ICBF, caja de compensación)	Entregan dotaciones a poblaciones vulnerables; compiten por el mismo beneficiario, pero de forma asistencialista

Nota. Se identifico la competencia indirecta del proyecto.

Ventaja Competitiva de Compartir para Crecer

Tabla 6

Ventaja Competitiva.

Factor diferenciador	Detalle
Enfoque comunitario	Opera dentro de la misma institución educativa, generando confianza y cercanía
Control de calidad riguroso	Clasificación, lavado y adecuación de todas las prendas antes de la venta
Modelo digno (no asistencialista)	Venta a precio simbólico, no donación gratuita, promoviendo autonomía familiar
Propósito social y ambiental	Educación en valores, economía circular y reducción de residuos textiles
Reinversión social de utilidades	Los ingresos retornan a la comunidad en actividades pedagógicas

Nota. Se identifico la ventaja competitiva del proyecto frente a la competencia directa e indirecta.

Aliados Estratégicos

Comunidad Educativa y Familias

Familias donantes son las familias de la misma comunidad de estratos medio y bajo, la idea es fomentar la donación de prendas de sus hijos de 2 a 5 años quienes han dejado de usar debido a su rápido crecimiento.

Familias de sectores con mayor solvencia, estratos altos, el proyecto contempla vincular a comunidades con mejores condiciones socioeconómicas para sensibilizarlas y que actúen como donantes constantes de ropa de alta calidad.

Familias beneficiarias, actúan como aliados activos al participar en el modelo de venta solidaria, evitando el asistencialismo, es decir la entrega gratuita como una especie de caridad tradicional que puede llevar a una dependencia del beneficiario. Por tal razón se busca la venta solidaria a bajo costo, dignidad del acceso y corresponsabilidad.

Instituciones

Jardines infantiles, son los espacios donde se detecta la necesidad y donde los padres participan activamente en actividades organizadas.

Comunidades educativas: El proyecto se enfoca en generar un impacto dentro de este contexto para facilitar la logística de recolección y distribución.

Sectores Económicos

Industrias textiles, escalando el modelo a un mayor alcance, el suministro de la “materia prima” a gran escala permite contar con prendas de saldos que no fueron vendidos y se cumple con uno de los objetivos de nuestro proyecto y es la gestión de residuos textiles mitigando el impacto medioambiental.

Almacenes, al contar con un flujo constante de prendas nuevas o seminuevas se garantiza un inventario variado y de calidad para la venta solidaria.

Sector Público y Social

Entidades públicas, el proyecto puede generar colaboración con el mundo público para actividades como colectas organizadas.

Organizaciones de apoyo, importantes para buscar respaldo y recursos adecuados para los retos de planificación y sostenibilidad, entre ellos:

UNAD, proporciona el marco metodológico y la asesoría técnica.

Cámaras de comercio, ayuda con la formalización y la creación de un sistema organizado que evite el proyecto sea una iniciativa informal.

Asesores en logística inversa, entidades que enseñen a gestionar la recolección y clasificación de textiles de manera eficiente.

Entidades para la gestión financiera, como las ONGs y Fundaciones que pueden aportar capital semilla o recursos físicos (estantes, espacios) para la sostenibilidad del proyecto.

Aliados en reinversión social, están por ejemplo los profesionales y talleristas voluntarios, servicios que se ofrecen como psicología, nutricionistas para brigadas de salud; colaborando con el destino de los fondos recaudados, para mejorar infraestructura o actividades pedagógicas para padres y niños.

Medios de comunicación, ayudan a difundir las campañas de recolección y ferias solidarias, atrayendo tanto a donantes como compradores.

Estrategias de Mercadeo Tradicionales y Digitales

Estrategias de Mercadeo Tradicionales

Para el posicionamiento de nuestro proyecto “Compartir para Crecer” dentro de la comunidad, se implementarán estrategias de mercadeo tradicionales enfocadas en el contacto directo con las familias, en la difusión de la iniciativa y teniendo como ejemplo que, en promedio las prendas tengan un valor de 10.000 pesos por unidad, podemos argumentar lo siguiente.

Primero, se diseñarán y distribuirán tarjetas informativas que contengan los datos principales del proyecto, como nombre, propósito, servicios ofrecidos, medios de contacto y ubicación. Estas tarjetas permitirán dar a conocer la iniciativa de manera práctica y facilitarán la comunicación con posibles donantes y beneficiarios, alcanzando aproximadamente 300 familias, de las cuales se espera que al menos un 20% (60 familias) muestren interés en el proyecto. De estas, se proyecta que al menos 30 familias accedan a prendas, generando un ingreso estimado de \$300.000 mensuales.

Después, se elaborarán carteleras informativas que serán ubicadas en espacios estratégicos como jardines infantiles, instituciones educativas y zonas cercanas a estos. Estas carteleras incluirán información clara sobre el funcionamiento del proyecto, beneficios, fechas de jornadas y formas de participación, con el fin de captar la atención de la comunidad, logrando un impacto visual estimado de 200 personas mensuales. Se espera que al menos 20 personas se conviertan en usuarios activos, generando ingresos aproximados de \$200.000 mensuales.

Por último, se realizarán jornadas casa a casa, en las cuales el equipo del proyecto visitará a las familias para socializar la propuesta, explicar su impacto social y ambiental, e incentivar la participación mediante la donación de ropa infantil en buen estado. Esta estrategia permitirá generar confianza, fortalecer el vínculo comunitario y aumentar la recolección de prendas,

contactando alrededor de 100 hogares y obteniendo al menos 40 donaciones. Se estima que estas donaciones permitirán beneficiar a 40 familias, generando ingresos aproximados de \$400.000 mensuales.

Adicionalmente, se contempla como apoyo la difusión mediante una cuña o anuncio en la emisora local, lo cual permitirá ampliar el alcance del proyecto dentro de la comunidad, llegando a aproximadamente 500 personas y fortaleciendo el reconocimiento de la iniciativa. Se proyecta que al menos 25 personas accedan al servicio, generando ingresos cercanos a \$250.000 mensuales.

Estrategias de Mercadeo Digitales

Con el fin de ampliar el alcance del proyecto “Compartir para Crecer” y facilitar la interacción con la comunidad, se implementarán diversas estrategias de mercadeo digital apoyadas en el uso de redes sociales y canales de comunicación directa.

Primero, se crearán perfiles oficiales en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, con el objetivo de generar visibilidad y posicionamiento del proyecto. Por medio de estas redes se publicará contenido relacionado con la información general del servicio, las prendas disponibles, la ubicación, jornadas de recolección y testimonios de las familias beneficiadas, lo que permitirá generar confianza y credibilidad en la comunidad, alcanzando entre 1.000 y 2.000 personas mensuales y logrando al menos 100 seguidores activos en la fase inicial. Se estima que al menos 30 usuarios realicen adquisiciones, generando ingresos aproximados de \$300.000 mensuales.

Después, se implementará el uso de publicidad paga en redes sociales, lo cual permitirá segmentar el público objetivo y alcanzar a un mayor número de personas dentro del área de influencia del proyecto, especialmente familias con niños en edades tempranas, incrementando el

alcance en aproximadamente un 50% y favoreciendo la captación de nuevos donantes. Se proyecta que esta estrategia genere al menos 40 clientes adicionales, con ingresos cercanos a \$400.000 mensuales.

Por último, se creará un canal de difusión mediante WhatsApp, el cual funcionará como medio directo de comunicación con los usuarios. A través de este canal se compartirán novedades, disponibilidad de prendas, promociones y fechas de actividades. También se habilitarán números de atención para que las familias puedan realizar consultas, apartar prendas y recibir información personalizada, logrando mantener interacción directa con aproximadamente 80 usuarios activos. Se estima que al menos 35 de estos usuarios realicen compras, generando ingresos aproximados de \$350.000 mensuales.

Presupuesto

Es la cantidad mínima de dinero que se necesita para poner en marcha el proyecto “compartir es crecer” como se detalla a continuación en la tabla 7.

Tabla 7

Presupuesto General Para El Lanzamiento Proyecto

Presupuesto	
Item	Valor
Tarjetas por 500 unidades	100.000 \$
Anuncio en redes sociales por 3 unidades	60.000 \$
Cartelera informativa por 5 unidades	50.000 \$
Insumos para visitas casa a casa	30.000 \$
Publicidad en la emisora por unidad	25.000 \$
Estantes para colgar ropa x 3	3.000.000 \$
Ganchos de ropa por 100 unidades	110.000 \$
Lavadora y secadora pequeña.	1.500.000 \$
Insumos para lavar y desinfectar por mes	100.000 \$
Renta del local por mes	400.000 \$
Adecuación del local (pintura, avisos, etc.)	500.000 \$
Recibos (agua, luz, internet) por mes	150.000 \$
Logo llamativo	120.000 \$
Gastos de administración al mes	50.000 \$
Jornada de donación y recolección de ropa.	100.000 \$
Evento de apertura	200.000 \$
Recurso humano mensual (medio tiempo)	900.000 \$
Total	7.395.000 \$

Nota. Presupuesto mínimo para poner en marcha el proyecto social.

Modelo de Negocio

El modelo de negocio constituye un elemento fundamental en la estructuración del proyecto “Compartir para Crecer”, ya que permite definir de manera clara cómo se crea, entrega y genera valor dentro de la iniciativa. En este capítulo se presenta la construcción del modelo a partir de la herramienta (Canvas), la cual facilita la organización de los componentes estratégicos, operativos y financieros del emprendimiento social.

En este orden de ideas, nuestro proyecto se orienta a dar respuesta a la problemática de los altos costos del vestuario infantil en familias con niños entre los 2 y 5 años, mediante la implementación de un sistema organizado de reutilización de ropa. A través de este enfoque, se busca no solo reducir los gastos familiares, sino también promover prácticas de consumo responsable y contribuir a la disminución del impacto ambiental asociado a los residuos textiles.

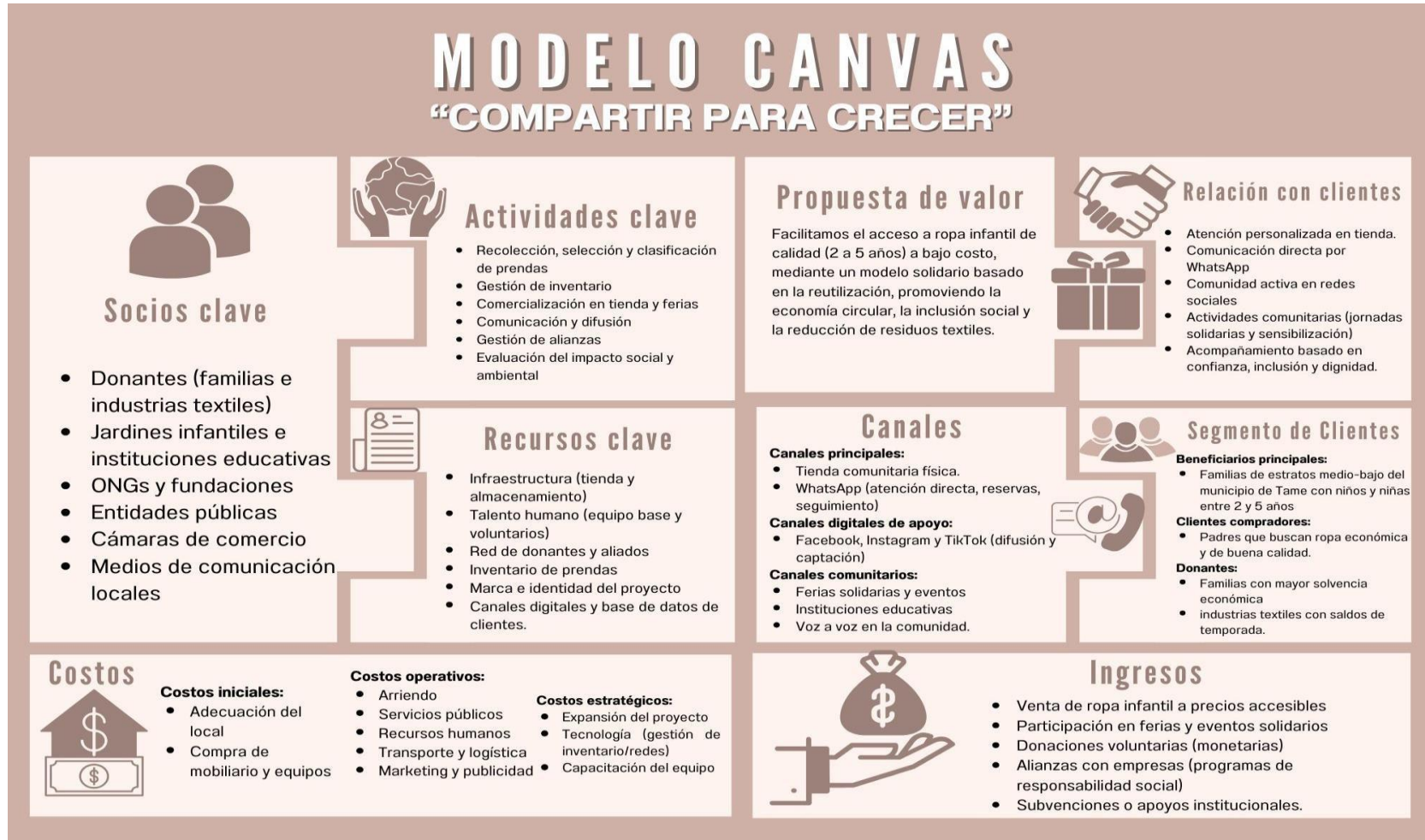
El modelo de negocio que proponemos se fundamenta en principios de economía circular y economía solidaria, integrando a la comunidad como actor principal en el proceso, tanto en la donación como en la adquisición de prenda, también se destaca su enfoque no asistencialista, basado en la venta solidaria a precios accesibles, lo que permite garantizar un acceso digno y fomentar la sostenibilidad del proyecto.

A continuación, se presentamos el modelo Canvas del proyecto, junto con la descripción de cada uno de sus bloques, con el fin de evidenciar la coherencia y viabilidad de la propuesta como una alternativa de emprendimiento social en el contexto local.

Modelo de Negocio Canvas

Figura 7

Modelo De Negocio.



Nota. Se expone cada uno de los 9 bloques que componen el modelo CANVAS.

Descripción de Cada Uno de sus Bloques

Socios Clave

Este bloque identifica a los actores que apoyan y hacen posible el desarrollo del proyecto. Está conformado por donantes como familias e industrias textiles que aportan prendas, así como jardines infantiles, instituciones educativas, ONG, entidades públicas, cámaras de comercio y medios de comunicación locales. Estos aliados contribuyen con recursos, difusión y respaldo institucional, fortaleciendo el alcance y la sostenibilidad del proyecto.

Las Actividades Clave y los Recursos Clave

A partir del proyecto “Compartir para Crecer”, las actividades clave y los recursos clave no surgen de manera aislada, sino que son consecuencia directa de tres elementos centrales del modelo:

- La problemática identificada (gastos en vestuario infantil).
- La solución propuesta (reutilización solidaria organizada).
- La estructura operativa del modelo de negocio.

Las actividades clave como la gestión y preparación de prendas surgen directamente del proceso operativo del proyecto, donde se establece que las prendas pasan por las etapas de recolección, clasificación, limpieza, control de calidad y etiquetado; esto responde a una necesidad detectada en la comunidad, que es generar confianza en la ropa reutilizada (la higiene y la calidad).

Esta actividad no es opcional, sino esencial para garantizar la aceptación del servicio y la diferenciación frente a donaciones informales.

La comercialización y distribución solidaria, nade de la propuesta de valor del proyecto, que no es regalar ropa, sino venderla a precios accesibles. Responde a dos hallazgos del

diagnóstico que son: evitar el asistencialismo y permitir el acceso digno a las familias, por eso se define la tienda comunitaria, las ferias solidarias y los intercambios. Esta actividad conecta directamente con las fuentes de ingreso y la sostenibilidad financiera del modelo.

La comunicación y relacionamiento comunitario surge del enfoque social del proyecto y del uso de Design Thinking, especialmente en la etapa de empatía. Se identificó que el proyecto depende de la participación de las familias donantes, la confianza de compradores, la apropiación comunitaria; por eso se requieren actividades como las campañas de sensibilización, redes sociales y contacto directo (casa a casa, WhatsApp), esto se evidencia en las estrategias de mercadeo y las alianzas con comunidad educativa.

La gestión estratégica y sostenibilidad del proyecto surge del hecho de que el proyecto no es solo social, sino también organizacional y sostenible que se requiere de la administración de recursos, gestión de aliados, control de costos y la reinversión; ligado directamente a el modelo de negocio sostenible y el CANVAS, ya que se menciona la necesidad de organización administrativa para garantizar la continuidad.

Los recursos clave como la infraestructura y recursos operativos surgen de la necesidad de ejecutar físicamente el modelo como el espacio tipo tienda, estantes, ganchos, lavadora y secadora. Esto proviene directamente de la actividad de preparación y exhibición de prendas, relación directa con el presupuesto del proyecto.

El talento humano y red de apoyo surge del carácter comunitario colaborativo del proyecto que contiene el equipo base, los voluntarios, las familias y los aliados; sin estas personas el modelo no funciona porque no habría donaciones, no habría operación ni confianza; está ligado a los socios clave del CANVAS.

Los activos intangibles y conocimiento provienen del desarrollo metodológico del proyecto como son los conocimientos en economía circular, aprendizaje del Design Thinking, la marca e identidad del proyecto y la confianza comunitaria. Estos recursos son clave por que diferencian el proyecto de un negocio de ropa usada común.

En cuanto a los recursos financieros y gestión de la información surgen de la necesidad de sostener el modelo en el tiempo como es la inversión inicial, los ingresos por ventas, el control de costos y la base de datos de los usuarios, sin estos recursos el proyecto no escala y no se mantiene. Está presente en el presupuesto y en el flujo de ingresos.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor responde a la pregunta: ¿por qué una familia elegiría "Compartir para Crecer" en lugar de otra opción?

El valor económico es el más evidente: una prenda nueva para niño puede costar entre \$30.000 y \$80.000 en el comercio regular. En "Compartir para Crecer" cuesta \$10.000, lo que representa un ahorro de entre el 67% y el 87%. Para una familia de ingresos medios-bajos que necesita renovar el guardarropa de un niño en crecimiento varias veces al año, este ahorro es significativo. Pero el valor no es solo económico. El valor social se manifiesta en que las familias acceden a la ropa de forma digna, organizada y sin estigmatización, a diferencia de las donaciones informales donde a veces se recibe lo que llega sin posibilidad de elegir. Aquí la familia puede seleccionar, comparar y comprar con autonomía, lo que preserva su dignidad. El valor ambiental también es relevante: cada prenda reutilizada es una prenda que no termina en un basurero. Considerando que la industria textil es la segunda más contaminante del mundo, el modelo de economía circular que propone el proyecto contribuye activamente a reducir el impacto ambiental desde la comunidad.

Relación con el Cliente

La relación con el cliente define cómo el proyecto se conecta, comunica y fideliza a sus dos tipos de usuarios: los compradores y los donantes.

Con los compradores la relación se construye sobre la confianza y la experiencia de compra. La tienda comunitaria debe ser un espacio acogedor, limpio y bien organizado donde la familia se sienta bienvenida. El trato debe ser cálido, respetuoso y sin juicios. El canal de WhatsApp permite que las familias consulten disponibilidad de tallas, aparten prendas o reciban avisos cuando llega nueva mercancía, lo que genera una relación más cercana y personalizada. Las redes sociales mantienen informada a la comunidad sobre novedades, jornadas y testimonios de familias beneficiadas, lo que construye comunidad y refuerza la confianza.

Con los donantes la relación se basa en el reconocimiento y la gratitud, es importante que el proyecto les comunique el impacto de su donación: cuántas familias se beneficiaron, cuántas prendas se procesaron, qué actividades se financiaron con los ingresos. Esto los motiva a seguir donando y a convertirse en embajadores del proyecto dentro de sus círculos sociales. Se pueden implementar pequeños reconocimientos simbólicos como menciones en redes sociales, certificados de participación o invitaciones a los eventos del proyecto.

El modelo en general evita el asistencialismo porque todos los usuarios tienen un rol activo: el donante da, el comprador adquiere con dignidad, y ambos son corresponsables del funcionamiento del ciclo. Esto crea sentido de pertenencia y comunidad alrededor del proyecto.

Canales

Los canales son los medios a través de los cuales el proyecto llega a sus segmentos y entrega su propuesta de valor.

Los canales digitales son fundamentales para llegar a familias jóvenes que usan el celular como principal medio de información. Facebook es la red más usada en municipios intermedios como Tame, ideal para publicar fotos de prendas disponibles, testimonios y fechas de jornadas. Instagram permite mostrar visualmente las prendas de forma atractiva y llegar a un público más amplio. TikTok es útil para generar contenido creativo y viral que puede atraer donantes de otras ciudades. El canal de WhatsApp es el más efectivo para la atención directa: permite apartar prendas, resolver dudas y mantener una relación personalizada con los usuarios activos. La publicidad paga en estas plataformas, con una inversión mínima, permite segmentar y llegar específicamente a madres y padres de familia en el área de influencia del proyecto.

Los canales tradicionales son igualmente importantes en el contexto local. Las tarjetas informativas distribuidas en jardines infantiles, tiendas y puntos de alta concurrencia llegan a personas que no usan redes sociales. Las carteleras en espacios educativos generan visibilidad constante ante una audiencia relevante. Las visitas casa a casa son el canal más efectivo para generar confianza, porque permiten explicar el proyecto de forma personalizada y resolver dudas en el momento. La cuña en la emisora local llega a un público amplio, incluyendo personas mayores que pueden ser donantes o que tienen familiares que podrían beneficiarse. Las ferias y eventos comunitarios son oportunidades para hacer presencia física del proyecto, vender directamente y captar nuevos donantes.

La combinación estratégica de canales digitales y tradicionales garantiza que el proyecto llegue a todos los segmentos, sin excluir a quienes tienen menor acceso a tecnología.

Segmento de Clientes

Entender bien a quién va dirigido el proyecto es fundamental para diseñar estrategias efectivas.

El segmento beneficiario está compuesto por familias del municipio de Tame, Arauca, con niños y niñas entre 2 y 5 años, de estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, son familias que tienen ingresos limitados, donde el presupuesto mensual se distribuye cuidadosamente entre alimentación, educación, servicios y vestuario. Para estas familias, el gasto en ropa infantil representa una presión recurrente porque los niños crecen rápido y las prendas quedan pequeñas en pocos meses. Son familias que valoran la calidad, pero no siempre pueden pagarla, y que están dispuestas a acceder a ropa usada en buen estado si el proceso les genera confianza y dignidad.

El segmento donante local son familias de la misma comunidad que ya pasaron por la etapa de hijos pequeños y tienen prendas almacenadas que ya no se usan. Muchas de ellas no saben qué hacer con esa ropa: no la quieren botar, pero tampoco tienen a quién dársela de forma organizada. El proyecto les ofrece una solución concreta y con impacto social, lo que las motiva a participar.

El segmento donante externo son familias de estratos más altos, dentro o fuera de Tame, que tienen prendas de mayor calidad y en mayor cantidad. Para llegar a este segmento se requiere una estrategia de sensibilización más elaborada, posiblemente a través de redes sociales o alianzas con colegios privados o empresas.

El segmento institucional incluye jardines infantiles, empresas y organizaciones que pueden hacer donaciones colectivas o campañas de recolección masiva, lo que garantiza un flujo constante de inventario.

La Estructura de Costos

incluye todos los gastos necesarios para su puesta en marcha y operación, en primer lugar, se contemplan los costos de adecuación del espacio físico, así como la adquisición de mobiliario y equipos básicos como estantes, ganchos, lavadora y secadora, necesarios para el manejo adecuado de las prendas, también, se incluyen los costos operativos recurrentes, como los servicios públicos (agua, energía e internet) y los insumos de limpieza y desinfección, fundamentales para garantizar la calidad e higiene del servicio, de igual manera, se integran los gastos asociados a las estrategias de marketing y publicidad, tanto en medios tradicionales como digitales, así como los costos logísticos relacionados con el transporte y la organización de jornadas comunitarias, por último, se consideran los costos del recurso humano encargado de la operación del proyecto, dicho esto podemos concluir que, la adecuada gestión de la estructura de costos permite optimizar los recursos disponibles y, en relación con los ingresos generados, garantizar la sostenibilidad financiera del modelo sin afectar su enfoque social.

Las Fuentes de Ingreso

El proyecto adopta un modelo de monetización híbrido, cuya principal fuente corresponde a la venta solidaria de prendas infantiles a precios accesibles, ajustados a las condiciones socioeconómicas de la población objetivo, lo que permite a las familias acceder a vestuario en buen estado a bajo costo, al tiempo que genera ingresos para la operación del proyecto, también, se contemplan ingresos provenientes de jornadas especiales, como ferias solidarias y ecológicas, que fortalecen la visibilidad de la iniciativa, Asimismo, cabe resaltar que los ingresos generados no tienen fines lucrativos, sino que son reinvertidos en el mismo proyecto, permitiendo cubrir los costos operativos, mejorar su funcionamiento y garantizar su sostenibilidad en el tiempo, en coherencia con su enfoque social.

Proyección Operativa y Financiera

Evaluación Operativa

Tamaño y Capacidad del Proyecto

Demanda Estimada y Capacidad Necesaria para Atenderla. Teniendo en cuenta el tamaño de nuestro proyecto “Compartir para crecer”, podemos decir que es una iniciativa de escala local o municipal inicialmente, con una proyección de crecimiento progresivo a medida que se fortalezca la participación comunitaria y se consoliden las alianzas estratégicas. Inicialmente, se estimamos una cobertura de entre 450 y 550 familias mensuales, cifra que podemos alcanzar si ejecutamos nuestras estrategias de mercadeo digitales y tradicionales, donde se evidencia que podemos llegar a tener un interés significativo por parte de la comunidad tanto en la donación como en la adquisición de prendas. Dicho esto podemos concluir que la capacidad operativa de nuestro proyecto está determinada por la cantidad de prendas que podemos recolectar, procesar y comercializar mensualmente, en este orden de ideas, podemos proyectar una capacidad de manejo de entre 900 y 1100 prendas mensuales, considerando factores como la disponibilidad de donaciones, el espacio físico, el recurso humano y el tiempo de procesamiento de las prendas.

Relación Entre Capacidad Instalada y Número de Beneficiarios. La relación entre la capacidad instalada y el número de beneficiarios consideramos que es la adecuada, ya que cada familia puede adquirir en promedio entre dos y cinco prendas por mes aproximadamente (esto dependerá de la cantidad de hijos entre 2 y 5 años que tengan), lo que permite garantizar una cobertura eficiente sin generar desabastecimiento, ya que cuando una familia vuelva por su segunda prenda del mes se le recibirá la primera prenda como parte de pago o se le asignará un descuento (depende del estado de la prenda) y así sucesivamente. De esta manera, el proyecto

logra equilibrar la oferta y la demanda, optimizando los recursos disponibles y asegurando la sostenibilidad operativa.

Tecnología Utilizada y Pertinencia Social/Ambiental. En cuanto a la tecnología utilizada en nuestro proyecto podemos encontrar herramientas básicas pero funcionales, tales como lavadora y secadora para garantizar la higiene de las prendas, estanterías para la organización del inventario, teléfono móvil para el uso de plataformas digitales como redes sociales y WhatsApp para la comunicación con los usuarios, porque estas herramientas son necesarias desde el punto de vista social- ambiental, ya que permiten asegurar la calidad del servicio, fortalecer la confianza de los usuarios y promover prácticas de consumo responsable alineadas con la economía circular.

Tabla 8

Capacidad Instalada

Concepto	Unidad	Valor
Área total	m ²	70
% de utilización	%	80.0%
Capacidad máxima	Unidades/servicios	1100

Nota. Capacidad máxima de producción mensual.

Proceso Productivo o de Prestación del Servicio

Explique el proceso completo. Puede apoyarse de algún diagrama de procesos productivos.

Recolección de prendas: El proceso inicia con la recolección de ropa infantil donada por las familias de la comunidad o de sectores aliados. Estas prendas deben estar en buen

estado y son entregadas de manera voluntaria, constituyéndose como la materia prima del proyecto.

Lavado, secado y desinfección: Una vez recolectadas, las prendas pasan por un proceso riguroso de limpieza que incluye lavado, secado y desinfección. Esta etapa es fundamental para garantizar condiciones óptimas de higiene, generando confianza en los usuarios y asegurando la calidad del servicio.

Clasificación de prendas: Posteriormente, la ropa es clasificada según criterios como talla, tipo de prenda (camisetas, pantalones, vestidos, etc.) y estado de conservación. Este proceso permite organizar adecuadamente el inventario y facilitar su posterior distribución.

Etiquetado de precio solidario: En esta etapa se asigna un precio a cada prenda, teniendo en cuenta su estado y características. Los precios son solidarios, es decir, accesibles para las familias, permitiendo un equilibrio entre sostenibilidad financiera y beneficio social.

Organización en estantes: Las prendas ya clasificadas y etiquetadas son organizadas en estantes dentro de un espacio adecuado, simulando una tienda comunitaria. Esto permite que los usuarios puedan visualizar y seleccionar fácilmente los productos.

Venta o intercambio solidario: Las familias acceden a las prendas mediante compra a bajo costo o a través de intercambios de prendas previamente compradas o que no necesitan a las cuales se les asigna un valor que será descontado de su compra, esta dinámica promueve una experiencia digna, organizada y participativa, alejándose del asistencialismo tradicional.

Reinversión en el proyecto: Finalmente, los ingresos obtenidos son reinvertidos en el mismo proyecto. Estos recursos se destinan a cubrir costos operativos, mejorar la infraestructura, adquirir insumos y fortalecer las actividades sociales y comunitarias.

Figura 8

Diagrama De Proceso Productivo “Compartir Para Crecer”.



Nota. Se detalla el ciclo del proceso productivo del proyecto.

Recursos Operativos Requeridos

Identifique los recursos indispensables para operar el proyecto:

¿Qué Función Cumple Cada Recurso?

- Estantes: Permiten la organización, almacenamiento y exhibición de las prendas de manera ordenada dentro del espacio físico del proyecto, facilitando la clasificación por tallas y tipos de ropa.
- Lavadora: Se utiliza para realizar el proceso de limpieza de las prendas recolectadas, asegurando que todas estén en condiciones óptimas antes de ser entregadas a los usuarios.
- Secadora: Complementa el proceso de lavado, permitiendo el secado eficiente de las prendas en menor tiempo, independientemente de las condiciones climáticas.
- Ganchos: Permiten colgar las prendas en los estantes o exhibidores, facilitando su visualización y acceso por parte de los usuarios.
- Insumos de limpieza: Incluyen detergentes, desinfectantes y otros productos necesarios para el lavado y mantenimiento de las prendas.
- Personal: atención al cliente, lavado, secado, etiquetado y selección de prendas

¿Por Qué es Necesario para el Impacto Social?

- Estantes: Son fundamentales para garantizar una experiencia digna y organizada para las familias beneficiarias, ya que permiten simular un entorno tipo tienda, evitando el desorden y fortaleciendo la percepción de calidad del servicio.
- Lavadora: Es clave para garantizar la higiene de la ropa reutilizada, lo cual genera confianza en las familias y elimina posibles barreras frente al uso de prendas de segunda mano.

- Secadora: Asegura continuidad en la operación del proyecto, permitiendo tener prendas disponibles de forma constante y en condiciones adecuadas para su uso.
- Ganchos: Contribuyen a la organización y presentación del servicio, lo que mejora la experiencia de compra y refuerza la dignidad del proceso, alejándolo del concepto de donación informal.
- Insumos de limpieza: Garantizan la calidad e higiene del servicio, lo cual es fundamental para la aceptación del proyecto por parte de la comunidad y para proteger la salud de los beneficiarios.
- Personal: es indispensable porque es quien se encarga de que el proceso productivo sea exitoso.

¿Es Compra, Alquiler o Aporte en Especie?

- Estantes: Compra (activo fijo necesario para la operación permanente).
- Lavadora: Compra (equipo esencial para el control de calidad del servicio).
- Secadora: Compra (equipo necesario para optimizar el proceso operativo).
- Ganchos: Compra (insumo operativo de uso continuo).
- Insumos de limpieza: Compra mensual (costo variable necesario para la operación).
- Personal: Aporte en especie (recurso indispensable para realizar el proceso operativo)

Tabla 9*Recursos Operativos (En Miles)*

Recurso	Tipo (equipo/infraestructura/insumo)	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Estantes	infraestructura	Única compra 3	1.000.000	3.000.000
Lavadora	equipo	única compra 1	800.000	800.000
Secadora	equipo	única compra 1	700.000	700.000
Ganchos	insumo	100	1.100	110.000
Limpieza	insumo	Mensual	100.000 - 200.000	100.000 - 200.000
Personal	Insumo humano	mensual	2.820.334	2.820.334
Total, para producir 1100 prendas mensuales				7.630.334

Nota. Cantidad de recursos necesarios para producir la capacidad máxima de prendas mensuales.

Evaluación Administrativa

La evaluación administrativa del proyecto "Compartir para Crecer" define la estructura organizacional que hará posible su operación, los procesos legales y preoperativos necesarios para su puesta en marcha y la justificación de su localización estratégica en el municipio de Tame, Arauca. Esta sección es fundamental para demostrar que el proyecto no solo tiene viabilidad social, sino también capacidad de gestión y administración coherente con sus objetivos.

Estructura Organizacional y Costo de Personal

El equipo ejecutor de "Compartir para Crecer" está conformado por cinco (5) personas vinculadas mediante contrato laboral a término fijo, en cumplimiento de la normatividad laboral colombiana vigente (Código Sustantivo del Trabajo, Decretos 1469 y 1470 de 2025). El Coordinador General se vincula en jornada completa con el Salario Mínimo Mensual Legal

Vigente 2026 (\$1.750.905); los cuatro responsables de área se vinculan en jornada de medio tiempo con salario proporcional de \$875.452 (0,5 SMMLV). Todos los trabajadores reciben auxilio de transporte conforme a la ley (\$249.095 tiempo completo; \$124.548 medio tiempo), y el proyecto asume el 100% de las prestaciones sociales y aportes de nómina: prima de servicios, cesantías, intereses sobre cesantías, vacaciones, aportes a salud (8,5%), pensión (12%), ARL (0,522%) y Caja de Compensación Familiar (4%). El costo total mensual de nómina para el empleador es de \$8.461.002. La estructura organizacional es plana y colaborativa: las decisiones estratégicas se toman de forma colectiva, mientras cada área tiene un responsable claramente definido.

Descripción del Equipo Ejecutor

Roles clave y responsabilidades: (1) Coordinación General (Oscar F. Portilla Villamizar): dirección estratégica del proyecto, coordinación del equipo, relacionamiento con aliados institucionales y representación legal ante entidades. (2) Logística y Operaciones (Doris del C. Zambrano Barrera): supervisión del proceso de recolección, lavado, clasificación, etiquetado e inventario de prendas; coordinación de voluntarios operativos. (3) Administración y Finanzas (Diana María Henao Quintero): registro contable, elaboración del flujo de caja, gestión de pagos y compras, e informes financieros mensuales. (4) Comunicación y Mercadeo (Yanais J. Barros Barranco): gestión de redes sociales, diseño de contenidos digitales, administración del canal de WhatsApp y estrategias de difusión en medios locales. (5) Impacto Social y Comunidad (José Luis Ochoa): coordinación de jornadas comunitarias, atención a familias beneficiarias, seguimiento de indicadores de impacto y articulación con jardines infantiles aliados.

Tipo de vinculación (laboral, prestación servicios, voluntariado): Los cinco integrantes del equipo se vinculan mediante contrato laboral a término fijo, en cumplimiento del Código

Sustantivo del Trabajo y la normatividad laboral colombiana vigente (Decretos 1469 y 1470 de 2025). Esta modalidad garantiza el pago de todas las prestaciones sociales de ley (prima de servicios 8,33%, cesantías 8,33%, intereses sobre cesantías 1%, vacaciones 4,17%), los aportes al sistema de seguridad social (salud 8,5% y pensión 12% a cargo del empleador), los aportes a riesgos laborales ARL (0,522% para riesgo clase I) y los aportes a la Caja de Compensación Familiar (4%). El proyecto, por tener menos de 10 trabajadores con salarios inferiores a 10 SMMLV, está exonerado de los aportes al SENA y al ICBF conforme al artículo 65 de la Ley 1819 de 2016. El factor prestacional total aplicado es del 46,85% sobre el salario base. El auxiliar operativo se vincula como voluntario comunitario reconocido mediante certificación de participación, sin que esto genere relación laboral.

Dedicación (tiempo completo/parcial): El Coordinador General trabaja en jornada completa. La jornada máxima legal en Colombia se encuentra en transición hacia las 42 horas semanales conforme a la Ley 2101 de 2021 (reducción gradual vigente en 2026), devengando 1 SMMLV (\$1.750.905). Los cuatro responsables de área se vinculan en jornada de medio tiempo (la mitad de la jornada ordinaria), con salario proporcional de \$875.452 (0,5 SMMLV), en cumplimiento del principio de proporcionalidad salarial. Todos los trabajadores reciben auxilio de transporte proporcional a su jornada (\$249.095 tiempo completo y \$124.548 medio tiempo), dado que sus salarios no superan los dos SMMLV, conforme a la normatividad vigente. El voluntario comunitario de apoyo dedica aproximadamente 8 horas semanales en jornadas de clasificación y atención al cliente, sin que ello configure relación laboral.

Tabla 10*Estructura Organizacional Y Costos De Personal*

Cargo	Funciones principales	Tipo de vinculación	Salario/Honorarios	Costo prestacional	Costo total mensual
Coordinador(a) General Oscar F. Portilla Villamizar	Dirección estratégica del proyecto; coordinación del equipo ejecutor; relacionamiento con aliados institucionales; representación legal; toma de decisiones operativas	Contrato laboral a término fijo Tiempo completo (48 h/semana) 1 SMMLV 2026	\$1.750.905	Prestaciones: \$820.334 Aux. transporte: \$249.095 Carga total: \$1.069.429	\$2.820.334
Resp. Logística y Operaciones Doris del C. Zambrano Barrera	Supervisar recolección de prendas; coordinar lavado, clasificación y etiquetado; control de inventario; gestión del espacio tienda; coordinación de voluntarios	Contrato laboral a término fijo Medio tiempo (24 h/semana) 0,5 SMMLV 2026	\$875.452	Prestaciones: \$410.167 Aux. transporte: \$124.548 Carga total: \$534.715	\$1.410.167
Resp. Administración y Finanzas Diana María Henao Quintero	Registro contable de ingresos y egresos; elaboración del flujo de caja mensual; gestión de pagos y compras; informes financieros al equipo; control del presupuesto	Contrato laboral a término fijo Medio tiempo (24 h/semana) 0,5 SMMLV 2026	\$875.452	Prestaciones: \$410.167 Aux. transporte: \$124.548 Carga total: \$534.715	\$1.410.167

Resp. Comunicación y Mercadeo Yanais J. Barros Barranco	Gestión de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok); diseño de piezas comunicativas; administración del canal de WhatsApp; estrategias de difusión; medios locales	Contrato laboral a término fijo Medio tiempo (24 h/semana) 0,5 SMMLV 2026	\$875.452	Prestaciones: \$410.167 Aux. transporte: \$124.548 Carga total: \$534.715	\$1.410.167
Resp. Impacto Social y Comunidad José Luis Ochoa	Coordinación de jornadas comunitarias; atención a familias beneficiarias; seguimiento de indicadores de impacto; articulación con jardines infantiles; gestión del voluntariado	Contrato laboral a término fijo Medio tiempo (24 h/semana) 0,5 SMMLV 2026	\$875.452	Prestaciones: \$410.167 Aux. transporte: \$124.548 Carga total: \$534.715	\$1.410.167
Auxiliar operativo de apoyo (Voluntario o comunitario)	Apoyo en clasificación y organización de prendas; apoyo en jornadas de recolección; atención al cliente en tienda	Voluntariado o comunitario o Reconocido con certificación de participación	\$0	No aplica	\$0
Estructura de costos totales mensuales (costo total empleador)		1 tiempo completo + 4 medios tiempos + 1 voluntario	\$5.252.713	Prestaciones + transporte: \$3.208.289	\$8.461.002

Nota. Se resumen los gastos mensuales correspondiente a nómina.

Procesos Preoperativos y Legales

Constitución legal, el proyecto operara inicialmente como iniciativa comunitaria no formal, vinculada a los jardines infantiles aliados de Tame. A partir del mes 7 se proyecta la constitucion como Asociacion Comunitaria sin animo de lucro (ESAL) ante la Camara de Comercio de Arauca. Estado actual: Pendiente - Fase preoperativa.

Licencias y permisos requeridos para operar de manera formal y transparente, el proyecto "Compartir para Crecer" debe gestionar los siguientes trámites antes o durante su primer año de funcionamiento: (1) Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN: trámite gratuito y obligatorio para identificar la actividad económica del proyecto ante las autoridades fiscales colombianas. Plazo estimado: 1 a 2 días hábiles. Estado actual: pendiente, se gestionará en la fase preoperativa. (2) Registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Arauca: necesario para formalizar la existencia legal del proyecto como persona jurídica. Costo estimado entre \$70.000 y \$150.000 según el valor de los activos declarados. Plazo: 3 a 5 días hábiles. Estado: pendiente. (3) Permiso de uso del suelo y funcionamiento del local ante la Alcaldía Municipal de Tame: requerido para operar legalmente en el inmueble arrendado. Trámite gratuito o de bajo costo. Plazo estimado: 15 a 30 días calendario. Estado: pendiente, sujeto a la firma del contrato de arrendamiento del local. (4) Concepto sanitario básico para el manejo de ropa y uso de lavadora en el local, expedido por la Secretaría de Salud Municipal de Tame: garantiza el cumplimiento de condiciones mínimas de higiene en el proceso de lavado y clasificación de prendas. Trámite gratuito. Plazo: 10 a 15 días. Estado: pendiente. (5) Registro de la marca comercial "Compartir para Crecer" ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): protege la identidad del proyecto frente a usos no autorizados y fortalece su posicionamiento institucional. Tasa oficial

vigente: \$784.000. Plazo: 6 a 12 meses. Estado: proyectado para el año 1. (6) Habilitación de perfiles corporativos en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp Business): requisito para operar los canales digitales del proyecto de forma profesional. Trámite gratuito. Estado: completado.

Seguros, en la fase inicial no se contrataran pólizas especializadas. Medidas de gestión del riesgo: (1) Seguro básico de responsabilidad civil del local incluido en el contrato de arrendamiento. (2) Sistema de registro físico de inventario para control de prendas. En la fase de consolidación (Año 2) se evaluará la contratación de un seguro de responsabilidad civil extracontractual y seguro de bienes para los equipos del proyecto.

Experiencia demostrable del equipo, el equipo fundador de "Compartir para Crecer" reúne competencias complementarias que garantizan una gestión integral del proyecto en sus dimensiones estratégica, operativa, financiera, comunicacional y social. Cada uno de sus integrantes cursó el Diplomado de Profundización en Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social de la UNAD (2026), lo que le otorga formación directa en diseño, evaluación y proyección de emprendimientos sociales; lidera la dirección estratégica y la evaluación operativa y financiera del proyecto. Los cinco integrantes aplicaron durante las fases 1 a 5 del Diplomado UNAD la metodología Design Thinking y el modelo Canvas al diseño integral de este emprendimiento social, lo que constituye la principal experiencia colectiva demostrable en gestión participativa de proyectos de innovación social con enfoque comunitario.

Localización del Proyecto

Razones territoriales, Tame es un municipio predominantemente rural del departamento de Arauca, con una población estimada de 60.000 habitantes distribuidos entre el casco urbano y sus veredas. La mayor parte de sus familias pertenece a los estratos 1, 2 y 3, donde el vestuario

infantil representa una carga económica relevante en el presupuesto mensual del hogar. El diagnóstico realizado en la fase de empatía del proyecto —mediante encuestas aplicadas a familias con niños entre 2 y 5 años— reveló que más del 70% de los encuestados considera que el gasto en ropa infantil afecta su economía familiar, y manifestó disposición a usar ropa infantil de segunda mano si esta se ofrece en buen estado, higienizada y a precio asequible.

Adicionalmente, en Tame no existe actualmente ninguna iniciativa comunitaria formal de reutilización de ropa infantil con control de calidad, proceso de higienización y enfoque no asistencialista, lo que ubica al proyecto en un nicho sin competencia directa organizada y con una demanda potencial amplia e insatisfecha. La presencia de jardines infantiles públicos, instituciones educativas, emisoras locales y organizaciones comunitarias activas en el municipio garantiza además un ecosistema de aliados estratégicos que facilita el posicionamiento y la sostenibilidad del proyecto en el territorio.

Acceso de beneficiarios, el local de la tienda comunitaria se ubicará en el sector urbano del municipio de Tame, en una zona de alta afluencia peatonal próxima a jardines infantiles, instituciones educativas y puntos de comercio cotidiano frecuentados por las familias del segmento objetivo. Los criterios de accesibilidad que guían esta decisión son los siguientes: (1) Proximidad a jardines infantiles: el local estará a menos de 10 minutos a pie desde los principales jardines infantiles aliados del sector urbano, permitiendo a madres, padres y cuidadores realizar una visita antes o después de llevar a sus hijos al jardín, sin alterar su rutina diaria. (2) Acceso en transporte: el sector cuenta con rutas de mototaxi y transporte informal accesibles desde los barrios de estratos 1, 2 y 3 del municipio, con tarifas de entre \$1.000 y \$2.000, lo que no representa una barrera económica significativa. (3) Horarios de atención adaptados: se establecerán dos jornadas diarias de atención, mañana (8:00 a.m. a 12:00 m.) y tarde (2:00 p.m. a

6:00 p.m.), para que las familias con diferentes horarios laborales o de cuidado puedan acceder al servicio sin dificultad. (4) Difusión activa del punto de atención: la ubicación exacta del local se comunicará de manera permanente a través del canal de WhatsApp del proyecto, carteleras físicas en jardines infantiles y colegios aliados, y publicaciones periódicas en redes sociales, asegurando que las familias beneficiarias conozcan y puedan ubicar el local sin inconvenientes. (5) Recolección domiciliaria para familias donantes: para quienes deseen donar prendas pero no puedan desplazarse hasta el local, se programarán jornadas de recolección domiciliaria en zonas específicas del municipio con previa difusión por WhatsApp, eliminando completamente la barrera de desplazamiento para este segmento y ampliando el flujo de materia prima del proyecto.

Articulación con actores locales, los jardines infantiles municipales (punto de recolección, difusión y captación de beneficiarios), colegios (campanias de sensibilización con familias de mayores ingresos), Alcaldía de Tame y Secretaría de Desarrollo Social (apoyo institucional y posible cofinanciación), emisora local (difusión de jornadas y campañas), Cámara de Comercio de Arauca (asesoría legal) y UNAD (marco metodológico y validación académica).

Evaluación Financiera

Estructura de Costos

- Fijos: No cambian con el nivel de producción. Construir una tabla por separado.
- Variables: Dependen del volumen. Construir una tabla por separado.
- Directos: Asociados directamente al producto/servicio. Construir una tabla por separado.
- Indirectos: Soportan la operación general. Construir una tabla por separado.

Tabla 11*Estructura De Costos Totales Mensuales*

Tipo de costo	Concepto	Justificación	Valor mensual
Fijo	Arriendo, salarios administrativos, seguros, software de gestión de servicios, servicios públicos	Estos costos se mantienen independientemente del comportamiento del mercado	\$8.177.314
Variable	Transporte, folletos, meriendas, volumen de donaciones.	Fluctúan de acuerdo con el nivel de actividad y participación comunitaria.	\$300.000
Directo	Insumos de limpieza, etiquetado, transporte operativo, mercadeo digital, bolsas y materiales de empaque	Costos directamente relacionados con el funcionamiento del servicio y procesamiento de prendas	\$350.000
Indirecto	Papelería y cafetería, mantenimientos, gastos bancarios	Gastos administrativos y apoyo que no participan directamente en el proceso de clasificación y venta de prendas.	\$300.000
	Total		\$9.127.314

Nota. Estructura De Costos Totales Mensuales. Elaboración propia (2026)

Proyección del Precio del Producto o Servicio

De acuerdo a esta proyección, se proyecta un costo unitario de la prenda así: Unidades proyectadas que se reconsideraron para obtener un margen mínimo del 15%= 1.074 prendas mensuales.

Costo Unitario del Producto/Servicio

Con el fin de determinar el costo unitario por prenda del proyecto Compartir para Crecer, dividimos el total de costos mensuales entre la cantidad de prendas proyectadas para vender en el mes.

$$\$8.177.314+300.000+350.000+300.000= \$9.127.314$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costos totales}}{\text{Unidades proyectadas}}$$

Unidades proyectadas

$$\text{Costo unitario} = \frac{\$9.127.314}{1074} = \$8.498$$

Margen Esperado

15%

Comparación con Precios del Mercado

Según estudios recientes sobre moda circular infantil las prendas usadas suelen venderse entre 60% y 70% más económicas que las nuevas.

En ese orden de ideas el precio de \$10.000 manteniendo la iniciativa del proyecto, sí resulta atractivo para las familias de estrato 1,2 y 3 que es nuestro mercado objetivo. Está alineado con nuestro enfoque social y tiene alta aceptación en modelos de economía circular.

Capacidad de Pago del Público Objetivo

En ese orden de ideas el precio de \$10.000 manteniendo la iniciativa del proyecto, sí resulta atractivo para las familias de estrato 1,2 y 3 que es nuestro mercado objetivo. Está alineado con nuestro enfoque social y tiene alta aceptación en modelos de economía circular.

Punto de Equilibrio

Costos fijos = \$8.177.314

Precio de venta por unidad = \$10.000

Costo variable por unidad = \$279,33 (resultado de dividir los costos variables mensuales estimados de \$300.000 entre la cantidad proyectada de 1.074 prendas mensuales).

$$PE = \frac{8.177.314}{10.000 - 279,33}$$

$$PE = 841 \text{ prendas}$$

Nuestro punto de equilibrio son aproximadamente 841 prendas mensuales. Esto significa que el proyecto “Compartir para Crecer” debe comercializar mínimo 841 prendas al mes para cubrir la totalidad de sus costos operativos sin generar pérdidas. Teniendo en cuenta que la proyección mensual es de 1.074 prendas, el proyecto logra superar el punto de equilibrio, generando un margen de sostenibilidad financiera que permite cubrir gastos operativos, mantener la nómina y reinvertir recursos en el fortalecimiento de las actividades sociales y comunitarias.

Tabla 12

Proyección De Precio

Concepto	Valor
Costo unitario	\$8.498
Margen (%)	15%
Precio sin impuestos	\$10.000
Precio final	\$10.000

Nota. Se identifica el precio de venta del producto.

Flujo de Caja y Capital de Trabajo

la demanda: Demanda mensual objetivo con margen del 15% de 1.074 prendas. Demanda anual proyectada: 12.888 prendas. Esta proyección representa el volumen estimado de prendas necesario para cubrir la estructura de costos del proyecto, garantizar su sostenibilidad financiera y generar capacidad de reinversión social.

proyección de demanda para 3 años: Tomamos como referencia el comportamiento reciente del IPC en Colombia, estimando un crecimiento promedio anual del 5% acorde con las variaciones reportadas por el DANE entre 2025 y 2026.

Tabla 13

Proyección Demanda Ajustada Al IPC (5%)

Año	Demanda mensual proyectada	Demanda anual proyectada
1	1.074 prendas	12.888 prendas
2	1.128 prendas	13.536 prendas
3	1.184 prendas	14.208 prendas

Nota. Demanda esperada en los 3 primeros años.

Se calcula a partir del año 2 y 3 el 1,05. Alineada con la inflación colombiana,

- Flujo de caja mensual del primer año.

Tabla 14

Flujo De Caja Mensual

	Precio de venta por prenda	Cantidad proyectada mensual	Ventas mensuales proyectadas	Total, Ingresos Mensuales
Ingresos Operacionales	\$10.000	1.074 prendas	\$10.740.000	\$10.740.000
Egresos mensuales	Costos fijos	Costos variables	Costos directos	Costos indirectos
	\$8.177.314	\$300.000	\$350.000	\$300.000

Nota. Flujo de caja esperando según a la demanda.

Tabla 15*Cálculo De La Demanda Base E Ingresos*

Variable	Descripción	Dato a estimar	Observaciones
Mercado potencial	Total de personas o empresas que podrían necesitar el producto o servicio	<u>3.500</u> familias	Población relacionada con la necesidad
% de mercado disponible	Porcentaje que puede acceder al producto/servicio	<u>70</u> %	Según precio, ubicación y condiciones
Mercado disponible	Mercado potencial × % mercado disponible	<u>2.450</u> familias	Clientes con posibilidad real
% de mercado objetivo	Porcentaje que se espera captar	<u>18</u> %	Participación realista
Clientes objetivo	Mercado disponible × % mercado objetivo	<u>441</u> familias	Clientes a atender
Frecuencia de compra	Número de compras por cliente en el período	<u>1</u> vez/mes	Hábito de consumo
Unidades por compra	Cantidad adquirida por compra	<u>2,44</u> prendas	Según tipo de producto/servicio
Demanda total	Clientes × Frecuencia × Unidades	<u>1.074</u> prendas/mes	Demanda estimada
Precio unitario	Valor de venta por unidad	\$ <u>10.000</u>	Precio promedio
Ingresos estimados	Demanda total × Precio unitario	\$ <u>10.740.000</u>	Ingresos del período

Nota. Ingresos esperados según la demanda mensual proyectada.

Tabla 16*Proyección De La Demanda E Ingresos En El Tiempo*

Año / Período	Cientes estimados	Frecuenci a de compra	Unidade s por compra	Demanda proyectad a (unidades)	Precio unitari o (\$)	Ingresos proyectados (\$)	Supuesto de crecimiento
Año 1	441	1 vez/mes	2,4 prendas	12.888 prendas	\$10.00 0	\$128.880.0 00	Inicio del emprendimien to
Año 2	463	1 vez/mes	2,4 prendas	13.536	\$10.50 0	\$142.128.0 00	Crecimiento por posicionamien to
Año 3	463	1 vez/mes	2,4 prendas	13.536	\$10.50 0	\$142.128.0 00	Expansión del mercado
Año 4	510	1 vez/mes	2,5 prendas	15.300	\$11.57 6	\$177.112.8 00	Consolidación
Año 5	536	1 vez/mes	2,5 prendas	16.080	\$12.15 5	\$195.452.4 00	Crecimiento sostenido

Nota. Ingresos esperados según la demanda proyectada a 5 años.

Tabla 17*Supuestos Para La Proyección De Ingresos.*

Supuesto	Descripción	Justificación
Crecimiento de la demanda	5 % anual	Tendencia del mercado / estrategia comercial
Variación de precios	Incremento anual 5%	Inflación / poder de mercado
Capacidad productiva	Adecuada	Recursos disponibles
Nivel de ventas efectivas	90 % de la demanda	Riesgo comercial
Riesgos del entorno	Medio	Competencia, economía, regulación

Nota. Descripción de los supuestos a tener en cuenta en el tiempo.**Tabla 18***Flujo De Caja Mensual.*

Mes	Ingresos	Egresos	Flujo neto	Saldo acumulado
Enero	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$1.612.686
Febrero	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$3.225.372
Marzo	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$4.838.058
Abril	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$6.450.744
Mayo	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$8.063.430
Junio	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$9.676.116
Julio	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$11.288.802
Agosto	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$12.901.488
Septiembre	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$14.514.174
Octubre	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$16.126.860
Noviembre	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$17.739.546
Diciembre	\$10.740.000	\$9.127.314	\$1.612.686	\$19.352.232

Nota. Flujo de caja mes a mes proyectado a un año.

No presenta meses con déficit operacional ya que los ingresos mensuales proyectados superan los egresos mensuales.

- Monto de capital de trabajo requerido: El proyecto requiere un capital de trabajo inicial que permita cubrir la operación durante el arranque y posibles variaciones en ventas o recolección de prendas.
- Estrategias de cobertura: Se contemplan las siguientes estrategias: Realización de jornadas permanentes de donación de prendas, Uso de redes sociales y estrategias digitales de bajo costo. Implementación de intercambios de prendas como mecanismo de fidelización, Alianzas con instituciones y organizaciones comunitarias, Manejo conservador de gastos administrativos, Apoyo de voluntariado comunitario para reducir costos laborales.

Impacto Social

- Cambio Social Esperado. El proyecto “Compartir para Crecer” busca generar un impacto social positivo mediante el acceso digno y económico a ropa infantil reutilizada para familias de estratos 1, 2 y 3 del municipio de Tame, Arauca. A través del modelo de economía circular, se espera disminuir la carga económica asociada a la compra constante de ropa para niños entre 2 y 5 años, promoviendo al mismo tiempo prácticas de consumo responsable, reutilización textil y fortalecimiento de la solidaridad comunitaria. Además, el proyecto pretende fomentar una cultura de intercambio y aprovechamiento sostenible de prendas en buen estado, reduciendo el desperdicio textil y fortaleciendo la participación comunitaria mediante jornadas de donación, clasificación y reutilización de ropa infantil.

- Indicadores (máx. 3).

Tabla 19*Indicadores.*

Indicador	Meta anual
Número de familias beneficiadas	441 familias
Cantidad de prendas reutilizadas y comercializadas	12.888 prendas
Reducción del gasto promedio en ropa infantil	60% frente al mercado tradicional

Nota. Se identifican los indicadores para lograr el impacto social esperado.

Número de Beneficiarios Directos e Indirectos

Beneficiarios directos: El proyecto beneficiará directamente aproximadamente a 441 familias del municipio de Tame durante el primer año de operación, especialmente hogares pertenecientes a estratos 1, 2 y 3 con niños entre 2 y 5 años.

Beneficiarios indirectos: Se estima un impacto indirecto sobre más de 1.500 personas, incluyendo padres de familia, cuidadores, jardines infantiles aliados, voluntarios comunitarios y actores locales vinculados a las jornadas de donación y sensibilización ambiental.

Alineación con ODS o Planes de Desarrollo

El proyecto “Compartir para Crecer” se encuentra alineado con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

- Organización de las Naciones Unidas ODS 1: Fin de la pobreza, al reducir gastos esenciales en familias vulnerables.
- Organización de las Naciones Unidas ODS 10: Reducción de las desigualdades, promoviendo acceso equitativo a bienes básicos infantiles.

- Organización de las Naciones Unidas ODS 12: Producción y consumo responsables, mediante la reutilización y aprovechamiento de prendas infantiles.
- Organización de las Naciones Unidas ODS 13: Acción por el clima, contribuyendo a la disminución de residuos textiles.

Asimismo, el proyecto se articula con las políticas de desarrollo social y economía solidaria impulsadas por la Alcaldía Municipal de Tame y los programas de fortalecimiento comunitario y sostenibilidad ambiental del departamento de Arauca.

Inversión y Fuentes de Financiamiento

Tabla 20

Inversión Total.

Rubro	Valor
Activos fijos	\$4.610.000
Puesta en marcha	\$1.500.000
Capital de trabajo	\$9.127.314
Total, inversión	\$15.237.314

Nota. Recursos propios necesario para la ejecución del proyecto.

Los integrantes del proyecto aportarán recursos económicos y trabajo comunitario voluntario para cubrir parte de la inversión inicial relacionada con adecuación del local, compra de equipos básicos y actividades de difusión.

Convocatoria

El proyecto buscará acceder a convocatorias públicas y privadas relacionadas con emprendimiento social, economía circular, sostenibilidad ambiental y fortalecimiento comunitario, promovidas por entidades gubernamentales, ONG y programas de innovación social.

Aliados

Se contará con el apoyo de jardines infantiles, instituciones educativas, emisoras comunitarias, organizaciones sociales, Alcaldía Municipal de Tame y posibles aliados estratégicos para campañas de donación, difusión y fortalecimiento institucional.

Riesgos

Justificación del Financiamiento

El financiamiento solicitado permitirá garantizar la sostenibilidad operativa inicial del proyecto, cubrir costos logísticos, adquisición de equipos, adecuación del espacio físico y fortalecimiento de las estrategias de impacto social y ambiental dirigidas a las familias beneficiarias.

Principales Riesgos y Mitigación

Tabla 21

Riesgos y Su Mitigación.

Riesgo	Estrategia de mitigación
Disminución de donaciones	Jornadas permanentes de recolección y alianzas institucionales
Baja demanda inicial	Estrategias de difusión digital y campañas comunitarias
Incremento de costos operativos	Control de gastos y fortalecimiento del voluntariado
Deterioro de prendas	Procesos estrictos de clasificación e higiene

Nota. Riesgos a los que está expuesto el proyecto y como mitigarlos.

La sostenibilidad del proyecto se fundamenta en el modelo de economía circular, el sistema de reutilización de prendas, la reinversión de ingresos operacionales y la articulación con aliados comunitarios. El proyecto busca alcanzar estabilidad financiera progresiva.

Conclusiones

El desarrollo del proyecto “Compartir para Crecer” permitió evidenciar que las problemáticas sociales pueden ser abordadas de manera efectiva mediante iniciativas de emprendimiento social que integren innovación, sostenibilidad y participación comunitaria. A lo largo del trabajo, se logró identificar que los gastos recurrentes en vestuario infantil representan una carga significativa para muchas familias, lo que justifica la necesidad de implementar alternativas que permitan optimizar los recursos disponibles.

Uno de los principales logros del proyecto fue la estructuración de una propuesta basada en la reutilización solidaria de ropa infantil, la cual no solo contribuye a la reducción de gastos en los hogares, sino que también promueve la economía circular y el cuidado del medio ambiente. Este enfoque permite extender la vida útil de las prendas, reducir los residuos textiles y fomentar hábitos de consumo responsable dentro de la comunidad.

La aplicación de la metodología Design Thinking fue un elemento clave en el desarrollo del proyecto, ya que permitió comprender de manera profunda las necesidades, percepciones y expectativas de las familias beneficiadas. Cada una de sus etapas aportó significativamente al proceso de construcción de la solución, desde la identificación del problema hasta la validación de la propuesta, garantizando que el proyecto esté alineado con la realidad del contexto y las necesidades de los usuarios.

Asimismo, se evidenció la importancia de establecer un modelo de negocio sostenible que garantice la continuidad del proyecto en el tiempo. A través de la venta solidaria de prendas, la organización de jornadas de recolección y la reinversión de los recursos, se logra mantener un equilibrio entre el impacto social y la sostenibilidad financiera, evitando enfoques asistencialistas y promoviendo la autonomía de la comunidad.

Por otra parte, el diseño del plan de mercadeo permitió establecer estrategias claras y efectivas para el posicionamiento del proyecto, destacando la relevancia de combinar herramientas tradicionales y digitales para ampliar el alcance, generar visibilidad y fortalecer la confianza de los usuarios. Estas estrategias son fundamentales para asegurar la participación activa de la comunidad y el crecimiento del emprendimiento.

El desarrollo del modelo Canvas permitió estructurar de manera clara y organizada todos los elementos necesarios para su funcionamiento. A través de este modelo se definieron los actores clave, las actividades, los recursos, los canales y las fuentes de ingresos, evidenciando la coherencia entre el impacto social del proyecto y su sostenibilidad económica. De esta forma, el Canvas facilitó la visualización integral del emprendimiento, fortaleciendo su viabilidad y su enfoque solidario y comunitario.

Finalmente, se concluye que “Compartir para Crecer” es una iniciativa viable, innovadora y con alto potencial de impacto, que no solo responde a una necesidad económica, sino que también contribuye al fortalecimiento del tejido social, la formación de valores como la solidaridad y la empatía, y la construcción de una cultura más consciente frente al consumo y el cuidado del medio ambiente. Además, su modelo puede ser replicado en otras comunidades, ampliando su alcance y consolidándose como una alternativa sostenible para el bienestar social.

Recomendaciones

A partir del desarrollo del proyecto de emprendimiento social “Compartir para Crecer”, se recomienda fortalecer continuamente las estrategias de recolección de prendas infantiles mediante campañas comunitarias permanentes que incentiven la participación de las familias y de otros sectores sociales con mayor capacidad económica. Esto permitirá mantener un flujo constante de ropa en buen estado y garantizar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

Asimismo, se recomienda implementar procesos rigurosos de clasificación, limpieza y control de calidad de las prendas, con el fin de generar mayor confianza en las familias beneficiarias y asegurar que el servicio se mantenga organizado, digno y seguro para los niños y niñas. La adecuada presentación de las prendas contribuirá significativamente al posicionamiento y aceptación del proyecto dentro de la comunidad.

De igual manera, es importante fortalecer las estrategias de mercadeo digital y tradicional, aprovechando herramientas como redes sociales, WhatsApp, perifoneo, jornadas comunitarias y alianzas con instituciones educativas. Estas acciones permitirán ampliar el alcance del proyecto, atraer nuevos donantes y beneficiar a un mayor número de familias en el municipio de Tame.

También se recomienda establecer alianzas estratégicas con entidades públicas, organizaciones sociales, fundaciones, empresas textiles y comercios locales, con el propósito de obtener apoyo económico, recursos operativos y asesoría técnica que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de la iniciativa. Estas alianzas pueden facilitar la ampliación del proyecto hacia otras comunidades y garantizar mayores oportunidades de sostenibilidad financiera.

Por otra parte, se sugiere realizar evaluaciones periódicas del impacto social, económico y ambiental del proyecto, mediante encuestas, entrevistas y análisis de resultados, con el fin de

identificar oportunidades de mejora y ajustar las estrategias de funcionamiento según las necesidades reales de la comunidad.

Finalmente, se recomienda continuar promoviendo la educación en valores como la solidaridad, la empatía, el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente, especialmente en niños y familias, ya que estos principios constituyen la base del emprendimiento social y fortalecen la construcción de comunidades más sostenibles, participativas y conscientes del aprovechamiento responsable de los recursos.

Referencias Bibliográficas

- 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://elibronet.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. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1
 (2019). ;<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>
- García Puga, Y. (2023). El lienzo de modelo de negocios o modelo canvas: Herramienta para emprendedores = The business model canvas: a tool for entrepreneurs. Revista FAECO Sapiens, 6(1), 347–363. <https://research-ebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=f3e6ea89-c646-31bf-ba76-2fca4ca98357>
- Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>
- González Bello, E. O., López Cruz, E. Y., & Morales-Holguín, A. (2024). Interdisciplina y Design Thinking en la formación del diseño gráfico: métodos para favorecer la generación de ideas. Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 27(228), 113–121. <https://research->

ebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=50cfbee3-3ab8-34ea-bec4-4f1d1231c5a7

Hernández Ascanio, J., Valle, J. A., Medina Viruel, M. J., & Rueda López, R. (2023).

Fundamentación teórica de la innovación social: el problema de la modelización en un campo de estudio sin consolidar. CIRIEC - Journal of Public, Social & Cooperative Economy / España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 108, 131–162.
<https://doi.org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.7203/CIRIEC-E.108.21451>

<https://research-ebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=57500200-40c1-3d09-8ea1-7fe7b08c5219>

Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (Il.) & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021).

Marketing para abogados.. Wolters Kluwer España.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/1757783>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). Marketing en redes sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>

Nicolás Morales, H., Garnica González, J., & Arroyo Barranco, C. A. (2025). Sostenibilidad y desarrollo económico desde las medianas empresas con creación de valor compartido e innovación social.

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

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

Peña Huaytalla, E. (2019). Desing Thinking - 3. Universidad Continental; Repositorio

Institucional - Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>

Sánchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en marketing. COMM025PO.

IC Editorial. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

Simulador Fifness Gym (<https://plataforma.simuladornegocios.org>). El usuario y correo será enviado a sus correos institucionales con la apertura de la actividad.

Stabile, L. (2020). Innovación De Modelo De Negocio: Centralidad en el cliente y agilidad.

Palermo Business Review, 21, 103–139. <https://research->

[ebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=8025bb7 f-88a2-398f-8005-0be879433 3](https://research-ebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/linkprocessor/plink?id=8025bb7f-88a2-398f-8005-0be8794333)

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios. Editorial Uniagustiniana.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380>

Vega Guerrero, J. (2019). "Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social" La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas. En: Colombia ISBN: 978-958-651-633-4 ed: Sello Editorial UNAD, v. p.131 - 151,2019.

<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/14/111/561>

Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al desenvolupament de l'emprenedoria social. Educar, 57(1), 97–116.

<https://doiorg.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>