

Cooperativa multiactiva Coopevin

Robin Edilson Rendón Gómez

Víctor Hugo Restrepo

Adriana Marcela Zapata Buitrago

Yerli Millerlay Giraldo Ortiz

Alber Esneider Mena

Universidad nacional abierta y a distancia – UNAD

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

Medellín

2022

Página de Aceptación

Sonia Ruth Obando Tutora

Trabajo de Grado

Luz Dary Camacho RodríguezJurado

Alaín De La Hoz Sanmiguel

Jurado

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todos los vendedores informales del parque principal del barrio de Villa

Hermosa del municipio de Medellín; personas

emprendedoras y luchadoras, cuya ocupación es garante para el sostenimiento económico de sus

familias para poder vivir dignamente en un país donde los índices del desempleo son elevadamente

altos.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por permitir sacar este trabajo adelante brindándonos sabiduría y entendimiento para organizar nuestras ideas y poder llevarlas a cabo en este proyecto, a la universidad por otorgarnos un acompañamiento académico por medio de excelentes tutores, los cuales han contribuido de manera inigualable en nuestra formación académica y profesional, a cada uno de nuestros familiares y allegados, los cuales siempre estuvieron presentes apoyándonos en este propósito para poder alcanzar nuestros objetivos y metas propuestas.

Resumen

Para el desarrollo de este proyecto de emprendimiento social se propuso la creación de una cooperativa multiactiva. El escenario donde aplicará será en el parque del barrio Villa Hermosa de la ciudad de Medellín, cuyo objetivo general será asociar a los vendedores informales de este sector en un modelo de negocio cooperativo para mejorar sus condiciones socioeconómicas.

Con un estudio realizado en este sector de la ciudad se pudo identificar una diversidad de problemáticas, en este caso se contextualizó en el problema “la informalidad laboral en el barrio Villa Hermosa es alta”.

Se ha evidenciado, esta actividad informal va en aumento y las personas a las cuales se dedican a esta ocupación carecen de garantías viviendo en un estado de vulnerabilidad ante la sociedad. Es claro, esta situación presentada, requiere una pronta solución, la cual brindará múltiples beneficios tanto para los autores involucrados; directos e indirectos, proporcionando un aporte al desarrollo económico de la comuna 8 de la ciudad de Medellín.

La propuesta de la creación de la empresa social se ha desarrollado en cinco capítulos; planteamiento del problema u oportunidad, innovación social, modelo Design Thinking, estrategias de mercadeo y proyección operativa y financiera, en cada uno se hizo aportes indispensables para llevar a cabalidad esta idea de negocio.

Al analizar los resultados y hacerle una evaluación a este modelo de emprendimiento social, sobre todo en la proyección financiera, observamos una técnica de negocio sustentable y viable para implementarlo y ponerlo en funcionamiento.

Palabras clave: Cooperativa multiactiva, proyecto, emprendimiento social, escenario, modelo de negocio, comercio informal, empresa, Design Thinking, proyección.

Abstract

For the development of this social entrepreneurship project, the creation of a multi-active cooperative was proposed. The scenario where it will apply will be in the park of the Villa Hermosa neighborhood of the city of Medellín, whose general objective will be to associate informal vendors in this sector in a cooperative business model to improve their socioeconomic conditions.

With a study carried out in this sector of the city, it was possible to identify a diversity of problems, in this case it was contextualized in the problem "labor informality in the Villa Hermosa neighborhood is high."

It has been shown that this informal activity is on the increase and the people who are dedicated to this occupation lack guarantees living in a state of vulnerability to society. It is clear, this situation presented requires a prompt solution, which will provide multiple benefits for both the authors involved; direct and indirect, providing a contribution to the economic development of commune 8 of the city of Medellín.

The proposal for the creation of the social enterprise has been developed in five chapters; statement of the problem or opportunity, social innovation, Design Thinking model, marketing strategies and operational and financial projection, each one made essential contributions to fully carry out this business idea.

By analyzing the results and making an evaluation of this social entrepreneurship model, especially in the financial projection, we observed a sustainable and viable business technique to implement and put it into operation.

Keywords: Multi-active cooperative, project, social entrepreneurship, scenario, business model, informal trade, company, Design Thinking, projection.

Tabla de Contenido

Introducción	18
Objetivo General	19
Objetivos Específicos.....	19
Proyecto Seleccionado	20
Nombre	20
Planteamiento del Problema u Oportunidad	20
Formulación del Problema	20
Sustentación de la Selección	20
Descripción del Problema	22
Población Afectada	23
Las Oportunidades para la Formulación de un Proyecto de Emprendimiento Social: .	25
Innovación Social.....	28
Propuesta Innovación Social:.....	28
Pertinencia:	29
Factor Productivo o de Comercialización	30
Productos y servicios	30
Proceso de comercialización y venta	30
Mercado Objetivo:	32
Modelo de Desing Thinking	34

Fase de Empatía	34
objetivo	34
Justificación	34
Aportes para el Proyecto con la Aplicación de la Técnica Inmersión Cognitiva:	36
Fase de Definición	36
Objetivo:	36
Justificación	36
Rivalidad entre los competidores existentes:	37
Poder de negociación de los proveedores	37
Poder de negociación con los clientes:.....	38
Amenaza por productos sustitutos:	38
Amenaza de nuevos competidores:.....	38
Fase de Ideación.....	38
Objetivo:	39
Justificación	39
Reto creativo 1	39
Reto creativo 2	39
Reto creativo 3	40
Fase de Prototipado.....	41
Objetivo:	41

Justificación	41
Fase de Testeo.....	42
Objetivo:	42
Justificación	43
¿Cómo se realizó?.....	43
Comerciantes:	44
Clientes:	44
Estrategias de Mercadeo	46
Características o Atributos:.....	46
Atributos tangibles:.....	46
Atributos intangibles	46
Grupo Objetivo del Proyecto	47
Jóvenes:.....	47
Niños:	47
Personas mayores:.....	47
Segmentación	48
Segmentación geográfica	48
Segmentación demográfica.....	48
Competencia:	49
Cooperativa multiactiva de servicios berlín.....	49

Coomulsap	50
Competidores directos ubicados aledañamente en el parque de Villa Hermosa.....	50
Otros posibles competidores:	50
Identificar los Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social y Proponer Acciones de Cooperación como Alianzas Estratégicas:.....	51
Estrategia de Comunicación	51
Volantes:	51
Página Facebook:	52
Anuncio en la radio:	52
Estrategia de Posicionamiento	52
Atributo específico para asociados:	52
Calidad y precio	53
Atributo Específico del Producto y Servicio:.....	53
Beneficios De Los Productos y Servicio:.....	53
Uso o Aplicación del Producto	53
Frente a la Competencia:.....	53
Estrategia de Diferenciación	54
Social Media	54
Video en YouTube	54
LinkedIn	55

Facebook:	55
Twitter.....	55
Imagen del Slogan de la Cooperativa.....	55
Página Web	56
Enlace página para el marketing	56
https://roed2630017.wixsite.com/coopevin	56
Proyección Operativa y Financiera	57
Recursos Operativos:	57
Tamaño del proyecto.....	57
Disponibilidad insumos	57
Descripción técnica del producto	61
Descripción De La Maquinaria o Instalaciones Necesarias Para La Puesta en Marcha del Proyecto	63
Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta	64
Descripción De Los Cargos, Presentación del Organigrama y las Necesidades de Personal con sus Respectivas Proyecciones de Sueldos:	64
Estudio organizacional.....	64
Los Asociados de la parte administrativa de Coopevin tendrán derecho a la siguiente compensación.....	68
Descripción de Equipos De Oficina.....	74

Procesos Preoperativos:	74
Fase 1	74
Fase 2	75
Fase 3	75
Fase 4	78
Fase 5	78
Fase 6	79
Localización, Descripción del Ámbito Territorial donde Se Montará el Proyecto (Bien o Servicio) Sustentando las Ventajas y Desventajas:	79
Localización del proyecto	79
Ventajas:	79
Desventajas:	80
Proyecciones de Ventas:	81
Precio de Venta	82
Proyecciones Ingresos por Ventas:	82
Capital de Trabajo:	84
Inversiones:	87
Conclusiones	89
Bibliografía	90

Lista de Tablas

Tabla 1. Segmentación Geográfica.....	48
Tabla 2. Segmentación Demográfica	49
Tabla 3. Capacidad instalada.....	57
Tabla 4. Disponibilidad de insumos	60
Tabla 5. Descripción de maquinaria y elementos operativos	63
Tabla 6. Nómina Gerente	68
Tabla 7. Nómina Asistente Administrativa	69
Tabla 8. Nómina Atención al Asociado	70
Tabla 9. Nómina Asistente contable.....	71
Tabla 10. Nómina Comerciante Asociado	72
Tabla 11. Gasto Nómina Mensual	73
Tabla 12. Descripción Equipos De Oficina	74
Tabla 13. Cálculo De La Demanda.....	81
Tabla 14. Proyecciones de Ventas	81
Tabla 15. Punto de Equilibrio	82
Tabla 16. Proyecciones de Ingresos por Ventas	82
Tabla 17. Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual)	83
Tabla 18. Flujo de Caja Mensual	84
Tabla 19. Saldo Acumulados (en Miles).....	86
Tabla 20. Inversión Total.....	87
Tabla 21. Inversión capital Trabajo	84

Lista de Figuras

Figura 1. Zona Geográfica de Medellín	32
Figura 2. Ubicación de Villa Hermosa en Medellín	33
Figura 3. Diagrama de Porter	37
Figura 4. Prototipo en bruto	42
Figura 5. Evaluación de la Experiencia Comerciantes y Clientes.....	45
Figura 6. Slogan Coopevin.....	56
Figura 7. Organigrama Coopevin	67

Introducción

La situación económica en nuestro país es cada vez más difícil para sus habitantes, las diferentes variables ocurridas en los últimos años como la subida del dólar, la pandemia actual, emigrantes; los más afectados han sido los extractos más bajos, dónde evidentemente se incrementó la tasa del desempleo y esto en consecuencia dio lugar al comercio informal, pero gracias a tipos de modelo de negocio como métodos alternativos pertenecientes a la economía solidaria está ayudando a formalizar esta actividad económica.

El barrio Villa Hermosa no ha sido ajena a esta situación, por eso se creó una cooperativa multiactiva dónde vamos a asociar a los vendedores ambulantes del parque principal de esta localidad, con lo cual se pretende mejorar sus condiciones socioeconómicas y contribuir al desarrollo de zona y por ende las familias involucradas tengan muchas más oportunidades.

Al proporcionar soluciones a las diferentes problemáticas presentadas en el ámbito económico de las comunidades del municipio de Medellín con la creación de estos proyectos de emprendimiento social, beneficiarán en gran mayoría a las familias más vulnerables en estado de pobreza, atendiendo sus necesidades básicas.

Objetivo General

Asociar a los vendedores informales del parque de Villa Hermosa de la ciudad de Medellín en un modelo de negocio cooperativo para mejorar sus condiciones socioeconómicas.

Objetivos Específicos

Identificar los problemas de los vendedores informales del barrio Villa Hermosa para transformarlos en oportunidades.

Formular estrategias para marketing.

Utilizar la metodología del Design Thinking para identificar las necesidades de los usuarios del parque del barrio Villa Hermosa.

Presentar informe el cual evidencie la viabilidad comercial, operativa, administrativa y financiera del proyecto de inversión.

Proyecto Seleccionado

Nombre:

Cooperativa multiactiva Coopevin

Planteamiento del Problema u Oportunidad

Formulación del Problema:

La informalidad laboral en el barrio Villa Hermosa es alta. Villa Hermosa es un barrio de Medellín ubicado en la zona nororiental de la ciudad. En cuanto a su transporte tiene diferentes tipos de rutas de buses, posee una variedad de colegios, clínicas, locales comerciales; entre estos tenemos supermercados, restaurantes, misceláneas, farmacias y carnicerías. También hay excelentes zonas recreativas tanto para los niños y jóvenes, su asentamiento del comercio en su mayoría está ubicado en el parque principal, el cual posee un alto índice de comercio informal.

Sustentación de la Selección:

La economía informal en la última década ha presentado un incremento sustancial en América Latina, asociado a factores internos y externos como la pobreza, migraciones y la violencia, lo que genera disminución del crecimiento económico. Colombia no es ajena a esta situación, el empleo informal refleja un incremento del 74.3% de la población.

(Mercado & Ovallos, 2018)

Según fuentes Dane el estudio gran encuesta integrada de hogares (geih), a partir de criterios concretos de medición cuyo objetivo es proporcionar información básica sobre el tamaño y estructura de la fuerza de trabajo de la población del país, estimó el tamaño de la informalidad en 23 ciudades de Colombia, entre ellas trece áreas metropolitanas a nivel nacional, registrando un

mayor porcentaje de trabajadores informales en las ciudades de Cúcuta (72,4%), Sincelejo (64,9%) y Riohacha (63,5%). Así mismo se evidenció la informalidad, pero en menor proporción en las ciudades de Manizales (39,7%), Bogotá D.C. (42,3%) y Medellín A.M. (42,8%) (Mercado & Ovallos, 2018).

En contexto a la anterior información, observamos es un tema demasiado complejo, el cual está afectando a muchas comunidades, entre ellas el barrio Villa Hermosa del municipio de Medellín.

Las empresas sociales son proyectos de emprendimiento, los cuales aportan en gran escala a la solución de la problemática de esta situación, por eso queremos conformar una cooperativa multiactiva con todos los vendedores informales de este sector; ubicados sobre todo en el parque principal de la zona.

Para realizar un buen proyecto, implementaremos un sin número de estrategias con la participación de personal altamente calificado, acompañado de un gran talento humano, donde todos tendrán como meta sacar este magnífico proyecto adelante trabajado de una manera unida y una forma solidaria, buscando el beneficio colectivo.

Las acciones que se pretenden implementar para el proyecto serán las siguientes:

Buscar recursos con la alcaldía municipal.

Capacitar a cada uno de los asociados donde se certifiquen con el curso de economía solidaria.

Gestionar uniformes para los asociados ante las autoridades locales (JAC y JAL).

Tomar en alquiler un local y acondicionarlo en oficina para desde allí con su personal administrativo poner en marcha el funcionamiento de la cooperativa.

Contar con una bodega acondicionada para la labor que permita almacenar los productos perecederos y no perecederos.

Comprar en gran cantidad en las plazas mayoritarias, generando buen volumen de productos, esto ayuda a adquirir los productos más económicos.

Descripción del Problema:

En el barrio Villa Hermosa de Medellín se encuentran una gran variedad de negocios informales entre estos tenemos la recreación en alquiler de saltarines, juegos inflables y piscinas de pelotas para los niños, venta de comidas rápidas, jugos naturales, frutas, verduras y algodones.

La alcaldía de Medellín ha tratado de intervenir a los comerciantes informales con programas los cuales puedan los beneficien, controlándolos con documentaciones como permisos, licencias y otros, pero no ha logrado legalizar a esta población, la realidad es, cada día son más, siendo esto el resultado de una situación económica agobiante, lo cual conlleva a los habitantes de este barrio y de la ciudad entera a formarse en este tipo de actividad; existen otros factores como la ausencia de educación y el desempleo.

Más de la mitad de la población (55%) no cuenta con un programa que garantice su acceso y sostenimiento actual ni futuro, debido a la calidad del empleo que tiene un alto nivel de desempleo y empleo informal que se presenta en la comuna 8 – Villa Hermosa. Esto, además de agudizar los problemas en los temas de seguridad social, también interfiere en las posibilidades de obtener

créditos de diferentes entidades en asuntos de vivienda, educación, etc., requisitos indispensables para acceder a los mismos (Alcaldía de Medellín, 2014).

Población Afectada:

La población más afectada de este barrio en estudio, han sido los estratos más bajos, pues en cifras reales: “esta población representa el 72, % de las viviendas de la comuna” (Alcaldía de Medellín, 2021). A causa de esta afectación la mayoría de las familias se han visto en la obligación de incurrir a la informalidad (empleo informal).

Estas preocupaciones cargan sobre los hombros de las personas cabeza de hogar, por falta de un empleo digno.

“Villa Hermosa es la segunda comuna con mayor tasa de desempleo en toda la ciudad” (Alcaldía de Medellín, 2021).

El concepto de informalidad se empezó a esbozar a partir de 1971, cuando Keith Hart presentó su libro titulado *informal income opportunities and urban employment in Africa*, en el seminario de desempleo urbano en África, pero tomó verdadera forma a partir de la misión sobre empleo llevada a cabo en Kenia, por la OIT, en 1972 (OCHOA & ORDÓÑEZ, 2004).

El sector informal se desarrolla de manera interrumpida en los centros urbanos, esta situación se debe a una causa común en nuestro país, es decir:

Los emigrantes que huyen de la violencia, del desempleo y la pobreza en la búsqueda de mejorar sus condiciones de vida; el crecimiento del sector informal se vincula no solo a la violencia sino que también se asocia a la absoluta pobreza que viven las familias colombianas, esto responde a estrategias que

hacen la unidad familiar en la continuidad de su ejercicio siendo una herencia laboral que al aumentar los miembros del núcleo incrementan este sector; lo que lleva a desempeñar trabajo de baja productividad e ingreso con pocas posibilidades de progreso empeorando así las condiciones de vida (Mercado & Ovallos, 2018).

A pesar de los desarrollos conceptuales y metodológicos que se han logrado para la caracterización y medición de lo que es la informalidad, aún hoy existe confusión sobre los verdaderos alcances y significado del término y sobre la magnitud del fenómeno. El término “informal” se ha usado para describir tanto personas como establecimientos, actividades ilegales, posiciones ocupacionales y casi cualquier actividad que no se ajuste a los estándares normalmente establecidos para el mercado laboral (encolombia, 2021).

Volviendo al contexto, en el barrio Villa Hermosa existen muchos negocios que no tienen formalizada su actividad, ni cuentan con las condiciones para funcionar como una empresa formal, por ende, la calidad del empleo también está por debajo de los estándares nacionales, es notable la escasa cultura de emprendimiento en muchas ocasiones por falta de recursos o por miedo al fracaso, falta de conocimiento, como suele suceder en muchas ciudades, se puede observar:

Una alta dependencia de la contratación estatal departamental, lo cual ha incidido en que se tenga un menor número de iniciativas empresariales o que la mayoría sean de prestación de servicios, que desaparecen cuando se terminan los procesos de contratación. Son varias las causas que pueden explicar que la tasa de desempleo sea superior a la del promedio nacional; una de las más

relevantes en este comportamiento es el poco dinamismo de la economía agropecuaria, principal renglón económico de la economía departamental, después del petróleo y la incipiente agroindustria o actividad manufacturera existente (Mercado & Ovallos, 2018).

Por ende, por cada uno de estos aspectos los más afectados siempre van a ser las familias más vulnerables y de bajos recursos de la ciudad, entre ellas las de la comuna 8 de la ciudad de Medellín, como dato curioso a nivel nacional y a tener en cuenta:

En el trimestre móvil mayo – julio 2021, en las 13 ciudades y áreas metropolitanas, la proporción de hombres ocupados que eran informales fue de 45,9%, mientras que esta proporción para las mujeres fue de 48,1%. En el mismo periodo del año anterior, la proporción de ocupados informales para hombres y mujeres fue 46,0% y 46,6%, respectivamente (Dane, 2021).

Las Oportunidades para la Formulación de un Proyecto de Emprendimiento Social:

La creación de una cooperativa multiactiva en la comunidad de Villa Hermosa va a traer múltiples beneficios tanto económicos como sociales, ayudando al crecimiento económico de barrio, donde una variedad de familias del sector va a tener la oportunidad de poder tener ingresos monetarios más altos y de esta manera poder satisfacer sus necesidades básicas y poder acceder a un futuro tanto para ellos como para sus próximas generaciones.

Proyectos de este tipo con una excelente gestión administrativa, donde se implemente una adecuada planeación, organización, dirección y control alcanzarán

cada una de las metas y objetivos propuestos y de esta manera poder alcanzar un beneficio colectivo para cada uno de los involucrados.

Organizar a todos los comerciantes informales de la comuna 8 – Villa Hermosa, a partir de un modelo asociativo, para posibilitar la incidencia dentro de los espacios de participación ciudadana, para la formulación de políticas públicas dirigidas al uso adecuado del espacio público, en correspondencia con el goce efectivo de los derechos de esta población (Alcaldía de Medellín, 2014).

Algo muy importante, es tener en cuenta, son las diferentes ventajas las cuales va a tener esta cooperativa a un nivel general como un modelo cooperativo son las siguientes:

Capital social variable, siendo el capital social, el cual se estipula en los estatutos, por lo que se puede adaptar a las posibilidades de los socios que deciden emprender la cooperativa, en cuanto la responsabilidad limitada los socios solamente son responsables por el capital que han aportado, no más. Las bonificaciones fiscales por su especificidad, pueden gozar de determinadas exenciones y bonificaciones a nivel fiscal, la libre adhesión, es decir, los socios se dan de alta y baja en el momento que lo deseen, en la toma de decisiones democrática cada uno de los socios participan en el proceso de decisión, de esta forma, se consigue un gran consenso delante de cualquier reto a afrontar y se fomenta la implicación de todo el mundo, en la gestión normalmente austera y poco arriesgada; en este aspecto al tenerse que tomar la decisión en grupo, normalmente la mayoría son adversos al riesgo y no se precipitan en determinadas inversiones que puedan poner en riesgo el futuro de la

cooperativa, alta comunicación entre los socios; al estar todas las personas muy involucradas en el funcionamiento, entre ellas hay mucha comunicación y la transmisión de información acostumbra a ser rápida y eficaz hay la posibilidad de inscribirse al régimen de la seguridad social; en cualquier forma, ya sea en el régimen general o como autónomo, hay programas gubernamentales que les facilitan la financiación; normalmente, las entidades de crédito no están muy abiertas a conceder financiación a cooperativas por ese motivo, con el fin de fomentarlas, la administración pública acostumbra a ofrecer programas para que este tipo de empresas consigan la financiación que necesitan, están exentas de gastos de registro e impuesto sobre la renta; en la misma línea que lo anterior, para conseguir que sean viables y que aparezcan más cooperativas en todo el territorio, gozan de estas ventajas para que no tengan tantas cargas y les sea más simple la realización de los trámites, además al no tener que hacer frente a tanta carga fiscal en comparación con otro tipo de empresas, pueden ofrecer el mismo bien o servicio de éstas a unos precios más competitivos, preferencia de la administración a recurrir a sus servicios; al ser una forma societaria que no es muy conocida entre el público en general, la administración suple esta falta de clientes mediante el encargo de determinados servicios a las cooperativas, se puede cobrar el pago único de la prestación; aquellas personas que tengan la posibilidad de paro, antes de constituir la sociedad, pueden cobrar mediante un solo pago el importe correspondiente que cobrarían en caso de estar sin trabajo hasta agotar la prestación (Economía 3, 2021).

Innovación Social

Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, es crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado.

En contexto a esto queremos transformar una cooperativa multiactiva deliberadamente, para incursionar en el mercado, procurando ofrecer nuevos servicios y productos a cada segmento del mercado a los cuales nos vamos a dirigir.

Propuesta Innovación Social:

Constituir legalmente una organización de esta índole con todos los vendedores informales de la zona, donde cada uno serán dueños y gestores de las mismas, apoyándose mutuamente, buscando un beneficio colectivo.

La actividad económica a la cual se dedicarán será a comercializar y vender sus productos y servicios en el parque principal del barrio, con posibilidad de expandirse por toda la ciudad y así poder generar mucho más empleo a un sin número de personas.

Entre sus grandes beneficios para cada asociado, será poder tener acceso a prestaciones sociales, afiliarse a una caja de compensación, servicios funerarios por una mínima cuota. La cooperativa tendrá un fondo de solidaridad donde tendrán auxilios económicos para educación, compra gafas, medicamentos no POS, seguro de vida para el beneficiario del asociado en caso de fallecimiento. La administración a cargo estudiará la posibilidad de obtener convenios con entidades financieras para posibles créditos.

Pertinencia:

La pertinencia social debe ser entendida como el compromiso activo de las organizaciones con los problemas concretos que enfrenta una sociedad, para generar alternativas que propicien el desarrollo productivo. Esta pertinencia se traduce en la forma de hacer las cosas a lo interno de la organización y de enfrentar las realidades a lo externo. El bien o servicio que se produce, la forma en la cual se lleva al mercado, su financiamiento y sus inversiones, el trato al recurso humano, cada aspecto organizacional debe ser pertinente con la sociedad en la cual esa organización está inserta (Morela, 2010).

Para el caso del proyecto de emprendimiento propuesto; cooperativa multiactiva Coopevin (Cooperativa vendedores informales), es un emprendimiento social pertinente para la sociedad en contexto a los vendedores informales del parque principal, barrio Villa Hermosa por las siguientes razones:

Es un proyecto de emprendimiento con el cual se genera empleo para los habitantes de la comuna 8 de Medellín.

Es un proyecto de emprendimiento que es pertinente porque mejorará las condiciones económicas de diversas familias del sector.

Es un proyecto de emprendimiento que es pertinente para el crecimiento del sector solidario.

Es un proyecto de emprendimiento que es pertinente porque ayuda a la creación de empresas sociales sostenibles y sustentables.

Por lo expresado anteriormente, este proyecto de emprendimiento social es muy importante para el desarrollo y crecimiento económico no solo de los comerciantes

informales del parque, sino de la comunidad en general, la cual se beneficiará con este proyecto; encontrando nuevas alternativas para salir adelante en momentos de crisis económicas como el generado por la pandemia actual.

Factor Productivo o de Comercialización:

Como se ha mencionado anteriormente, el proyecto se basará inicialmente en la creación de una cooperativa multiactiva, en la cual pretendemos transformar actividad comercial informal en una empresa social sostenible, donde cada uno de estos vendedores informales serán participes y protagonistas en la transformación social y económica de su barrio, con lo cual tendrán un beneficio mutual y colectivo para cada involucrado.

Para esto se tuvo en cuenta lo siguiente:

Productos y servicios

Comidas rápidas. Frutas
y verduras. Juegos
infantiles. Algodones de
azúcar. Jugos naturales.

Los productos y servicios han sido relacionados de una forma más explicativa en las páginas 52, 53, 54, 55, 56, 57 y 58 del presente documento.

Proceso de comercialización y venta:

Compraremos en las grandes plazas de mercado, buen volumen de mercancía, adquiriendo a un excelente precio los productos y de esta manera vender más barato.

Los puestos de venta de comida se ubicarán en zonas estratégicas del parque.

Donde se brindará una atención de calidad para culminar con éxito la venta.

Cada asociado portara su respectivo carnet y uniforme el cual será suministrado por la cooperativa y lo hará diferenciarse de las demás empresas que presten servicios o vendan productos similares.

Con permiso de la alcaldía se construirán casetas alrededor del parque donde el vendedor tenga un lugar de trabajo más cómodo y se proteja de cada condición climática presentada, además habrá mejor distribución de espacio público, volviéndolo de una manera más organizada.

Los juegos infantiles tendrán un sitio predestinado, se tratará de instalar un techo en toda esa área, cabe recordar que estos juegos infantiles serán compuestos por trampolines, piscinas de pelotas y juegos inflables. En donde se muestre que cada juego será supervisado por mayores de edad que vigilaran y controlaran la entrada y salida de los pequeños para que los padres se sientan seguros y confiados a la hora de hacer uso de estos.

Participación en los eventos que realice la comunidad como actividades educativas, deportivas y culturales.

Distribución y publicidad en localidades aledañas con el fin de ampliar los posibles clientes de todos los productos y servicios que se vincularan a la cooperativa multiactiva. Todo esto con el ánimo de generar un atractivo para que el cliente nos diferencie de la competencia y haga un balance entre lo que va a recibir y lo que tiene que entregar a cambio.

Mercado Objetivo:

Nuestro proyecto pretende abarcar una diversidad sector socioeconómico del sector, con miras a expandirse por las otras comunas de la ciudad, atrayendo una diversidad de clientes.

El segmento para el cual queremos hacer atractivo los servicios y productos ofrecidos por la cooperativa serán los jóvenes, pues ellos representan una gran demanda en el mercado, como segundo lugar los niños y como tercer lugar personas mayores.

Teniendo en cuenta este mercado objetivo se podrá elaborar un plan estratégico que permita llamar la atención de estas personas y se logre identificar las necesidades, deseos, gustos y preferencias de los consumidores en relación con el producto o servicio ofrecido.

Figura 1

Zona Geográfica Medellín

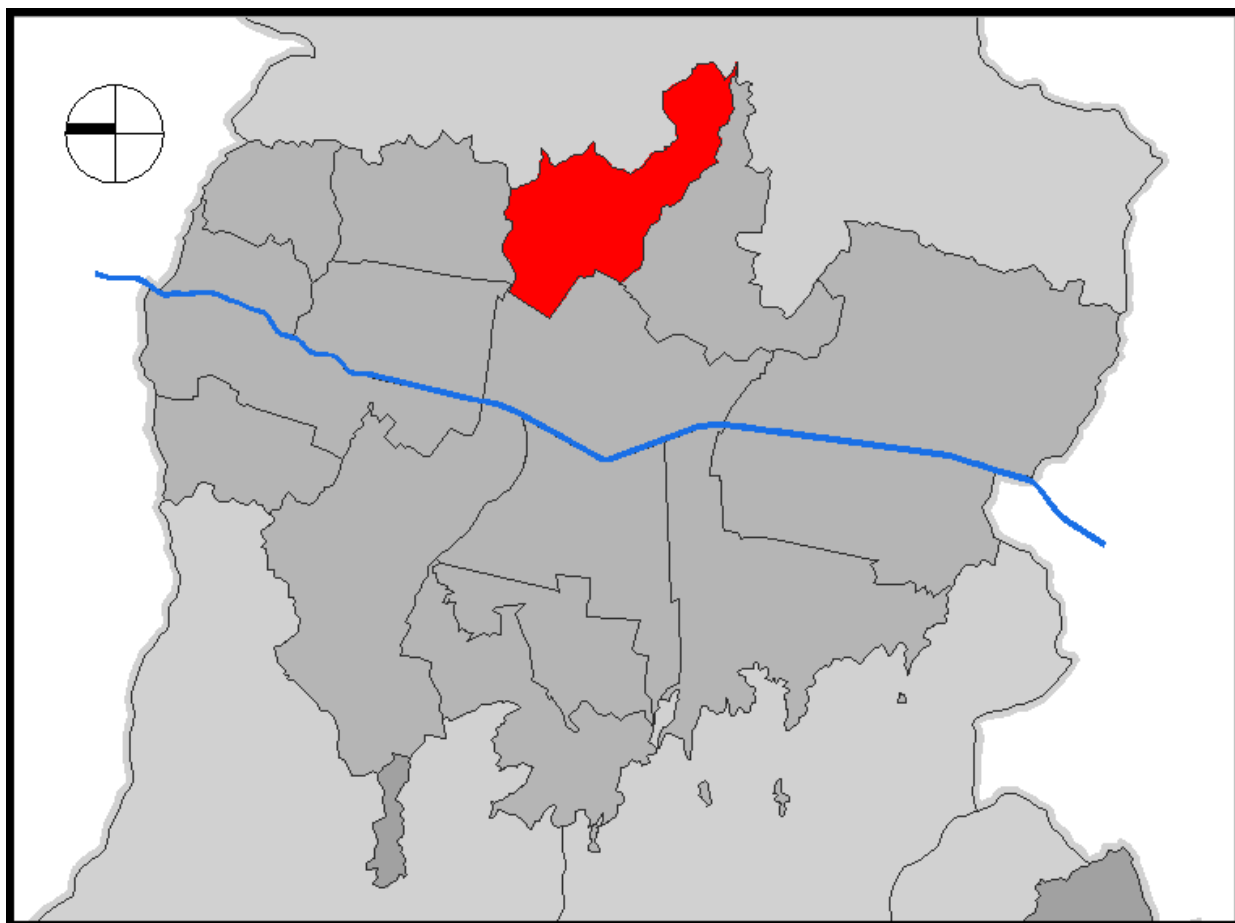


Nota: Tomado de Medellín, Antioquia [Fotografía]. Google 2021.

(<https://goo.gl/maps/KVf75FujsiFS8y7c9>).

Figura 2

Ubicación de Villa Hermosa en Medellín



Nota: En rojo el barrio Villa Hermosa del municipio de Medellín. Tomada de Villa Hermosa (Medellín) [Fotografía]. Wikipedia 2021 ([https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_\(Medell%C3%ADn\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_(Medell%C3%ADn))).

Modelo de Design Thinking

Para iniciar la creación de la cooperativa multiactiva Coopevin, “gracias a este modelo se pudo comprender la problemática y necesidades presentadas en el comercio informal del parque del barrio de Villa Hermosa y así poder darle una solución” (Dingo;2021).

Fase de Empatía:

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando, y también de su entorno. Personas en general, clientes, empleados...debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades (Dinngo, 2021).

Técnica para el apoyo del descubrimiento de hallazgos para el desarrollo de la cooperativa multiactiva Coopevin: **Inmersión cognitiva.**

objetivo:

Entender cada una de las realidades existentes a la hora en que los clientes adquieren nuestros productos.

Justificación:

Al analizar cada una de las técnicas en las cuales me podía apoyar para desarrollar esta etapa “empatía” se optó por elegir la técnica inmersión cognitiva.

Desde el punto de vista en general, esta técnica se adapta más a esta etapa, donde se puede evidenciar de una forma más clara cada una de las necesidades

presentadas por los segmentos que hacen uso del comercio informal del barrio Villa Hermosa.

En esta ocasión nos pusimos en el lugar del cliente y realizamos algunas observaciones en cuanto a aspectos como:

Higiene: Algunos puestos de venta no conservan los estándares requeridos para la manipulación de alimentos, muchos vendedores no utilizan gorro y guantes.

Precio: Comparamos los precios de productos similares en los competidores con las mismas ofertas nuestras y efectivamente observamos un desequilibrio en el costo de venta al público; tantos precios elevados como precios bajos, estos valores deberían ser más estandarizados.

Modo de pago: Muchos de los clientes manejan tarjetas de crédito y los puntos de venta y servicio del comercio informal no cuenta con datafono o en su defecto código QR; reciben solo efectivo.

Clima: A la hora de comprar un producto el clima puede ser una molestia, sobre todo en temporada de lluvia; muchos puestos no tienen carpa en la cual el usuario del servicio se puede cubrir tanto de la lluvia como del sol cuando haga su compra.

Atención al cliente: Algunos vendedores manejan una forma grotesca para atender al usuario, volviendo su negocio poco atractivo para tomar su servicio, Además los vendedores no están bien presentados, sería bueno estar uniformados.

Comodidad: Cuando se compra un producto, muchos puestos de comidas rápidas no poseen sillas para sentarse y poder consumir los alimentos en ese lugar.

Servicio domicilio: Ningún puesto de venta de productos ofrece esta opción, por lo que se puede recurrir a pedir el servicio domiciliario a otro lugar.

Aportes para el Proyecto con la Aplicación de la Técnica Inmersión Cognitiva:

Nos pusimos en lugar de los clientes y se pudo observar cada una de las falencias representadas por los aspectos anteriores dando lugar a identificación de una variedad de problemas.

Fase de Definición:

Durante esta fase se depuro la información recopilada durante la fase de empatía y nos quedamos con lo que realmente aporta valor y se identificaron los problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

La técnica utilizada en esta etapa será: **El diagrama de Porter.**

Objetivo:

“Evaluar el impacto de las cinco fuerzas clave de la industria determinadas por Porter como la competencia directa, los participantes potenciales, la oferta sustitutiva, los proveedores y los clientes en contexto a Coopevin” (Dinngo, 2021).

Justificación:

Esta herramienta no brinda la facilidad de analizar cada uno de los involucrados directo e indirectos con nuestra empresa social.

Figura 3*Diagrama de Porter*

Nota: Tomado de Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa [Fotografía]. The Power 2021. (<https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter/>)

Rivalidad entre los competidores existentes:

Algunos competidores ofrecen mejores precios, esto representa un problema, debemos estandarizar los precios a su nivel o en su defecto más bajo, además poseen método de pago para los clientes con tarjeta débito y código QR.

Poder de negociación de los proveedores:

En este aspecto podríamos tener inconvenientes con los proveedores de los algodones, empanadas, pasteles de pollo y papas de carne; en la zona hay pocos proveedores con precios relativamente bajos.

Poder de negociación con los clientes:

En este espacio el clima y la comodidad para atender el cliente juega un papel importante, un mal clima y una mala comodidad para atender el cliente hacen que ellos migren hacia otros negocios dónde se sientan mejor.

Amenaza por productos sustitutos:

Una mala higiene en los puntos de venta y prestación de servicios, va ocasionar, los clientes frecuenten otro lugar, aunque no ofrezcan lo mismo y sean productos y servicios sustitutos, allí se van a quedar, porque se sienten mejor atendidos y satisfechos.

Amenaza de nuevos competidores:

La entrada de nuevos competidores al parque con mejores ofertas y servicios, entre ellos servicio a domicilio, llevando los pedidos hasta su casa y con una variedad de métodos de pago, disminuiría la demanda para los puntos de venta de la cooperativa.

Fase de Ideación:

En esta fase se generará una lluvia de ideas con respecto a nuestra problemática central que son las ventas informales, partiendo de unos retos creativos, en los cuales determinaremos el cómo podríamos dar solución a las múltiples variables que se presentan con respecto al comercio informal en el barrio Villa Hermosa.

La técnica utilizada para el desarrollo de esta etapa fue: **Lluvia de ideas o brainstorming.**

Objetivo:

Generar de una manera eficaz y eficiente el mayor número posible de ideas para el proyecto de emprendimiento.

Justificación:

Esta técnica es una en la cual nos acomodamos más para el desarrollo de esta etapa, dándonos la facilidad de hacer más factible nuestro proyecto con cada una de las ideas generadas para darle solución a las problemáticas existentes.

Reto creativo 1:

¿Cómo podríamos mejorar la atención al cliente por parte de los vendedores informales?

Brainstorming.

Charlas y capacitaciones sobre atención al cliente.

Mejorar sus condiciones socio económicas.

Horarios de trabajo flexibles.

Capacitación en manejo y manipulación de alimentos.

Apoyo y acompañamiento en el proceso en el modelo cooperativo.

Reto creativo 2:

¿Cómo podríamos hacer frente a la competencia?

Brainstorming.

Personal uniformado.

Unificación de las diferentes actividades económicas en un solo comercio el cual genere garantías y rentabilidad a todos los asociados.

Mejorar la higiene de los puestos de venta de productos y prestación de servicios.

Lugares más cómodos para la atención al cliente.

Opción pago producto o servicio con código QR.

Reto creativo 3:

¿cómo podríamos generar rentabilidad económica a los vendedores informales del barrio Villa Hermosa?

Brainstorming.

Conseguir patrocinadores que inviertan en la cooperativa y a su vez se obtengan ganancias para la infraestructura de los negocios comerciales.

Alianzas comerciales con pequeños agricultores, productores y fabricantes para conseguir precios más económicos para la población y mayores ganancias para los comerciantes.

Aumentar la variedad de productos para ofrecer a la clientela, un catálogo completo que supla sus necesidades en un mismo lugar.

El objeto de esta técnica es poner en contacto los pensamientos de todo el equipo de forma individual para trabajar una problemática específica, para luego combinarlas y aprovechar lo mejor de cada una y hacer acuerdos satisfactorios para la empresa.

Permitiendo identificar múltiples problemáticas, analizar sus causas y buscar las mejores soluciones, ya que no existen ideas malas, todas son importantes y de las ideas que consideramos más insignificantes pueden surgir grandes soluciones.

Fase de Prototipado:

Prototipar o prototipado es la cuarta de las fases dentro de un proceso de Design Thinking. Es el momento donde las ideas van a ser aterrizadas y a convertirse en tangibles. Algunas ideas seleccionadas de la etapa anterior se transforman en prototipos para empezar a darle soluciones a las problemáticas identificadas

Para el caso de nuestro proyecto cooperativa multiactiva trabajamos con la técnica de **prototipo en bruto**.

Objetivo:

Diseñar volantes, publicaciones y estrategias de mercadeo que permitan impulsar nuestros asociados, esta etapa nos permite pensar de forma creativa y a la vez a tener una comunicación con nuestros clientes y usuarios donde podemos materializar la idea y podemos comprobar si puede ser viable en el comercio informal del barrio Villa Hermosa y si da las soluciones que necesitamos para nuestra comunidad.

Justificación:

El prototipado permite materializar las ideas generadas en las fases anteriores en pro del desarrollo eficiente de nuestro proyecto de emprendimiento social cooperativa multiactiva para la problemática identificada en el barrio Villa Hermosa.

Se ha diseñado un volante con los prototipos a implementar como se muestra a continuación en la figura 4.

Figura 4

Prototipo en Bruto



Nota: De Autoría Propia.

Fase de Testeo:

La fase del testeo en Design Thinking hace referencia a la realización de pruebas o evaluaciones a partir de los prototipos creados para solicitar a los usuarios sus opiniones y comentarios al respecto, a manera de retroalimentación para así mejorar el producto o servicio que verdaderamente cubra las necesidades del cliente.

Técnica empleada: Evaluación de la experiencia

Objetivo:

Validar la experiencia del usuario con respecto al uso del producto o servicio mediante la narración de sus impresiones, satisfacciones o correcciones.

Justificación:

La elección de esta herramienta nos acercó más a nuestros segmentos de tal manera, nos dimos cuenta de las diferentes perspectivas vistas cada cliente hacia nuestra cooperativa multiactiva.

Se pedirá a un usuario o grupo de usuarios que hagan uso de un prototipo, debiendo narrar su experiencia. Sus impresiones y satisfacción con respecto a cómo el prototipo cubre sus necesidades. Esto genera una gran cantidad de información valiosa sobre la posible solución que se ajusta a la realidad de las personas que harán uso de ella. (Dinngo, 2021)

¿Cómo se realizó?

Mediante el prototipo diseñado se socializó a los comerciantes del barrio Villa Hermosa que se pretende sean parte de la cooperativa multiactiva, la propuesta que se ha creado y que pretende generar mayores oportunidades de empleo y mejoramiento social a esta comunidad.

Luego de presentado el prototipo se procede a realizar preguntas con el fin de recolectar información, mediante la escucha activa, la toma de notas y la disposición de corregir lo que sea necesario a partir de la percepción de los usuarios.

La aplicación de la técnica de evaluación de la experiencia, además de desarrollarse en los comerciantes que harán parte de la cooperativa multiactiva, también se aplicará en quienes acceden a los servicios que ofrecen, es decir, a quienes compran sus productos.

La información que se obtiene a partir de la aplicación de la técnica es la siguiente:

Comerciantes:

La propuesta les parece muy innovadora, muy importante para la generación de oportunidades y la inclusión de los jóvenes, mejoramiento de condiciones económicas y el aporte del crecimiento al sector solidario con la creación de empresas sociales y sustentables.

Por otra parte, les parece importante que dentro de las capacitaciones se incluyan hábitos de ahorro, servicio al cliente, inteligencia emocional y además se vincule a las escuelas, para que en los niños se vaya generando el pensamiento innovador y creativo.

Clientes:

Quienes acceden a los productos que se ofrecen por los comerciantes del barrio Villa Hermosa, la propuesta les parece muy relevante porque principalmente se mejoraría el servicio al cliente y a la calidad de los productos, así mismo piden que se tenga en cuenta la mejoría en aspectos de higiene, precio y acceso para lo cual proponen estrategias de servicio a domicilio y comodidad, ya que de este modo, se crea un mejor ambiente que resulte atractivo para que más personas, quieran comprarla gran variedad que ofrecen y así los negocios aumentarían la productividad y mejorarían las condiciones económicas de los dueños de los negocios.

Como se puede observar, la propuesta tiene una gran acogida entre la población objetivo, por lo que es importante tener en cuenta las sugerencias de los comerciantes y clientes para que la experiencia en la creación de la cooperativa, parta de las necesidades evidenciadas en conjunto para que resulte exitosa.

Para terminar, esta última etapa se amplía la información a recolectar realizandouna evaluación tanto a clientes como a comerciantes como lo muestra el siguiente formato.

Figura 5

Evaluación de la Experiencia Comerciantes y Clientes

<p>La evaluación consta de tres preguntas simple cuyo fin es tener una breve idea de lo que piensan de nuestro proyecto de emprendimiento social las personas de este sector.</p>		
<p>¿Le gustaría asociarse a la cooperativa?</p>	<p>¿Sabe qué es una cooperativa?</p>	<p>¿Está de acuerdo con la constitución de una cooperativa en el barrio?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Si • No • Por qué? 	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
<p>Campo para el evaluador:</p>		

Nota: De Autoría Propia.

Estrategias de Mercadeo

Las estrategias de comunicación, diferenciación y posicionamiento

Características o Atributos:

La cooperativa multiactiva Coopevin está direccionada a ofrecer una diversidad de productos y servicios en los cuales tenemos comidas rápidas Juguetería, frutas y verduras, juegos infantiles, algodones de azúcar y jugos naturales, cada uno de estos elementos acarrea una alta demanda en este sector, objeto clave para poder sacar este proyecto de emprendimiento social adelante; los atributos los clasificamos y son: ***Atributos tangibles:***

Colores llamativos en los juegos infantiles y puntos de venta.

Diseño de variedad de productos a ofrecer al consumidor.

Peso y buen gramaje en los productos. Olor

agradable en las comidas rápidas.

Sensación de satisfacción a la hora de que el cliente adquiere el producto. Cantidad para ofrecer.

Ingredientes frescos.

Atributos intangibles

Calidad: Buscaremos posicionarnos en el mercado de una forma más agresiva, siendo una de las mejores elecciones para el consumidor de una forma más atractiva, haciendo diferencia ante los competidores.

En este atributo tendremos en cuenta las Preferencias del consumidor y ser los más valorados en el sector.

Precio: Los valores a cobrar a los clientes serán plenamente asequibles, la valoración se hizo teniendo en cuenta la situación económica de las personas residentes del sector.

Grupo Objetivo del Proyecto

Para nuestro proyecto inicialmente será la comunidad del barrio Villa Hermosa, los cuales conocen ya los productos y servicios ofrecidos por los pequeños comerciantes informales, además de ser clientes frecuentes de muchos de estos.

Esta idea abarca una gran diversidad socioeconómica ya que sus productos y servicios se encuentran al alcance de todos y son parte de las necesidades básicas de cualquier consumidor, en contexto a lo anterior, el grupo objetivo del proyecto para el cual queremos hacer atractivo los servicios y productos ofrecidos por la cooperativa los distribuiremos en tres partes:

Jóvenes:

Ellos representan una gran demanda en el mercado, frecuentan más constantemente el parque.

Niños:

Cada fin de semana frecuentan el parque con sus padres donde hacen uso de sus servicios aumentando la demanda en esos días.

Personas mayores:

Son segmentos, los cuales van a ir de una manera más esporádica al parque, algunos son pensionados y muchas veces acompañan a los niños, su situación económica es buena, lo cual significa buena demanda.

Segmentación:***Segmentación geográfica:***

Son cada uno de los posibles clientes ubicados en esta localidad.

Tabla 1

Segmentación Geográfica

Cooperativa multiactiva Coopevin	
Ítem	Descripción
Ciudad	Medellín
Localidad	Comuna 8
Barrio	Villa Hermosa
Nº de habitantes	104.450

Nota: De Elaboración Propia.

Segmentación demográfica:

Teniendo en cuenta la totalidad del número de habitantes del barrio de Villa Hermosa, el segmento para aplicar al proyecto serán las personas en edades entre 15a 39 años, datos expuestos en la tabla 2.

Estos segmentos representan un valor del 41.7% de la población del sector y en números reales equivalen 43.612 habitantes, esta cifra es de suma importancia para nuestro proyecto, representan el rango de edad más alto en la comunidad y existe una mayor probabilidad de que frecuenten el parque más constantemente.

Tabla 2

Segmentación Demográfica

Población por grupos de edad comuna n.º 08 Villa Hermosa		
Rango de edad	N.º de habitantes	% porcentaje
0 – 14	26.658	25.5
15 – 39	43.612	41.7
40 – 64	26.939	25.7
65 y más	7.241	6.9
Total	104,450	100.0

Nota: Tomado de (wikipedia, 2021).

Competencia:

Entre ellas tenemos los siguientes:

Cooperativa multiactiva de servicios berlín:

La empresa cooperativa multiactiva de servicios berlín tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, carrera 47 50 24 oficina 702 Ed Furatena en la ciudad de Medellín, Antioquia. El teléfono de cooperativa multiactiva de servicios berlín es el (4)2510102. Esta empresa fue constituida como organización de economía solidaria y se dedica a actividades financieras de fondos de empleados y otras formas asociativas del sector solidario. Si necesitamás información sobre cooperativa multiactiva de servicios berlín regístrese y acceda gratis a más información de la empresa.

La actividad principal de cooperativa multiactiva de servicios berlín es actividades financieras de fondos de empleados y otras formas asociativas del sector solidario. Cuenta con un patrimonio neto de 1.070.021.604,11 cop y en elejercicio del año 2017 generó un rango de ventas 'menor de 1.000.000.000 cop'obteniendo un resultado del ejercicio 'menor de 1.000.000.000 cop' (InformaDirectorio de Empresas, 2021).

Coomulsap:

Su sede está ubicada en el corregimiento de san Antonio y se dedica a ofrecer servicios de administración de proyectos educativos y fabrica y comercializa productos alimenticios con un alto valor agregado, lo cual contribuye al bienestarde sus asociados, del sector solidario y al crecimiento de su comunidad (COOMULSAP, 2021).

Competidores directos ubicados alledañamente en el parque de Villa Hermosa:

Tiendas D1, supermercado y legumbreras Merca Efectivo, supermercados Surtimax, supermercados Merca Ahorro y Helados Villa Hermosa; con juegos infantiles.***Otros posibles***

competidores:

Cooperativa multiactiva exportadora de granos: dg. 79 #9 53, Medellín, Antioquia.

Cooperativa multiactiva de la plaza de mercado de Copacabana plazaCoop: Cra 52 #52 06, Copacabana, Medellín, Antioquia.

Coopevin pretende ser un proyecto, donde tenemos en cuenta, entendemos ysomos conscientes, los competidores son organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros queremos satisfacer y tenemos muy claro, una de las

principales competencias son las cooperativas que trabajan de forma similar bajo los mismos parámetros, pero con beneficios diferentes, las ventas informales o de catálogo, las ventas por internet, ventas por las diferentes redes sociales.

Cooperativa Coopcentral es una empresa cooperativa solidaria que está llamado a crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Identificar los Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social y Proponer Acciones de Cooperación como Alianzas Estratégicas:

Alcaldía de Medellín: proporcionará recursos para el proyecto. JAC:

Ayudará a gestionar recursos ante la alcaldía de Medellín.

Vendedores informales del barrio Villa Hermosa: Se asociarán a la cooperativa multiactiva para impulsar su desarrollo y crecimiento en el sector.

Estrategia de Comunicación:

Con la estrategia de comunicación lograremos que nuestra cooperativa defina, elabore y lance sus mensajes de manera creativa empezando por conocer la historia de cada uno de los vendedores informales que harán parte de esta cooperativa; logrando sensibilizar al público objetivo y de esta manera lograr más su atención; además de presentar todos los productos y servicios que serán ofrecidos.

Acá se implementará lo siguiente:

Volantes:

Se mandarán a elaborar estos elementos con los datos más importantes de nuestro proyecto, entre ellos estará el logo, dirección página Web, teléfono, dirección

de la sede, como aparecemos en las redes sociales y lo más importante; nuestro propósito a emprender.

Página Facebook:

Se ha creado una página en este lugar, en la cual haremos publicaciones periódicamente, evidenciado el avance y progreso de nuestra organización, con fotos y mucho más y la pueden ver en el enlace https://www.facebook.com/coopevin-cooperativa-multiactiva-101354629033780/?ref=page_internal

Anuncio en la radio:

Se buscará alianza con emisoras comunitarias, donde nos ayuden promocionando nuestra cooperativa y animen a más vendedores informales de la ciudad a acercarse a nuestra sede, para recibir asesoría y poder ser futuros asociados de nuestra organización.

Estrategia de Posicionamiento:

Nos ayuda a cambiar la perspectiva la cual tiene la gente sobre el comercio informal en esta zona de la ciudad, siendo de este modo lo contrario, ya mucho más organizado de una forma empresarial.

Para cumplir esto se proponen las siguientes estrategias:

Atributo específico para asociados:

El número de asociados será de una gran escala, cada uno tendrá su uniforme, además de su carnet, teniendo en cuenta el cargo a desempeñar, como por ejemplo los de las comidas rápidas y zonas de juegos, su vestimenta será totalmente diferente.

Calidad y precio:

Los precios serán bajos y la calidad del producto y servicio serán excelentes, al pasar de comercio informal a una organización de tipo cooperativa estos estándares mejorarán a gran medida, se sobre entiende; más recurso humano y más el recurso financiero, lo cual conlleva a una mejor aceptación ante el público.

Atributo Específico del Producto y Servicio:

Con esta estrategia desea llegar al cliente de una manera directa al momento del contacto con nuestros puestos de venta y servicio, logrando captando la atención del consumidor.

Beneficios De Los Productos y Servicio:

El principal beneficio es económico gracias a este modelo de negocio implementado, los comerciantes informales tendrán mejores ingresos monetarios, mejorando sus condiciones actuales, en segundo plano el comercio en este lugar crecerá a una escala considerable y por último las personas del sector y zonas aledañas van disfrutar más del parque de Villa Hermosa, donde puede adquirir y hacer uso de los productos y servicios necesario para su satisfacción personal y de sus familias, sin la necesidad de desplazarse a otros lugares más distantes.

Uso o Aplicación del Producto:

Analizaremos cada uno de los segmentos de sector, evidenciando sus gustos para llegar de una manera más efectiva hacia ellos.

Frente a la Competencia:

Manejaremos precios más bajos, lo que hará que nuestros productos y servicios sean más asequibles al público.

Estrategia de Diferenciación:

Seremos una cooperativa multiactiva innovadora diferenciando la organización de los demás competidores tanto directos como indirectos en lo cual implementaremos lo siguiente:

Conseguiremos permisos de la alcaldía para que algunos puestos funcionen 24 horas.

Domicilios las 24 horas dependiendo el caso.

Haremos un convenio con todas las plataformas de mensajería existentes en el mercado como Uber, Rapi, Didifood, ifood para atender nuestros domicilios.

Se estudiará la posibilidad de fabricar algunas materias primas, cuyo contexto serán las comidas rápidas, es decir una planta de procesamiento y producción de cárnicos.

En cuanto al punto anterior si se logra, se pondrán un punto de venta en directa en una caseta del parque para terceros.

Social Media:

Se describen las estrategias y acciones a desarrollar en los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter) y pagina web, se describe el propósito de cada acción dentro La cooperativa multiactiva Coopevin.

Video en YouTube:

Se hará un video en el cual se describirá de una forma detallada la misión y visión de la cooperativa y cuáles son sus productos a ofrecer en el mercado, se divulgará información en cuanto a su ubicación y requisitos para afiliarse y cuyo propósito será darnos a conocer en el mercado.

LinkedIn:

Se creará un perfil en esta red social para generar más credibilidad en el medio dando visibilidad a nuestra marca y además nos facilitará la comunicación y la sinergia campo de los negocios, el propósito es ayudarnos a crecer más como organización.

Facebook:

Sin duda en uno de las redes sociales más comunes, al igual que la anterior nos permitirá llegar a muchos clientes y donde cada día daremos testimonio de nuestro crecimiento, el propósito compartir nuestro logros y avance de la cooperativa y por medio de las publicaciones hechas darnos a conocer en muchos lugares.

Twitter:

Será muy útil para recibir cada uno de los comentarios de nuestros clientes y posibles clientes y en base a esto podemos mejorar nuestros servicios siendo este nuestro propósito.

Imagen del Slogan de la Cooperativa:

El slogan de la cooperativa multiactiva se elaboró teniendo en cuenta la esencia del cooperativismo, de esta manera se hace llamativa para nuestros asociados y clientes, igualmente con este logo se pretende darnos a conocer en el sector empresarial para poder ir creciendo en el mercado.

Figura 6

Slogan Coopevin



Nota: De Autoría Propia.

Página Web:

Se creó una página web para nuestra cooperativa multiactiva Coopevin, en la cual podemos observar de nuestros productos y servicios a ofrecer, forma de contactarnos y mucho más.

Es una página atractiva para nuestros clientes permitiéndonos ser una buena elección para el consumidor, además desde este sitio podrás contarnos; nuestros datos aparecen ahí y también visitar nuestra página en Facebook con solo darle un clip.

Enlace página para el marketing:

<https://roed2630017.wixsite.com/coopevin>

Proyección Operativa y Financiera

Recursos Operativos:

En este punto se presenta la siguiente información:

Tamaño del proyecto:

Para poder llevar a cabo el desarrollo de este emprendimiento se hace necesario contar con un espacio en el área del parque de Villa Hermosa y de igual manera contar con un local para la sede, una bodega almacenamiento, tal como se expone en la tabla 3.

Tabla 3

Capacidad Instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área parque Villa Hermosa	6000 metros cuadrados
% de espacio utilizado	40% del parque de Villa Hermosa
Área local sede administrativa	100 metros cuadrados
% de espacio utilizado	100% del área local sede administrativa
Área bodega almacenamiento	150 metros cuadrados
% de espacio utilizado	100 % de la bodega

Nota: De Elaboración Propia.

Disponibilidad insumos:

Como se sobre entiende, la actividad económica de la cooperativa va a estar contextualizada a la venta de productos y servicios; comidas rápidas, frutas y verduras, juegos infantiles, algodones de azúcar y jugos naturales.

En lo que se refiere a la venta de comidas rápidas (hamburguesas, hotdogs, salchipapas, y jugos naturales se contará con un stock mínimo de productos, puesto

que en su mayoría son perecederos y las compras se deben hacer como mínimo cada dos días. Para que nuestros clientes gocen de una comida fresca y de muy buena calidad y en buenas condiciones y así ir ganando más clientela y ser la mejor opción a la hora de elegir.

En cuanto a la rotación de inventarios, se hará cada 15 días para verificar la eficiencia de las ventas, además se proyecta, sea una forma alta, esto se debe al tipo de producto manejado; tipo perecedero.

Se cuenta con proveedores ya establecidos como aliados estratégicos los cuales se encargan de surtir los alimentos necesarios para realizar las comidas que se comercializan, estos mismos se encargan de hacer llegar los pedidos de alimentos a nuestra bodega de preparación cada dos días de acuerdo lo establecido, con el fin de optimizar tiempo y espacio, además de garantizar productos frescos.

En cuanto a los juegos infantiles, se puede decir son de otra categoría en este caso de servicios, por lo consiguiente no tendrá rotación de inventario.

A continuación, se relacionan los productos y servicios con sus componentes:

Comidas rápidas: Entre estas existe una gran variedad a ofrecer a nuestros clientes y tendremos las siguientes: hamburguesas, hotdogs, salchipapas, chiripas, mandipapas, carne asada, picadas de carne, chorizo asado con arepa, pasteles de pollo, empanadas, papás de carne.

Todos los productos e insumos utilizados para la elaboración de las comidas rápidas serán productos perecederos y entre ellos tenemos lo siguiente: carne de hamburguesa, pan hamburguesa, tocineta, mozzarella, huevo de codorniz, lechuga, ensalada (se comprará ya procesada), pan perro, salchicha tradicional marca dan,

papa capira chorizos dan, longanizas marca dan, carne solomo, chicharrón, arepas asadas, chorizo mixto (res y cerdo); los pasteles de pollo, empanadas y papas carne secompraran ya elaborados a terceros, listos para fritar, por lo cual se contará con una zona de refrigerado donde se mantendrá todos los alimentos perecederos en la temperatura adecuada para garantizar que se conserven en buenas condiciones para que al momento de su uso se garantice alimentos frescos.

Adicional se utilizará empaques biodegradables, servilletas, salsas de mostaza,salsa rosada, salsa roja, salsa de piña y guacamole.

Fruta y verduras: Cada producto de estos se comprará en las plazas de mercado al por mayor y se surtirá todos los días los puestos colocados en el parque, entre los productos a vender se tendrá en cuenta los más comunes en la canasta familiar, los cuales son las frutas (mango, manzana, piña, papaya, guanábana, pera, guayaba, uva, banano, maracuyá y las verduras (yuca, tomate chonto, plátano, guineo,papa capira, papá criollo, cebolla de huevo, cebolla de rama, zanahoria, remolacha, pepino, aguacate).

Juegos infantiles: Estos elementos ya los tiene cada comerciante informal yson los siguientes: trampolines, juegos inflables y piscina de pelotas.

Algodones de azúcar: Los algodones de azúcar se comprarán a distribuidoreslocales ofreciendo una sola presentación.

Jugos naturales: Los insumos a utilizar serán: pulpas de mango, borojó, maracuyá, guayaba, guanábana, adicional se utilizar vasos desechables y pitillos; todocon material biodegradable.

En la siguiente tabla podemos encontrar la relación de los insumos y/o a utilizar para la elaboración y distribución del producto, debemos tener en cuenta, algunos se van a comprar a terceros como lo son las papas con papa y carne (para freír), empanadas con papa y carne (para freír) pasteles de pollo (para freír) y algodones de azúcar.

Tabla 4

Disponibilidad de Insumos

Elaboración y venta de productos alimenticios					
Disponibilidad de insumos					
Producto	Materia prima	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Comidas rápidas	Carne de hamburguesa,	Paquete por 5	100	6.000	600.000
	Pan de hamburguesa	Paquete por 5	100	5.000	500.000
	Tocineta,	Paquete	200	8.000	160.000
	Mozarela	Paquete	100	10.000	1.000.000
	Huevo de codorniz	Canasta	100	3.000	300.000
	Ensalada procesada	Bandeja	100	500	50.000
	Pan perro	Paquete por 10	100	3.000	300.000
	Salchicha tradicional marca dan	Paquete por 10	50	5.000	250.000
	Chorizos dan	Paquete por 10	50	7.000	350.000
	Longanizas dan	Paquete por 10	50	10.000	500.000
	Solomo extranjero	Kilo	20	12.000	240.000
	Chicharrón	Kilo	20	8.000	160.000
	Arepas asadas	Paquete por 10	100	900	90.000
	Chorizo mixto (res y cerdo)	Unidad	100	1.500	150.000
	Papas con carne	Paquete por 10	10	8.000	40.000
Empanadas con papa y carne	Paquete por 10	10	7.000	70.000	
Pasteles de pollo ⁹⁸	Paquete por 10	10	10.000	100.000	
Fruta y verduras	Mango tomy	Unidad	100	500	50.000
	Manzana	Unidad	100	500	50.000
	Piña	Unidad	50	1.000	50.000
	Papaya	Unidad	50	900	45.000

Elaboración y venta de productos alimenticios					
Disponibilidad de insumos					
Producto	Materia prima	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	Guanábana	Unidad	30	1.000	30.000
	Pera	Unidad	100	500	50.000
	Guayaba	Unidad	100	200	20.000
	Uva	Bandeja	50	1.000	50.000
	Banano	Racimo	4	10.000	40.000
	Maracuyá	Unidad	50	300	15.000
	Yuca	Kilo	30	800	24.000
	Tomate chonto	Caja	4	5.000	20.000
	Plátano	Racimo	4	15.000	60.000
	Guineo	Racimo	2	10.000	20.000
	Papa capira	Bulto	2	40.000	80.000
	Papa criolla	Bulto	1	35.000	35.000
	Cebolla de huevo	Arroba	1	15.000	15.000
	Cebolla de rama	Arroba	1	12.000	12.000
	Zanahoria	Arroba	2	10.000	20.000
	Remolacha	Caja	1	15.000	15.000
	Pepino	Caja	2	10.000	20.000
	Aguacate	Bulto	1	40.000	40.000
	Lechuga	Arroba	1	10.000	10.000
Algodones de azúcar	Algodón de azúcar	Unidad	20	1.000	20.000
Jugos naturales	Pulpa mango	Bolsa	10	1.000	10.000
	Pulpa borjón	Bolsa	10	1.000	10.000
	Pulpa maracuyá	Bolsa	10	1.000	10.000
	Pulpa guayaba	Bolsa	10	1.000	10.000
	Pulpa guanábana	Bolsa	10	1.000	10.000
Totales				\$344.600	\$5.441.000

Nota: De Elaboración Propia.

Descripción técnica del producto:

Comidas rápidas: Al ser un producto elaborado para ser consumido por el cliente, de índole perecedera, es necesario llevar todos los procesos de manipulación de alimentos reglamentario, brindando espacios de refrigeración, almacenaje de materia prima e insumos de empaque, totalmente rotulados y desinfectados, así mismo el personal que se encarga de manipular estos alimentos cuenta con la indumentaria

adecuada y del color claro para ver su estado de limpieza, cabello recogido y no usar joyas, además de tener las capacitaciones y certificados necesarios para dicha labor.

El tipo de maquinaria usada son de tipo móvil, como freidoras, planchas, neveras y carros especializados en acero inoxidable, deben estar protegidos del sol y agua, adicionalmente deben disponer de un espacio con silla y mesas para que los clientes consuman sus productos.

Frutas y verduras: Equipos como pesas, grameras, cajas registradoras, deben estar en una zona limpia seca y protegidos de la intemperie, almacenados en contenedores plásticos o neveras según su naturaleza, al igual que una bodega especializada para el almacenaje de estos productos libre de humedad.

Juegos infantiles: Son productos que ya se encuentran en posesión de los comerciantes, pero requieren mantenimiento frecuente e inversiones para garantizar la seguridad de los usuarios.

Algodón de azúcar: Producto que requiere de una maquinaria especializada elaborada en acero inoxidable, protección a la intemperie e insumos como azúcar, empaques plásticos y palos de madera para su presentación.

Jugos naturales: Requiere de maquinaria como licuadoras, grameras o máquinas dispensadoras, pulpas de fruta y fruta fresca para su fabricación y almacenamiento, igualmente requiere insumos de empaque como vasos plásticos de diferentes presentaciones, pitillos, servilletas y demás.

Descripción De La Maquinaria o Instalaciones Necesarias Para La Puesta enMarcha del Proyecto:

Para el proceso de venta de productos y servicios se requerirán los elementos relacionados en la tabla 5.

Tabla 5

Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Carros de comidas rápidas	8	\$ 950.000	\$ 7.600.000
Freidoras	5	\$ 460.000	\$ 2.300.000
Licuadaora	6	\$ 100.000	\$ 600.000
Dispensador de jugo	3	\$ 3.500.000	\$ 10.500.000
Gramera	4	\$ 140.000	\$ 560.000
Cajas registradoras	15	\$ 1.000.000	\$ 15.000.000
Piscina de pelotas	4	\$ 800.000	\$ 3.200.000
Trampolín	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
Inflables	4	\$ 800.000	\$ 3.200.000
Refrigerador	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Total			\$ 45.960.000

Nota: De Elaboración Propia.

Somos conscientes, los comerciantes informales tienen en su posesión algunos elementos con los cuales han venido laborando, en cuanto esto se le comprará todo lo relacionado con juegos infantiles (piscina de pelotas, trampolines e inflables); algunos con desgaste, pero se pondrán en óptimas condiciones con un buen mantenimiento, lo otro que ellos posean deberán salir de ello. Se toma esta decisión, se sobre entiende los elementos de los juegos infantiles son más difíciles salir de ellos, es decir de vender por de aparte, siendo lo opuesto a lo otro, lo demás se comprará nuevo y de ser

necesario se guardará cuando ya no esté en funcionamiento en la bodega dealmacenamiento dispuesta por la cooperativa.

Realizar las Proyecciones de Distribución en Planta:

Para esta situación se tendrá en cuenta dos aspectos muy importantes, es de saber los puntos de venta estarán en el parque principal de Villa Hermosa del cual utilizaremos solo el 40% de su espacio, cada puesto de comida tendrá una ocupación entre 3 y 6 metros cuadrados dependiendo el caso, en cuanto a la sede administrativa cuenta con un área de 100 metros cuadrados los cuales serán distribuidos según la necesidad; para este aspecto tuvimos en cuenta lo siguiente:

1. Oficina gerente - 10 metros cuadrados.
2. Oficina tesorería y contabilidad - 20 metros cuadrados.
3. Oficina atención al asociado y cliente (hará las veces de recepción) - 20 metros cuadrados.
4. Sala de reuniones - 30 metros cuadrados.
5. Baño - 5 metros cuadrados
6. Zonas comunes - 15 metros cuadrados.

Descripción De Los Cargos, Presentación del Organigrama y las Necesidades de Personal con sus Respectivas Proyecciones de Sueldos:

Estudio organizacional:

La cooperativa multiactiva Coopevin estará destinada a trabajar en conjunto, teniendo en cuenta la participación y satisfacción de todos sus asociados; contará con una asamblea general de delegados quienes por votación unánime tomarán todas las

decisiones concernientes a mejorar la productividad y demás temas relacionados a la mejora continua de la labor de cada vendedor informal.

Como es de conocimiento, ya no utilizará el concepto vendedor informal, se sobreentiende, esta actividad fue formalizada y ahora serán personas certificadas cooperativismo y desempeñaran su labor diaria en calidad de trabajadores asociados de la cooperativa. El concepto para referirse a ellos será comerciante del espacio público.

La cooperativa inicialmente estará conformada por 34 socios distribuidos en la parte administrativa compuesta por 4 asociados (gerente, asistente administrativo, asistente contables y atención al asociado) y 30 en la parte operativa (comerciantes asociados).

El contador y el revisor fiscal serán contratados de manera independiente con contrato de prestación de servicios.

A continuación, se describen los cargos a desempeñar por la cooperativa:

Asamblea general: Está conformada por todos los asociados hábiles de la cooperativa, sus reuniones serán anuales y en caso de que una situación lo amerite tendrán una asamblea extraordinaria para discutir y decidir algún acontecimiento en beneficio de la organización de más deben tener conocimientos administrativos.

Consejo de administración: Es elegido por la asamblea general de delegados compuesto por 5 principales y 5 suplentes, es un órgano de administración encargado de tomar y aprobar decisiones administrativas. Tendrán sesiones cada semana para ponerse al tanto del funcionamiento de la cooperativa.

Junta de vigilancia: Es el órgano de control de la cooperativa y es el encargado de velar por el buen funcionamiento de la entidad en todos los sentidos. Está compuesta por 3 principales y 3 suplente, las sesiones serán cada mes y no tendrán remuneración alguna por esta función.

Gerente: Será elegido por todos los miembros de la asamblea general, debe ser profesional, con conocimientos en administración, excelente comunicación y manejo de buenas relaciones interpersonales.

Revisor fiscal: Será un agente externo y esta tendrá la obligación de velar porque haya una transparencia en la forma como el contador lleve cada una de las cuentas operacionales y no operacionales de la cooperativa.

Asistente administrativo: Será elegida por el gerente y tendrá la función de buscar las mejores opciones para que la cooperativa sea productiva, coordinar y gestionar la entrega de los productos a los vendedores, además de manejar todos los procesos internos de la asociación.

Servicios contables: Se contratará una entidad externa que conozca todo lo referente al manejo financiero, de manera que todos los procesos sean llevados de manera correcta de esta manera la cooperativa reducirá el presupuesto, un contador asociado, implica una compensación más alta, igual manera se contará con un **asistente contable** encargado del departamento de tesorería y contabilidad, para llevar los documentos de estas dependencias en orden.

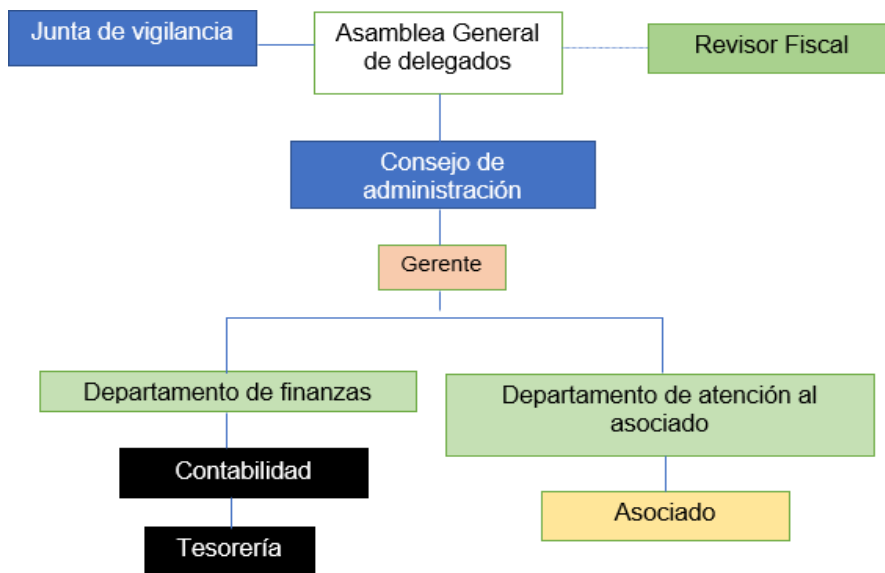
Atención al asociado: Será el puente entre la sede administrativa y el asociado, recibiendo sugerencias y quejas, será la persona encargada de transmitir estas situaciones ante la gerencia. Como la cooperativa está en su etapa inicial, esta

persona tendrá también la función de atención al cliente atendiendo los diferentes casos presentados en relación a la organización.

Asociados: Son todos aquellos que se unieron de una manera voluntaria a la cooperativa multiactiva Coopevin en calidad de asociado.

Figura 7

Organigrama Coopevin



Nota: De Autoría Propia.

Los asociados de las cooperativas no reciben un sueldo como tal, en retribución a su aporte de trabajo recibirá una compensación de acuerdo a un régimen especial que los cubija.

Los Asociados de la parte administrativa de Coopevin tendrán derecho a lasiguiente compensación:

Tabla 6

Nómina Gerente



Cooperativa multiactiva
Coopevin C.T.A Nit. 800.085.399-1
Dirección: Cra 40 N° 66-30
Pbx: (+57) 3206459611
Medellín - Colombia

RECIBO DE PAGO

Señor: Robin Edilson Rendon Gomez
Básico hora: 3785.5250
Ciudad: Medellín

Periodo

Desde	Hasta	Nro.
01-11-2021	30-11-2021	13

Deducciones			Valor
			Fondo de desarrollo 37.500,00
			Cuota administración 24.446,00
Compensación	Tiempo 240	Valor 1.081.236,00	Ded. Fondo siniestros 14.000,00
Aux. Movilidad	0	169.164,00	Aporte de salud 36.342,00
Comp. Extraordinaria	0	172.608,00	Ded. Aporte social 93.580,00
Aux. De bienestar	0	665.6100,00	Ded. Funeraria. 3.800,00
			Ded. Seguro de vida 7.300,00
			Aportes pensión 36.342,00
Recibi: C.C: 1.054.550.059		Devengados	Deducciones
		1.915.918,00	253.310,00
			Neto 1.490.00,00

Nota: De Elaboración Propia.

Tabla 7*Nómina Asistente Administrativa*

Cooperativa multiactiva
 Coopevin C.T.A Nit. 800.085.399-1
 Dirección: Cra 40 N° 66-30
 Pbx: (+57) 3206459611
 Medellín - Colombia

RECIBO DE PAGO

Señora: : Yerli Millerlay Giraldo Ortiz
Básico hora: 3785.5250
Ciudad: Medellín

Periodo

Desde	Hasta	Nro.
01-11-2021	30-11-2021	13

Deducciones			Valor	
			Fondo de desarrollo	37.500,00
			Cuota administración	24.446,00
Compensación	240	908.582,00	Ded. Fondo siniestros	14.000,00
Aux. Movilidad	0	169.164,00	Aporte de salud	36.342,00
Comp. Extraordinaria	0	172.608,00	Ded. Aporte social	93.580,00
Aux. De bienestar	0	665.610,00	Ded. Funeraria.	3.800,00
			Ded. Seguro de vida	7.300,00
			Aportes pensión	36.342,00
Recibí: _C.C: 1.054.550.059		Devengados	Deducciones	Neto
		1.743.310,00	253.310,00	1.490.00,00

Nota: De Elaboración Propia.

Tabla 8*Nómina Atención al Asociado*

Cooperativa multiactiva
 Coopevin C.T.A Nit. 800.085.399-1
 Dirección: Cra 40 N° 66-30
 Pbx: (+57) 3206459611
 Medellín - Colombia

RECIBO DE PAGO

Señora: Adriana Marcela Zapata Buitrago
Básica hora: 3785.5250
Ciudad: Medellín

Periodo

Desde	Hasta	Nro.
01-11-2021	30-11-2021	13

Deducciones			Valor	
			Fondo de desarrollo	37.500,00
	Tiempo	Valor	Cuota administración	24.446,00
Compensación	240	908.582,00	Ded. Fondo siniestros	14.000,00
Aux. Movilidad	0	169.164,00	Aporte de salud	36.342,00
Comp. Extraordinaria	0	172.608,00	Ded. Aporte social	93.580,00
Aux. De bienestar	0	665.610,00	Ded. Funeraria.	3.800,00
			Ded. Seguro de vida	7.300,00
			Aportes pensión	36.342,00
Recibí: _C.C: 1.054.550.059		Devengados	Deducciones	Neto
		1.743.310,00	253.310,00	1.490.00,00

Nota: De Elaboración Propia.

Tabla 9

Nómina Asistente Contable



Cooperativa multiactiva
 Coopevin C.T.A Nit. 800.085.399-1
 Dirección: Cra 40 N° 66-30
 Pbx: (+57) 3206459611
 Medellín - Colombia

RECIBO DE PAGO

Señor: Víctor Hugo Restrepo
 Básico hora: 3785.5250
 Ciudad: Medellín

Periodo

Desde	Hasta	Nro.
01-11-2021	30-11-2021	13

Deducciones			Valor	
	Tiempo	Valor		
			Fondo de desarrollo	37.500,00
Compensación	240	908.582,00	Cuota administración	24.446,00
Aux. Movilidad	0	169.164,00	Ded. Fondo siniestros	14.000,00
Comp. Extraordinaria	0	172.608,00	Aporte de salud	36.342,00
Aux. De bienestar	0	665.610,00	Ded. Aporte social	93.580,00
			Ded. Funeraria.	3.800,00
			Ded. Seguro de vida	7.300,00
			Aportes pensión	36.342,00
Recibí: _C.C: 1.054.550.059		Devengados	Deducciones	Neto
		1.743.310,00	253.310,00	1.490.00,00

Nota: De Elaboración Propia.

Los comerciantes asociados a diferencia del gerente, tendrán la misma remuneración a comparación del personal administrativo.

Aunque el personal operativo trabajará diferentes horarios y además harán dos horas extra diarias con sus respectivos descansos, esto se implementó con el fin de preservar la igualdad y equidad entre los asociados.

En la siguiente colilla de pago se evidencia un mes de remuneración de cada comerciante asociado; en total 30, la única diferencia es el número de horas laboradas.

Igual variada cada mes si llegará a presentar una situación especial entre los involucrados.

Tabla 10

Nómina Comerciante Asociado



Cooperativa multiactiva
Coopevin C.T.A Nit. 800.085.399-1
Dirección: Cra 40 N° 66-30
Pbx: (+57) 3206459611
Medellín - Colombia

RECIBO DE PAGO

Señora: Adriana Marcela Zapata Buitrago
Básica hora: 3785.5250
Ciudad: Medellín

Periodo

Desde	Hasta	Nro.
01-11-2021	30-11-2021	13

Deducciones			Valor
	Tiempo	Valor	Fondo de desarrollo
Compensación	240	908.582,00	Cuota administración
Aux. Movilidad	0	169.164,00	Ded. Fondo siniestros
Comp. Extraordinaria	0	172.608,00	Aporte de salud
Aux. De bienestar	0	665.610,00	Ded. Aporte social
			Ded. Funeraria.
			Ded. Seguro de vida
			Aportes pensión
			37.500,00
			24.446,00
			14.000,00
			36.342,00
			93.580,00
			3.800,00
			7.300,00
			36.342,00
Recibí: _C.C: 1.054.550.059		Devengados	Deducciones
		1.743.310,00	253.310,00
			Neto
			1.490.00,00

Nota: De Elaboración Propia.

Los gastos en cuanto a nómina y servicios prestados estimados para cada mes serán los siguientes:

Tabla 11

Gasto Nómina Mensual

Area administrativa	\$ 6.132.608,00
Area operativa	\$ 44.700.000,00
Servicios de contabilidad	\$ 908.582,00
Revisor fiscal	\$ 908.582,00
Total	\$ 52.649.772,00

Nota: De Elaboración Propia.

Adicional a lo anterior tendrán derecho a un descanso anual, auxilio anual y prima semestral; liquidado en base al SMLV.

Algo a tener en cuenta, las cooperativas están exenta de pago de parafiscales, de acuerdo con el artículo 19-4 del estatuto tributario:

Las cooperativas, sus asociaciones, uniones, ligas centrales, organismos de grado superior de carácter financiero, las asociaciones mutualistas, instituciones auxiliares del cooperativismo, confederaciones cooperativas, previstas en la legislación cooperativa, vigiladas por alguna superintendencia u organismo de control tributan renta sobre sus beneficios netos o excedentes a la tarifa única especial del veinte por ciento (20%), es decir, son contribuyentes declarantes del impuesto de renta y complementarios (Confecoop, 2019).

Descripción de Equipos De Oficina:

Para el funcionamiento cooperativa se necesita de una sede administrativa, para múltiples requerimientos de la organización como atención al asociado, atención al cliente u otros más, para el funcionamiento de ellos necesitamos una variedad de objetos relacionados en la tabla 12.

Tabla 12

Descripción Equipos De Oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores todo en uno	7	\$ 1.800.000	\$ 12.600.000
Escritorios	7	\$ 400.000	\$ 2.800.000
Sillas ergonómicas	7	\$ 350.000	\$ 2.450.000
Sillas interlocutoras	14	\$ 100.000	\$ 1.400.000
Teléfonos	7	\$ 70.000	\$ 490.000
Total			\$ 19.740.000

Nota: De Elaboración Propia.

Procesos Preoperativos:

Como este modelo de emprendimiento social da origen a una empresa del sector de la economía solidaria, debe acogerse a la normatividad establecida por el Gobierno Nacional y lo contemplado en la ley 79 de 1988 y la ley 454 de 1998 y demás disposiciones legales que el estado colombiano disponga.

Para comenzar operaciones es necesario inscribir la cooperativa en cámara de comercio, para lo cual se necesita.

Fase 1.

Confirma que exista un grupo de personas con voluntad manifiesta de asociarse el número mínimo de asociados constituyentes para crear una cooperativa es de 20.

Define el tipo de cooperativa que se va a formar: es una cooperativa multiactiva cuando atiende varias necesidades a través de diversos servicios, pero bajo una misma entidad jurídica.

Mínimo de 20 horas de capacitación para los asociados.

Elaborar los estatutos de la compañía. (Nombre tentativo de la cooperativa, domicilio de la organización, tipo de cooperativa, objeto de la cooperativa, el alcance de la cooperativa: si es regional, nacional, o internacional).

Fase 2.

Convocar a los asociados. Discutir

y aprobar los estatutos.

Elegir el presidente y el secretario de la asamblea, el consejo de administración, la junta de vigilancia, el revisor fiscal y los comités.

Elaborar el acta constitutiva.

Fase 3.

Establecer los datos referentes a la identificación de la cooperativa.

Datos de identificación, domicilio y contacto de los asociados fundadores que suscriben.

El nombre que se le ha dado a la entidad, poniendo al final la palabra cooperativas o cooperativo.

Debe especificar el tipo de organización sin ánimo de lucro que se está constituyendo, siendo en nuestro caso una cooperativa multiactiva.

El domicilio completo de la cooperativa, especificando el municipio en el que se ubica.

El objeto de la entidad, especificando cuáles son las actividades que va a desarrollar la cooperativa.

Duración de la cooperativa o si es de duración indefinida.

Definir todo lo relacionado al proceder de los asociados de la cooperativa como los derechos y deberes de los asociados, definir cuál será el régimen y la responsabilidad de la cooperativa y sus asociados, régimen de sanciones a los integrantes de la cooperativa, causas de estas y los procedimientos a seguir, determinar el órgano encargado de la evaluación y procedimiento de admisión, retiro y exclusión de integrantes de la cooperativa, así como el establecimiento de estos procedimientos, procedimientos para la resolución de diferencias y conflictos entre asociados, o de asociados con la cooperativa.

Definir todo lo relacionado al establecimiento y manejo de las finanzas en la cooperativa como el manifestar la conformación del patrimonio, tanto variable como ilimitado, la forma en que los aportes se harán y la forma en que se realizará su pago y devolución, establecer cuál será la cantidad mínima, no reducible, de los aportes, por el tiempo en que exista la cooperativa, definir el procedimiento por el cual se estimará el valor de los aportes, tanto en especie como en trabajo, determinar las reservas y fondos sociales, su finalidad y forma de utilización; en un documento adjunto, el representante legal debe certificar que los asociados fundadores han pagado por lo menos el 25 % de los aportes iniciales, establecer cómo se aplicarán los excedentes cooperativos, definir el procedimiento para la liquidación de la cooperativa, indicando lo pertinente sobre el manejo que se hará de los remanentes.

Establecer todo lo relativo a la estructura y funcionamiento de la cooperativa.

Determinar el procedimiento por el cual se reformarán los estatutos. Forma en que se realizará la administración de la cooperativa.

Órganos encargados de la administración, las atribuciones que tendrá, así como sus facultades y también sus limitaciones.

Constitución, procedimientos, funciones y vigencias de los órganos de administración.

Órganos encargados de la vigilancia de la entidad.

Nombramiento de la junta encargada de la vigilancia y nombramiento del revisor fiscal.

Condiciones, formas de elección y sustitución de los miembros de los órganos administrativos.

Qué normas regirán la incorporación, fusión, conversión, transformación, liquidación y disolución.

Determinar la ocurrencia de las reuniones de carácter ordinario y las causas que ameriten reuniones extraordinarias.

Establecer los criterios de mayoría calificada para discutir temas y tomar decisiones en las reuniones; aspectos como determinar las causales de disolución de la cooperativa, dar legitimidad a los estatutos, aceptación por escrito de los estatutos y nombramientos por parte de los miembros elegidos, certificación de educación cooperativa obligatoria., solicitud de inscripción que contenga los datos de la entidad y los nombres e identificación del representante legal y el revisor fiscal carta de acatamiento de las normas en el proceso de conformación de la entidad y recibo de pago del impuesto de registro.

Fase 4.**Inscripción ante cámara de comercio con los siguientes documentos:**

Acta de constitución.

Aportes y la aceptación de cargos suscrito por el presidente y el secretario de la asamblea y los integrantes de la cooperativa.

Copia de los estatutos firmados por los integrantes de la cooperativa.

Diligenciar los formularios correspondientes ante cámara de comercio.

Fase 5.**Completar trámites legales ante superintendencia de la economía solidaria:**

Petición firmada por representante legal y presidente de la junta de vigilancia en el formato de trámites de la superintendencia respectiva.

Original del acta de constitución y estatutos, firmados por el presidente y el secretario de la asamblea.

Certificado general del curso básico de educación cooperativa de veinte horas, dictado por una organización acreditada.

Certificación del pago del 25 % de los aportes iniciales por parte de todos los asociados fundadores.

Certificado de antecedentes disciplinarios del revisor fiscal.

Certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio correspondiente.

Certificación del representante legal donde confirma que el revisor fiscal no es asociado (dependiendo del objeto de la cooperativa, también deberán registrarse en las otras superintendencias que correspondan).

Fase 6.

Solicita ante la Dian el registro único tributario. Esta solicitud debe ser realizada por el representante legal.

Solicita autorización de facturación, también debe ser realizada por el representante legal.

Localización, Descripción del Ámbito Territorial donde Se Montará el Proyecto (Bien o Servicio) Sustentando las Ventajas y Desventajas:***Localización del proyecto:***

Parque principal de barrio Villa Hermosa, comuna 8 del municipio de Medellín.

Este sector en el cual dónde se encuentra la cooperativa multiactiva Coopevin posee los siguientes caracteres ante ventajas y desventajas siendo las siguientes: ***Ventajas:***

Esta en una zona privilegiada, cerca al centro de la ciudad a solo 10 minutos, con excelentes rutas de transporte de una manera constantes, posee diferentes vías principales de acceso como la Cra 39 y la Cra 41; facilitando la movilidad de sus vehículos, evitando tacos.

Es un barrio muy poblado, dónde la gente de cuenta constantemente para realizar diferentes actividades como sacar a los niños a jugar a las zonas recreativas del parque infantil, hacer sus compras de primeras necesidades, a comer con solo o con sus allegados, existe una variedad de elección para el consumidor, pues el parque y sus alrededores es el punto de abastecimiento y consumo para la comuna 8, con precios asequibles al público.

El parque de Villa Hermosa es un lugar amplio con excelentes espacios donde el espacio público es controlado por la alcaldía de la ciudad.

La seguridad del sector es buena en todos los sentidos, justo a una cuadra está ubicado un batallón del ejército, además la policía hace presencia constante, velando por la seguridad de los ciudadanos del lugar.

Cómo el parque es tan amplio ofrece espacios amplios para ubicar el puesto de los vendedores y dando la opción de poder ampliar más el comercio.

Hay clínicas, hospitales e instituciones educativas cerca, se evidencia un alto avance y progreso económico, donde el alcalde ha hecho una variedad de inversiones en cuanto a infraestructura vial y andenes y adecuaciones en el parque.

Desventajas:

Al ser la zona comercial del barrio, cada día se evidencia la llegada de nuevos vendedores informales, con precios más bajos, dando lugar a la competencia desleal.

Los grandes negocios se han convertido en la mejor elección para el consumidor, ofrece mayor variedad de productos, atrayendo más a las personas y de esta manera afecta de una manera considerable a los pequeños negocios.

La sobre población está empezando a afectar la movilidad tanto de peatones como vehículos, pues, aunque hay buenas vías de acceso, se evidencia un alto flujo en horas de la mañana y horas de la tarde; en el intermedio del día es relativamente calmado.

Proyecciones de Ventas:

Tabla 13

Cálculo De La Demanda

Población objetivo	43.612
Consumo promedio (mensual)	\$163.230.000
Total consumo	\$230.000.000
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	40%
Total demanda potencial	17.445

Nota: Los datos de la población objetivo y total demanda potencia se colocaron en

relación a lo expuesto en la tabla 2. Fuente: De Elaboración Propia.

Tabla 14

Proyecciones de Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Total	2.081.400.000	2.102.540.000	2.149.048.000
Enero	169.500.000	171.450.000	175.740.000
Febrero	177.200.000	178.920.000	182.704.000
Marzo	186.500.000	188.150.000	191.780.000
Abril	180.000.000	182.000.000	186.400.000
Mayo	187.500.000	189.250.000	193.100.000
Junio	189.800.000	191.780.000	196.136.000
Julio	191.000.000	193.100.000	197.720.000
Agosto	189.400.000	191.340.000	195.608.000
Septiembre	198.100.000	199.910.000	203.892.000
Noviembre	190.300.000	192.330.000	196.796.000
Diciembre	222.100.000	224.310.000	229.172.000

Nota: De Elaboración Propia.

Precio de Venta:**Tabla 15**

Punto de Equilibrio

	Año 1
Total costos fijos	\$ 979.380.000
Total costos variables	\$ 879.380.000
Número de unidades	195.876
Costo total promedio unitario	\$ 3.000
Costo promedio unitario	\$ 2.500
Costo variable unitario	\$ 2.000
Precio de venta sin IVA	\$ 7.800
Precio de venta con IVA	\$ 9.300
Margen de utilidad promedio	\$ 6.000
Punto de equilibrio en unidades	\$ 5.000

Nota: De Elaboración Propia.

Proyecciones Ingresos por Ventas:**Tabla 16**

Proyecciones de Ingresos por Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Total ventas	\$ 2.121.400.000	2.122.540.000	2.149.048.000
Descuentos por ventas	10%	10%	10%
Ventas netas	\$ 1.873.260.000	\$ 1.892.286.000	\$ 1.934.143.000
% de ventas a contado	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0	0	0

Nota: De Elaboración Propia.

Tabla 17*Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual)*

Ventas esperadas miles						
	E	F	M	A	M	JN
Total ventas			175.450.000	176.450.000	177.450.000	176.450.000
	173.450.000	174.450.000				
Descuentos por ventas	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Ventas netas	156.105.000	157.005.000	157.905.000	158.805.000	159.705.000	158.805.000
% de ventas a contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0	0	0	0	0	0
Ventas esperadas miles						
	JN	JL	A	S	O	N
Total ventas	175.450.000	173.450.000	178.450.000	177.450.000	\$179.450.000	183.450.000
Descuentos por ventas	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Ventas netas	157.905.000	156.105.000	160.605.000	159.705.000	161.505.000	165.105.000
% de ventas a contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0	0		0	0	0

Nota: De Elaboración Propia.

En concordancia con la información anterior, se observa un buen comportamiento en las proyecciones de ingresos por ventas hechas por la cooperativa, donde se contempla un rango de ventas con cifras muy cercanas en todos los meses, solo en el mes de diciembre se ve una cifra más sobresaliente, se sobre entiende, ese mes en donde va estar más concurrido el parque del barrio Villa Hermosa.

Capital de Trabajo:**Tabla 18**

Flujo de Caja Mensual

	E	F	M	A	M	JN
Ingresos	173.450.000	174.450.000	175.450.000	176.450.000	177.450.000	176.450.000
Ventas	10.000.000	12.000.000	12.500.000	12.000.000	11.000.000	13.000.000
Total ingresos	183.450.000	186.450.000	187.950.000	188.450.000	188.450.000	189.450.000
Egresos						
Compra material prima e insumos	81.615.000	80.815.000	82.620.000	84.000.000	83.815.000	70.112.000
Remuneración personal operativo	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000
Gastos generales de operación	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Remuneración administrativos	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608
Gastos de administración	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164
Gastos financieros	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Gastos de marketing	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Otros gastos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Total egresos	146.064.772	145.264.772	147.069.772	148.449.772	148.264.772	134.561.772
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$37.385.228	\$41.185.228	\$40.880.228	\$40.000.228	\$40.185.228	\$54.888.228
	JL	A	S	O	N	D
Ingresos	175.450.000	173.450.000	178.450.000	177.450.000	179.450.000	183.450.000
Ventas	13.500.000	12.700.000	13.000.000	12.800.000	14.000.000	16.000.000

Total ingresos	188.950.000	186.150.000	191.450.000	190.250.000	193.450.000	199.450.000
Egresos						
Compra material	80.000.000	70.615.000	75.000.000	85.700.000	88.000.000	90.500.000
prima e insumos						
Remuneración personal operativo	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000	44.700.000
Gastos generales de operación	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Remuneración administrativos	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608	6.132.608
Gastos de administración	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164	1.817.164
Gastos financieros	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Gastos de marketing	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Otros gastos	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Total egresos	144.449.772	135.064.772	139.449.772	150.149.772	152.449.772	154.949.772
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$44.500.228	\$51.085.228	\$52.000.228	\$40.100.228	\$41.000.228	\$44.500.228

Nota: De Elaboración Propia.

De acuerdo con la información anterior nuestro proyecto de emprendimiento social es viable, con una estructura financiera sólida y con un crecimiento de capital constante beneficiando económicamente a sus asociados y por ende a sus familias.

La diferencia arrojada entre los ingresos y egresos, es una cifra positiva en cadames, algo a tener en cuenta, cada año se repartirán las ganancias acumuladas entre

sus asociados y se harán inversiones en la cooperativa permitidas ante la ley; las organizaciones sin ánimos de lucro no son acumuladoras de capital.

Tabla 19

Saldos Acumulados (en Miles)

	E	F	M	A	M	JN
Flujo mensual	\$37.385.228	\$41.185.228,00	\$40.880.228	\$40.000.228	\$40.185.228	\$54.888.228
Flujo mensual acumulado	\$37.385.228	\$41.185.228,00	\$40.880.228	\$40.000.228	\$40.185.228	\$54.888.228
	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	\$44.500.228	\$51.085.228	\$52.000.228	\$40.100.228	\$41.000.228	\$44.500.228
Flujo mensual acumulado	\$44.500.228	\$51.085.228	\$52.000.228	\$40.100.228	\$41.000.228	\$44.500.228

Nota: De Elaboración Propia.

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere.

Inversiones:

En la siguiente tabla se describe la inversión inicial en cuanto a los conceptos que incluyen este rubro como la inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

Tabla 20

Inversión Total

Rubro	Concepto	Valor	
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 42.560.000	
	Equipo de oficina	\$ 19.740.000	
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	\$ 1.000.000	
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 5.000.000	
	Gastos legales de constitución	\$ 1000.000	
	Marketing	\$ 600.000	
	Arriendo	\$ 2.000.000	
	Sueldos	6.132.608	
	Chalecos con logos de la cooperativa	\$ 800.000	
	Gorras con logo de la cooperativa	\$ 320.000	
	Mantenimiento maquinaria y equipo de segunda mano	\$ 2.000.000	
	Capital de trabajo	Existencias	\$ 30.000.000
	Total		\$ 111.152.608

Nota: De Elaboración Propia.

Para esta etapa tenemos previsto un total de inversión de \$ 111.152.698 para iniciar nuestro proyecto y ponerlo en marcha, gracias a las proyecciones anteriores podremos adquirir un ROI con un excelente beneficio en cuanto a la inversión realizada.

Las fuentes de capital de inversión donde se relaciona son las opciones para la conformación del dinero necesario para empezar a operar, es decir, si será capital propio o a través de un tercero y si es este último proyecciones de costo de capital.

Inversión.

La estimación de la inversión para empezar a operar la cooperativa multiactiva tiene un valor de \$ 111.752.608, de los cuales \$30.600.000 los aportaran los 34 asociados (\$ 900.000 c/u) y los otros \$ 81.152.608; presentaremos nuestro proyecto estructurado ante Bancolombia para solicitar un préstamo para creación de empresa, por un plazo de 36 meses y con tasa EA del 25%.

Tabla 21

Inversión Capital de Trabajo

Aporte capital asociados	\$30.600.000
Préstamo solicitado	\$81.152.608
Plazo en meses	36
Tasa EA	25%
Impuestos	2.5 %

Nota: De Elaboración Propia.

La inversión para el proyecto ha sido destinada para la adquisición de activos fijos como computadores, equipos para oficina maquinaria y otros.

Conclusiones

Para el desarrollo de un nuevo proyecto es de vital importancia conocer el presupuesto y el margen de utilidad que este pueda generar, es así como el estudio de factibilidad, viabilidad y/o estudio de mercado son vitales al momento de arrancar un proyecto. Este tipo de análisis permiten al emprendedor a su idea de negocio a realizar ajustes necesarios o en el peor de los casos desistir y evitar múltiples pérdidas.

Realizar una buena planeación estratégica a la hora de emprender una empresa social, garantizará cada uno de los objetivos proyectados a mediano y largo plazo y de esta manera poder incursionar en el mercado de una forma eficaz y eficiente.

El comercio informal es una actividad la cual necesita atención de los entes gubernamentales, las personas dedicadas a este oficio no cuentan con las condiciones necesarias para poder realizar este oficio y poder satisfacer sus necesidades básicas, se les están violando los derechos como ciudadanos y además existe un abandono de sus gobernantes.

El modelo Design thinking es una Metodología muy importante para Coopevin; nos facilitará la solución de los problemas presentados en el comercio informal, brindando diversas alternativas para mejorar las necesidades de este escenario.

Conocer las diferentes problemáticas las cuales afectan a las diferentes poblaciones tanto de la zona urbana como rural del país, es esencial para realizar un proyecto de emprendimiento social, pues gracias a este vamos a poder dar soluciones concretas y así de podemos ayudar a un sin número de personas afectadas por estos problemas.

Bibliografía

Alcaldía de medellín. (18 de 09 de 2014). *Plan de desarrollo local/comuna 8 Villa Hermosa*

a.

File:///e:/unad%20sexto%20semestre/diplomado%20de%20profundizaci%3%93
n%20para%20tecnolog%3%8das%20gesti%3%93n%20del%20marketing%20
para%20el%20emprendimiento%20social/comuna8_Villa_Hermosa.pdf

Alcaldía de medellín. (18 de 09 de 2021). *Comuna 8: Villa Hermosa*. ficha de caracterización;

departamento administrativo de planeación ubdirección de prospectiva, información y
evaluación estratégica :

file:///e:/unad%20sexto%20semestre/diplomado%20de%20profundizaci%3%93
n%20para%20tecnolog%3%8das%20gesti%3%93n%20del%20marketing%20
para%20el%20emprendimiento%20social/comuna%208%20Villa%20Hermosa-
ficha%20informativa.pdf

Confecoop. (11 de 04 de 2019). *Ley 1943 de 2018 exoneró a las cooperativas del pago de*

oportos parafiscales. [https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2019/ley-1943-de-
2018-exonero-a-las-cooperativas-del-pago-de-aportes-parafiscales/](https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2019/ley-1943-de-2018-exonero-a-las-cooperativas-del-pago-de-aportes-parafiscales/)

Coomulsap. (03 de 11 de 2021). *Misión y visión*.

<https://www.coomulsap.com/portal/mision-y-vision/>

Dane. (01 de 05 de 2021). *Empleo informal y seguridad social*.

[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-
laboral/empleo-informal-y-seguridad-social](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social)

Dinngo. (24 de 10 de 2021). *Curso online introducción al design thinking*.

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Economía 3. (21 de 02 de 2021). *Ventajas y desventajas de una cooperativa.*

<https://economia3.com/ventajas-y-desventajas-de-cooperativa/>

Encolombia. (17 de 09 de 2021). *Antecedentes de la medición del sector informal.*

<https://encolombia.com/economia/info->

[economica/informal/algunosantecedentesdelamedicinadelsectorinformal/](https://encolombia.com/economia/info-economica/informal/algunosantecedentesdelamedicinadelsectorinformal/)

Google. (10 de 10 de 2021). *Medellín.* <https://goo.gl/maps/kvf75fuj5ifs8y7c9> Informa directorio

de empresas. (03 de 11 de 2021). *Cooperativa multiactiva de*

servicios berlin. Obtenido de <https://www.informacolombia.com/directorio->

[empresas/informacion-empresa/cooperativa-multiactiva-servicios-berlin](https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/cooperativa-multiactiva-servicios-berlin)

Mercado, R. M., & Ovallos, F. G. (17 de 09 de 2018). *Diseño de propuesta estratégica para la*

formalización de los trabajadores informales del Sector Centro Parque Caldas del

municipio de Arauca.

<https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1224/1/RUNILLANOS%20GPR>

[%200102%20DISE%c3%91O%20DE%20PROPUESTA%20ESTRATEGICA%20](https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1224/1/RUNILLANOS%20GPR)

[PARA%20LA%20FORMALIZACION%20DE%20LOS%20TRABAJADORES%20I](https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1224/1/RUNILLANOS%20GPR)

[NFORMALES%20DEL%20SECTOR%20CENTRO%20PARQUE%20CALDAS%](https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1224/1/RUNILLANOS%20GPR)

[20DEL%20MUNICIPIO%2](https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1224/1/RUNILLANOS%20GPR)

Morela, p. B. (marzo de 2010). *Revista venezolana de gerencia.* ve.scielo.org:

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1315-

[99842010000100001](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1315-99842010000100001)

Ochoa, d., & ordóñez, a. (01 de 07 de 2004). *Informalidad en colombia. Causas, efectos*

y características de la economía del rebusque.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0123-59232004000100005

The Power. (2021). *Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa*.

<https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter/>

Wikipedia. (07 de 11 de 2021). *Villa Hermosa (Medellín)*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_\(Medell%C3%ADN\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_(Medell%C3%ADN))

Wikipedia. (10 de 10 de 2021). *Villa Hermosa (Medellín)*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_\(Medell%C3%ADN\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Hermosa_(Medell%C3%ADN))