

Casa taller Robles – Oicatá

Nassly Dayany Buitrago Paez
Yency Lisbeth Escobar Gamboa
Diva Emilce Corredor Pulido
Cesar Herley Villamil Rozo

Presentado a la tutora:

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y Distancia – UNAD

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

Diplomado de Profundización Para Tecnologías Gestión Del Marketing Para

el Emprendimiento Social

2024

Resumen

Casa Taller Robles es un emprendimiento productivo y formativo que contempla un desarrollo arquitectónico de uso combinado comercial, industrial y de actividad social y formativa, de gran visión y potencial de prosperidad para el Municipio de Oicatá, este proyecto se vincula la experiencia profesional y de vida de los proponentes en los campos académico, industrial y artesanal, todo lo cual converge en la intención de Compartir y Avanzar esa experiencia en beneficio de la comunidad Oicatense.

Dicho proyecto desea brindar a la población propia y visitante del municipio de Oicatá, Boyacá, una propuesta con alternativas de integración, de reunión lúdica o de trabajo, de café y pastelería básica, y de aprendizaje que incluye talleres de los diferentes productos que se ofrecerán en la Casa Taller Robles mediante la oferta de un sitio amplio y agradable de reunión, conferencias, talleres cortos de formación en las áreas de su experticia y de conferencistas invitados sobre otros temas que pudieran resultar de interés para la comunidad.

Lo primero incluye costura básica, tejidos en técnicas de crochet, dos agujas, tejedora manual y tejeduría en telar de ruanas, en lana de oveja. Respecto de ésta última se pretende rescatar e incentivar la industria lanar, una cultura local ancestral que por falta de reconocimiento y estímulo está desapareciendo en el Municipio, perdiéndose con ella una oportunidad de empleo y calidad de vida de la comunidad.

Evidencia de esta tradición local es la existencia de pequeños rebaños, la supervivencia de unas pocas hilanderas de huso manual, varias rucacas de hilar en manos de otras tantas artesanas hilanderas y la presunta existencia de una dotación de telares en la Alcaldía, fruto de un curso del Sena que se habría ofrecido en el pasado, pero de lo cual hay un desafortunado silencio. Por el contrario, la decadencia del oficio se refleja en la costumbre de desechar o

quemar los vellones por falta de demanda suficiente, y la evidente ausencia de proyectos formativos en el área.

En resumen, la Casa Taller pretende ser un lugar de encuentro con la comunidad y de la comunidad entre sí en un ambiente proactivo y constructivo, en su calidad de empresa privada, pretende impulsar una arqueología local de tradiciones industriales y culturales, de ofrecer productos propios e intermediar productos locales y regionales, y en general promover la integración de la comunidad.

Palabras Clave. Convivencia, capacitación, ecología, arqueología cultural, industria lanar, productos locales y regionales, cine, sensibilización ambiental.

Abstract

Casa Taller Robles is a business venture whose intention is to share the expertise and investment of its proponents with the community of Oicatá, Boyacá. It will incorporate the life and professional expertise of its proponents in several fields such as education, food products, knitting and weaving, this present project, have the aforementioned intention of sharing and furthering that experience with the local community. Briefly, the Project aims to offer locals and visitors with a meeting place that offers integration, recreation and formative opportunities and a coffee shop, and in time workshops on a variety of topics both of the proponents' own expertise and of visiting lecturers. To the former pertain sewing, hand and machine knitting, and loom weaving. The latter activity intends to rescue a local tradition of wool industry which is waning but evident in the presence of small sheep flocks, a few hand and mechanical wool spinners, and the alleged but silent existence of a stock of looms that were presented by SENA for a training course for locals at some time in the past, and the loss of which activity is also a loss of employment opportunities for the community.

In its nature as a private Enterprise it will strive to promote the archaeology of local traditions and in general to promote community integration and welfare.

Key Word- Coexistence, Training, Ecology, Cultural archaeology, Wool industry, Local and regional products, Cinema, Environmental awareness.

Tabla de Contenido

Introducción.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Planteamiento del Problema	11
Innovación Social Que Trae Consigo	13
Modelo de Negocios	17
Descripción Detallada del Modelo Canva.....	18
Propuesta de Valor.....	18
Actividades Clave.....	19
Atributos y Beneficios de Robles	20
Grupo Objetivo del Proyecto.....	21
Segmentación	22
Artesanos	22
Talleres y Capacitaciones	22
Comercio	22
Programas Sociales.....	22
Geográfico	23
La Competencia.....	23
Aliados Claves.....	25
Estrategias de Mercado.....	27
Retos.....	27
Estrategias Online	27

Estrategias Offline.....	28
Prototipos	28
Publicación de Historia en Facebook	29
Tuit de producto en Twitter	29
Proyección Operativa Y Financiera.....	33
Recursos Operativos.....	33
Tamaño del Proyecto.....	33
Disponibilidad Insumos.....	33
Ficha Técnica del Producto	34
Descripción de la Maquinaria.....	35
Proyecciones de Distribución en Planta	36
Organigrama.....	37
Equipos de Oficina	38
Procesos Preoperativos.....	39
Localización	39
Proyecciones de Ventas.....	40
Precio de Venta	41
Proyecciones Ingresos por Ventas.....	43
Capital de Trabajo	44
Inversiones	46
Inversión Inicial.....	46
Fuentes de Capital de Inversión	47
Conclusiones.....	49
Referencias Bibliográficas.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Tamaño del proyecto</i>	33
Tabla 2 <i>Maquinaria</i>	35
Tabla 3 <i>Proyección lista de precios 2024</i>	36
Tabla 4 <i>Equipos de oficina</i>	38
Tabla 5 <i>Proyecciones de ventas</i>	41
Tabla 6 <i>Punto de equilibrio</i>	42
Tabla 7 <i>Proyecciones</i>	43
Tabla 8 <i>Proyecciones de Ingreso</i>	43
Tabla 9 <i>Flujo de caja</i>	45
Tabla 10 <i>Saldos</i>	45
Tabla 11 <i>Inversión total</i>	46

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Proceso de desing thinking</i>	14
Figura 2 <i>Modelo Canva</i>	17
Figura 3 <i>Logo</i>	20
Figura 4 <i>Producto destacado</i>	28
Figura 5 <i>Tradición, vocación e innovación con la lana de oveja</i>	29
Figura 6 <i>Página web</i>	30
Figura 7 <i>Artículos online</i>	31
Figura 8 <i>Página web</i>	31
Figura 9 <i>Página web</i>	32
Figura 10 <i>Organigrama</i>	37

Introducción

El presente trabajo se basa en la propuesta de un plan de negocios para la creación de una empresa de tejido de lana de oveja, la idea parte de formalizar un negocio que actualmente está encaminando, teniendo en cuenta la calidad de los productos.

Se ha realizado diferentes análisis sobre el entorno, las características de nuestros clientes actuales y potenciales, así como la proyección económica y financiera que se realizó en la presente fase, este plan de desarrollo empresarial se realiza por personas emprendedoras y en el plasman ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar.

El plan estratégico tiene un enfoque del producto para lo cual nos estamos apoyando como es el plan de marketing, los precios de venta se han determinado en base sólida estructurada de costos que hemos armado, así como análisis de nuestro mercado actual, esto nos ha dado como resultado una proyección positiva de rentabilidad tanto económica como financiera lo cual nos confirmara la viabilidad del proyecto

Objetivos

Objetivo General

Estructurar los recursos operativos y financieros del plan de mercadeo para llevar a cabo las necesidades de los recursos para las inversiones y los costos de producción y por otro, los ingresos financieros basados en las ventas previstas.

Objetivos Específicos

Determinar la demanda en el mercado actual sobre las prendas de vestir de lana de oveja.

Establecer los costos, gastos, ingresos e inversiones en los que incurrirá la empresa.

Definir la maquinaria que se requiere para la producción de las prendas de vestir.

Optimizar la utilización de los recursos humanos, financieros, y de infraestructura relacionados con la producción de lana de oveja.

Planteamiento del Problema

Una observación atenta de la vida cotidiana del municipio de Oicatá hace aflorar hechos que no son exclusivos del Municipio, sino que son propios de la generalidad del área rural del país, tales como: La progresiva pérdida de población joven por su migración a la ciudad, el desgaste del suelo por el uso de agroquímicos, la creciente presencia de terrenos agrícolas subutilizados y el estilo prevalente del pastoreo extensivo lechero de subsistencia; son algunas de las dificultades más sobresalientes que encontramos en Oicatá

En general la pérdida de producción agropecuaria por la combinación de los motivos anteriores y por el envejecimiento de la población restante en el campo, y los pocos espacios de comercialización de los productos del campo sin intermediarios. Siendo que el nuevo gobierno (2022) hace manifiesta su preocupación por el estado de postración del campo, su propuesta de asignación de tierras, siendo respetable, no considera otras variables que contribuyan verdaderamente a recuperar la dignidad y la productividad de la población campesina, que atraviesa por problemas como los mencionados arriba.

En este sentido todo esfuerzo que contribuya a “ver el campo desde el campo” y a tratar de revertir esos factores degenerativos apunta a la recuperación de la dignidad del oficio agrario. Esta problemática se beneficia de la observación atenta de esos fenómenos y de cualquier esfuerzo, por modesto que sea, de rescatar lo que haya de valioso en la tradición productiva campesina, de formar generaciones jóvenes que valoren el campo y que aprendan oficios propios del mismo, y de introducir ideas y técnicas locales y extranjeras que resulten pertinentes, tales como la ganadería semiestabulada que reemplace la ganadería extensiva, el desarrollo de agroindustrias locales con la leche, las frutas y demás productos locales, y todo lo que pueda contribuir a la reversión de este deterioro en la reconstrucción del campo como bodega

alimentaria del país, pero más importante, a juicio de los proponentes, para asegurar la seguridad alimentaria de la propia población rural.

Como segunda vertiente de la problemática local se observa una afluencia creciente de turistas al municipio y un rápido crecimiento de población inmigrante frente a una escasez de oferta de servicios para atenderlos, y para inducirlos a consumir los productos locales.

Con el crecimiento demográfico del municipio de Oicatá Boyacá, se observa la necesidad de inauguración de lugares cómodos, atractivos y suficientes para atender tanto la comunidad propia, como la visitante que sobre todo en los días de fin de semana y festivos acude al municipio. Oicatá presenta grandes ventajas que favorecen dicha afluencia en busca de un lugar de esparcimiento, actividades al aire libre y/o vivienda agradable y rural, pero cerca de la ciudad

Innovación Social Que Trae Consigo

Este proyecto se propone como una alternativa productiva en oicata – Boyacá a través del aprovechamiento de la lana de oveja, para realización de tejidos, en el proceso se han resaltado diversos enfoques de intervención social, herramientas de gerencia donde se realiza un aporte para el fortalecimiento de la comercialización de los derivados a través del aprovechamiento de la lana, de oveja, al tener en cuenta la cadena de producción y las potencialidades para generar alternativas económicas para las familias de Oicatá. Se pretende fortalecer el comercio justo y vincular la familia, simultáneamente se retoman los saberes tradicionales asociados a generar una opción de ingreso para las familias del municipio que deseen hacer parte de este proyecto; teniendo en cuenta la producción limpia y el mejoramiento continuo de las condiciones de elaboración de tejidos y la cría de los ejemplares de los cuales se va a proveer la lana para la comercialización.

Estas prácticas artesanales serán el principal elemento para conformar una red de trabajo asociativo para la producción de artesanías a base de lana y por supuesto la solución de varias problemáticas a través de la participación y la innovación social. Un elemento fundamental como el diálogo de saberes, la construcción de lineamientos comunes en los tejidos y su posterior comercialización pueden llegar a generar tejido social en la transmisión de conocimientos a nuevas generaciones, participar en un desarrollo sostenible y generar valor económico y humano que deben ser considerados en cuenta en el desarrollo de este tipo de proyecto.

Dentro del proceso de Design Thinking, en la etapa de definición se utilizará como herramienta saturar y agrupar, cuya finalidad es ayudar a organizar la información de forma visual y acceder fácilmente a ella.

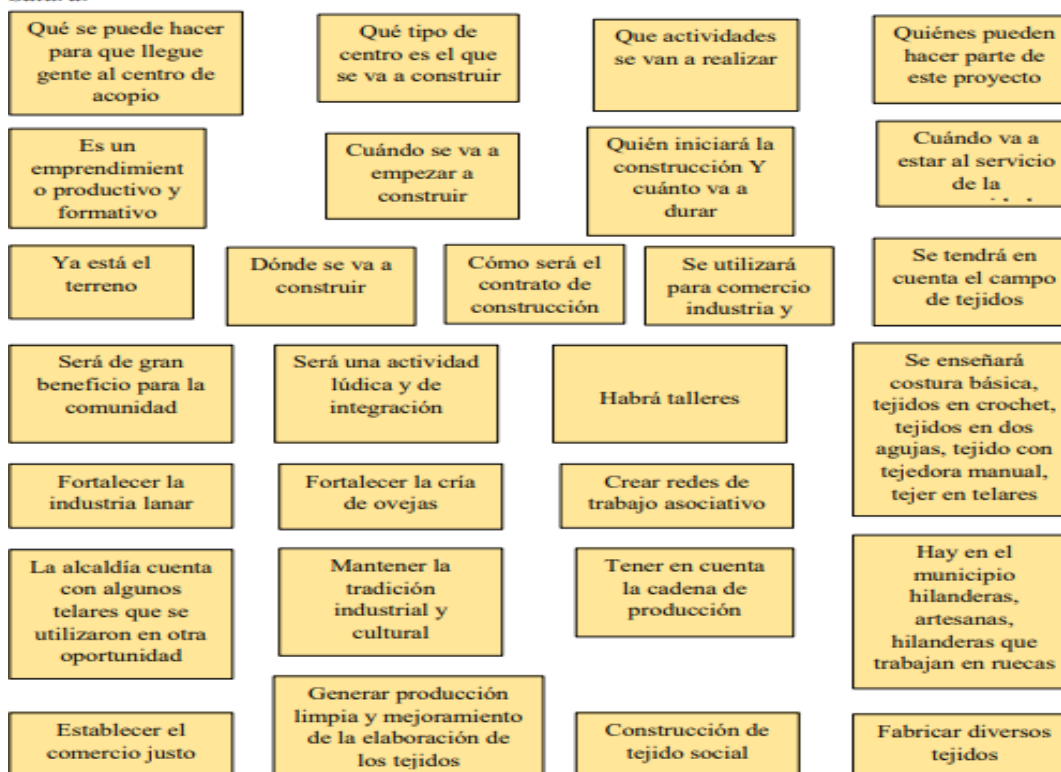
Antes de utilizar la herramienta saturar y agrupar hay que tener en cuenta el arquetipo, que en este caso son los criadores de ovejas y las hilanderas.

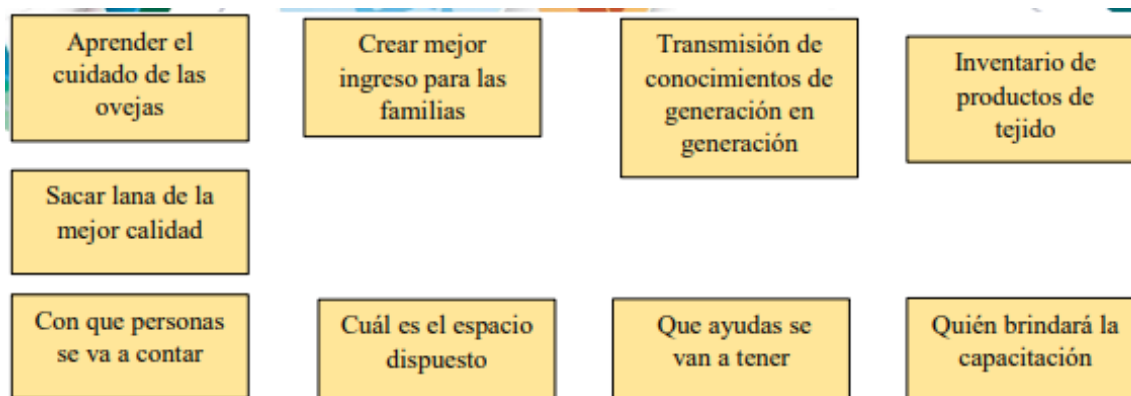
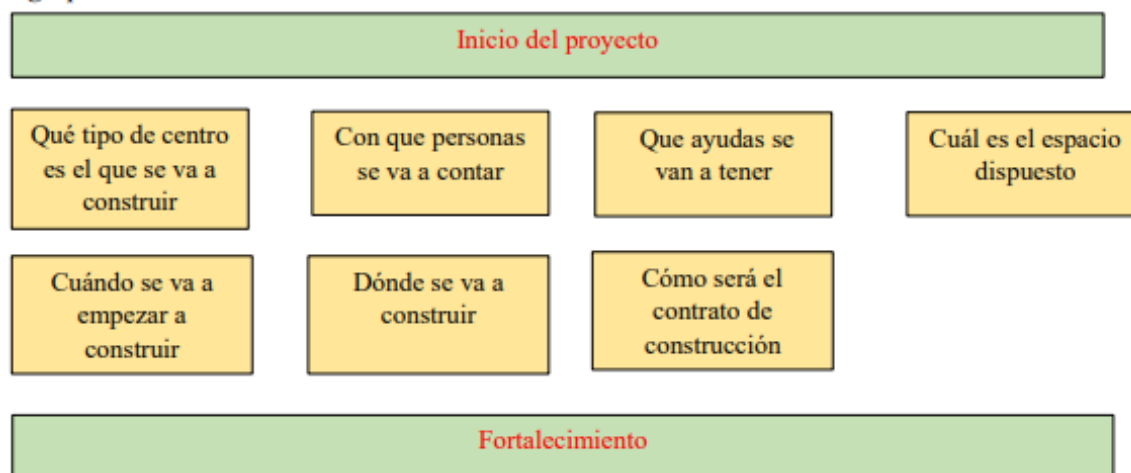
Hay que preguntarse ¿Qué podríamos hacer para incrementar la cría de ovejas en el municipio y que la gente participe del proyecto?

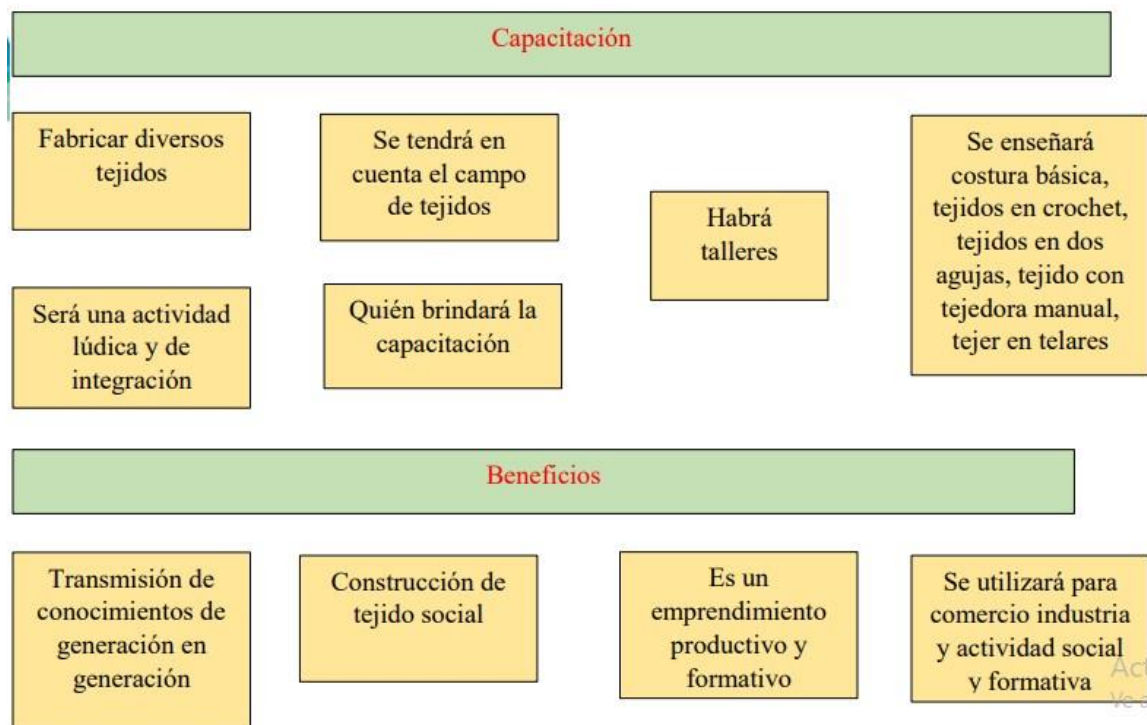
Figura 1

Proceso de Desing Thinking

Saturar



*Agrupar*



Nota. Etapa de definición se utilizará como herramienta saturar y agrupar 2023. *Fuente.*

Autoría propia

Modelo de Negocios

Figura 2

Modelo Canva



Nota. Descripción detallada de la propuesta de negocio, 2023. Fuente. Autoría propia

Descripción Detallada del Modelo Canva

Propuesta de Valor

En el plan de negocio se identificó el portafolio de productos que se ofrecen a los diferentes consumidores en la línea de prendas hechas en lana de oveja, es un proyecto de Fortalecimiento Productivo y Comercial de la comunidad de oicata en el departamento de

Boyacá, el cual tiene como objetivo apoyar la comunidad de oicata siendo productoras artesanales de la región, en el diseño e innovación de productos, búsqueda de oportunidades en el mercado local y regional para la sostenibilidad de empleo y promover el desarrollo económico y social de la región. Para el desarrollo del componente de Planes de Negocios en unidades productivas artesanales.

Esquema de negocio planteado. Producción y comercialización de tejidos en lana de oveja en sus puntos de venta en la ciudad de Sogamoso, municipios aledaños, mercado regional artesanal, tiendas especializadas.

Competitividad en precios de mercado. De acuerdo con el esquema de negocio presentado por cada taller artesanal, se tiende a unificar los criterios de precios para ser competitivos en los diferentes nichos de mercado, manejando precios justos que favorezca los intereses de los artesanos.

Calidad en el producto. La lana de oveja es un producto insignia del departamento de Boyacá, tiene un alto reconocimiento en el mercado, de ahí su aceptación, diseños únicos tradicionales.

Actividades Clave

Estos componentes del Plan de Negocios hacen referencia a las actividades que el grupo de artesanos que deben realizar en la consecución de materias primas, distribución de los procesos productivos, optimización de la utilización de las herramientas, empaque, productos en proceso y terminado; además de la determinación de la capacidad instalada, esto con el fin de garantizar la calidad del producto y el cumplimiento del mercado local y regional identificado.

Crear un Equipo y Conseguir Líderes. Muy competentes, emocionalmente estables, realistas, maduros, calmados y leales, que trabajen juntos expeditamente, es necesaria la identificación de líderes positivos dentro del grupo, categorizando las personas de acuerdo a su rol dentro de la cadena de producción, pero especialmente la formación en los valores compartidos del modelo asociativo.

Establecer Prioridades. Para definir el camino y alinear recursos, acciones y energías para lograr los objetivos.

Alinear y Ser Efectivo en la Ejecución de los Recursos. Es vital para la permanencia y sostenibilidad del proyecto, especialmente los recursos monetarios gestionados en cooperación internacional.

Canales

El eje central para diferenciar los productos va a ser el reforzar la potencia emocional de conocer los pasos por los cuales se elabora cada artículo, por medio de piezas promocionales en redes sociales, y en el plan de medios físicos se debe generar folletos, catálogos y tarjetas que se difundan como estrategia de posicionamiento de la marca y de la asociación, en eventos de artesanías y de emprendimiento. Además, se debe proyectar El marketing mix se compone de la Publicidad, Mercadotecnia directa, Promoción de ventas, Relaciones Públicas y la Venta

Personal, por lo tanto, en una organización que cuente con un proceso naciente se propone centrar el esfuerzo en promoción de ventas, la venta personal y la mercadotecnia directa como el comercio electrónico.

Atributos y Beneficios

Marca: Casa Taller Robles Oicatá

Figura 3

Logo.



Nota. Slogan: “Abrígate con calidez, tradición y sostenibilidad: Robles, tu estilo” 2023.

Fuente. Autoría propia

Atributos y Beneficios de Robles

Excelente Calidad. Elaboramos productos con lana de oveja cuidadosamente seleccionada y procesada con el fin de garantizar la máxima calidad y durabilidad.

Variedad de Productos. Hemos desarrollado una gran variedad de diseños con el objetivo de satisfacer las necesidades, requerimientos y expectativas de nuestros clientes.

Sostenibilidad. La lana de oveja es un recurso renovable y biodegradable, por lo anterior nuestros productos garantizan el cuidado y protección de medio ambiente.

Autenticidad. Cada producto es elaborado a mano o en telar, con un diseño único y el toque personal de cada tejedor o artesano.

Promociones. Dentro de nuestras estrategias de fidelización, contamos con estrategias como el 20% de descuento en la segunda prenda y tarjeta puntos acumulables.

Contenido en Redes Sociales. A través de nuestro blog y redes sociales donde brindamos información de nuestros productos, talleres, artesanos, etc.

Grupo Objetivo del Proyecto

Casa Taller Robles Oicatá apuesta por un grupo objetivo compuesto por personas que valoran la calidad, la originalidad y apoyan la protección el medio ambiente, esto incluye:

Personas que disfrutan la moda, diseños únicos y de calidad.

Clientes que valoran el esfuerzo y dedicación que invierten los artesanos en la elaboración de los productos.

Clientes consientes de la necesidad de proteger el medio ambiente, apoyar prácticas sostenibles y disfrutar de productos naturales.

Con la anterior caracterización nuestro grupo de consumidores estará compuesto por los turistas que visitan el municipio cada fin de semana, para realizar la ruta de ciclo montañismo, los cuales finalizan la travesía en el parque principal del pueblo; también los potenciales clientes que participan en las ferias de emprendimiento organizadas por la marca Soy Boyacá, la Cámara de Comercio, la Caja de Compensación y las Universidades de la región.

Adicionalmente cabe aclarar que nuestros principales consumidores serán los mismos habitantes del municipio, ellos apoyarán nuestro emprendimiento como los primeros embajadores de marca.

Segmentación

La importancia de la lana recae en aspectos sociales y culturales del municipio de oicatá-Boyacá, en el sentido del rescate tradicional en cuanto al ejercicio de diferentes oficios y actividades comerciales que utilizan la lana como producto principal.

Son diferentes variables las que aportan a la cadena de valor de la producción de artesanías derivadas de la lana, por ejemplo, el teñido de lana es parte de la cadena de valor de muchos artesanos, en donde ellos ven un beneficio económico al ejecutar el proceso de teñido de la lana de forma artesanal, haciendo esta actividad según tradiciones.

Tal como se mencionó en el capítulo anterior, los segmentos a abordar son variados, hay distintos segmentos que apuntan a necesidades diferentes y se van a mencionar a continuación:

Artesanos

Trabajan principalmente en lanas naturales para la fabricación de prendas de vestir, ropa, y artesanías en general. Son en su mayoría mujeres que tienen residencia en el municipio de oicata Boyacá.

Talleres y Capacitaciones

Al igual que los artesanos, trabajan elaborando los mismos productos, pero además se les va capacitando y enseñando distintas técnicas del tejido y de teñido de lana.

Comercio

Son mujeres del municipio de oicatá Boyacá de la industria lanera que fabrican diferentes tipos de productos elaborados por la lana de oveja.

Programas Sociales

Son programas en donde el centro de las operaciones está en personas que buscan ejecutar artesanías, ya sea para prendas de vestir o artesanías de decoración.

En definitiva, el segmento desea satisfacer son los anteriormente mencionados y potenciar su presencia en el mercado a través de nuevos productos y procesos en la cadena productiva de las mujeres del municipio de Oicatá.

Si bien la segmentación es parte del plan de marketing, para llevar a cabo el plan estratégico de negocio, lo primero que se debe tener definido es el segmento objetivo al cual se pretende satisfacer las necesidades. Estos segmentos objetivos son artesanos laneros que trabajan productos derivados de la lana en el municipio de Oicatá.

Geográfico

Los proponentes han venido desarrollando durante los últimos siete años una variedad de iniciativas y productos de tejido se hereda una larga herencia familiar del tejido a mano, en tejedora manual y telar, y se ha acopiado una infraestructura para la producción de tejidos incluyendo rueca mecánica, tejedora familiar para fibras sintéticas, y telar horizontal de lisos para la producción de prendas de lana.

En el pequeño predio propio se ha desarrollado la actividad en el municipio de oicata junto con la administración del Municipio.

La Competencia

En el municipio de Oicata, ubicado en el departamento de Boyacá no hay competencia directa, pero si la hay en municipios vecinos como Cómbita, Nobsa, Tibasosa, Chiquinquirá y Tunja, donde hay empresas de Tejidos de lana de oveja y que llevan muchos años en el mercado.

En Cómbita está la empresa llamada Tejidos R y H, la cual ofrece productos en tienda y a la vez entrega a domicilio; está ubicado en la vereda La Cubanita, pero no es muy reconocido a nivel del departamento. En el municipio de Tibasosa Boyacá, las artesanías de lana de oveja

están lideradas por la asociación de artesanas de Tibasosa, funcionando con su respectivo registro ante cámara y comercio desde el 4 Julio de 2014, que benefician a 11 personas de manera directa; sin embargo, presentan algunos inconvenientes por falta de apoyo para hacer visibles sus productos.

En Chiquinquirá no son fabricantes, pero si son socios estratégicos de alguna empresa que les vende sus productos, la empresa se llama la Casa de la Ruana, maneja tienda y ventas por internet.

Uno de los competidores fuertes en materia de tejidos en lana de oveja, es el municipio de Nobsa Boyacá, y el municipio de Iza; el primero, no solo es conocido a nivel del departamento y de la región, sino que es conocido a nivel internacional por sus tejidos especialmente ruanas, que son de tan alta calidad, que se exportan a Italia, España, Estados

Unidos; los artesanos dedicados a esta actividad elaboran ellos mismos sus tejidos y dicen que realizan alrededor de 5 ruanas al día, lo que significa que ya son expertos en el tema; además cuentan con empresas que les compran sus productos, para ser exportados.

En Iza Boyacá, está Tejidos Rebanca, son fabricantes y cuentan con un taller de moda artesanal, donde hacen sus productos en telarees horizontales; allí no solo fabrican ruanas, sino kimonos y chalecos; agrupa a treinta familias que se dedican a esta actividad y tiene como tejedores principales a jóvenes a quienes les gusta el oficio, que ha sido transmitido de generación en generación; sus productos ya también son muy conocidos.

En Tunja, hay tiendas dedicadas a los tejidos, pero la mayoría las compran a fabricantes de otros municipios como Nobsa, Tibasosa, e Iza. Una de las empresas que hay en Tunja y que trabajan en telares es la empresa Nibria Tejidos Tradicionales, está ubicada en la carrera 8 # 1878, su producto principal son las ruanas unisex, la ruana típica y la ruana para dama en

diversos estilos y colores; también hacen chales, bufandas y toda clase de tejidos en telares horizontales. Además de vender en tienda, venden a otras empresas y a otras tiendas que se especializan en esta actividad.

Como se puede ver la competencia es alta debido a la calidad que se maneja y al tiempo de experiencia que llevan en esta actividad.

Aliados Claves

Lo más importante dentro de los aliados claves es contar con inversionistas, aquellas personas que puedan disponer de capital, para invertir en el proyecto y hacer que funcione.

El principal aliado clave son los proveedores de la materia prima, que en este caso son, las personas que crían las ovejas y que luego venden el producto a las tejedoras; por ello es necesario que estas personas desarrollen un proceso bastante bueno y con lana de calidad, debido a la competencia que existe. Pero no es fácil, pues el proceso de terminación de la lana es un proceso arduo y que requiere de material que a veces los campesinos no tienen. Como la idea de este proyecto es que se críen las ovejas en el municipio y se lleve allí mismo el proceso, entonces se convierten en aliados clave.

En cuanto a las tejedoras es necesario contar con un socio clave, que sea un artesano de amplia experiencia, que transmita sus conocimientos a las tejedoras y que les brinde mucho más apoyo en el tejido.

Las tejedoras son claves en este negocio, pues como se quiere que sean tejidos realizados por las mismas familias que se dedican a este oficio en el municipio, hay que rescatar esta tradición y contar con su trabajo y experiencia.

En cuanto a los minoristas estos son otro de los socios claves, pues ellos pueden comprar el producto que hacen las tejedoras y venderlo en sus tiendas; en cuanto a los mayoristas se debe

conseguir socios que puedan sacar el producto del municipio y darlo a conocer en estos espacios y en otras regiones; es por ello por lo que se pueden realizar alianzas con otras empresas, a fin de vender nuestros productos.

Estrategias de Mercado

Casa Taller Robles Oicatá tiene el propósito de implementar estrategias de marketing que encierren un conjunto de acciones enmarcadas en publicidad ATL y BTL, en las que se utilicen actividades dirigidas a la promoción y posicionamiento y en donde se muestren diferentes aspectos y atributos del portafolio de productos; dentro de estas actividades de publicidad encontramos las estrategias de comunicación.

Retos

Promocionar y posicionar la imagen de la Casa Taller Robles Oicatá.

Expandir la marca y abrir fronteras, iniciando en primer momento por llegar a los principales nichos de mercados regionales, dando a conocer los productos y logrando una familiarización de los clientes en ambientes y lugares diferentes.

Estrategias Online

Por medio de las plataformas: Facebook, Twitter, You Tube e Instagram, se activarán estrategias como: Crear concursos y campañas publicitarias en las cuales el cliente sea el protagonista, para esto aprovecharemos la celebración de fechas especiales. Reproducción de spots publicitarios relacionados con la comercialización y participación de la Casa Taller Robles Oicatá, en eventos como ferias de emprendimiento y artesanales; en los cuales los productos estén en contacto permanente con los clientes.

Publicaciones en las historias de Instagram creando encuestas que permitan que el cliente interactúe con la empresa, permitiéndonos conocer de cerca sus preferencias, gustos, expectativas, etc. Crear campañas especiales para los lanzamientos de colecciones especiales, teniendo en cuenta fechas importantes, eventos o actividades que se desarrollen desde la empresa para el público.

Estrategias Offline

La Casa Taller Robles Oicatá se inscribirá en cada feria de desarrollo empresarial que organicen entidades de orden departamental y municipal, se realizarán visitas TAT a fin de llegar con nuestros productos a la mayor cantidad posible de municipios; para lo cual contaremos con el apoyo de un carro brandeado con un llamativo banner de nuestros productos. Se repartirán volantes en papel propalcote a full color con imágenes llamativas e innovadoras de nuestros productos en donde se resaltarán los atributos de nuestros productos.

Finalmente, la tienda física estará brandeada con la misma publicidad del carro a fin de crear reconocimiento de marca, contará con zona de desinfección, varios espejos de diferentes tamaños y formas.

Prototipos

Figura 4

Publicación de producto destacado en Instagram



Nota. Descubre la calidez y la autenticidad de nuestros hermosos sacos de lana de oveja, cada prenda es única, tejida a mano con amor y dedicación. ¡¡ Abrígate con calidad!!!

Hashtags relevantes: #LanaDeOveja #Moda Sostenible #ArtesaníaYCalidad

El anterior prototipo se centra en resaltar un producto específico mientras sobresalen sus atributos de calidad, autenticidad y sostenibilidad; los hashtags son una herramienta muy útil para aumentar visibilidad en segmentos interesados en estos temas.

Publicación de Historia en Facebook

Título de la historia. Tradición, vocación e innovación con la lana de oveja.

Figura 5

Tradición, vocación e innovación con la lana de oveja



Nota. Te invitamos a hacer un pequeño viaje detrás de escena para conoczcas como creamos nuestros productos, cada paso refleja nuestra dedicación a la calidad, la sostenibilidad yel apoyo a la comunidad local 2023.

Facebook fue la primera plataforma digital que permitió compartir contenido y continúa siendo una de las más usadas, son muchas las empresas que utilizan esta herramienta para dar a conocer sus productos, servicios, promociones, lanzamientos y más. Las historias de Facebook permiten compartir contenido visual de manera más inmersiva, en este caso, destacamos la historia, detrás de nuestros productos y resaltamos la pasión por la lana de oveja y la artesanía.

Tuit de producto en Twitter

¡Abrígate con estilo y disfruta la sostenibilidad de nuestros productos hermosos sacos de lana de oveja!! Cada prenda es única, tejida a mano con cariño por artesanos de Oicatá.

Descubre la calidez y la autenticidad. #ModaSostenible # LanaDeOveja

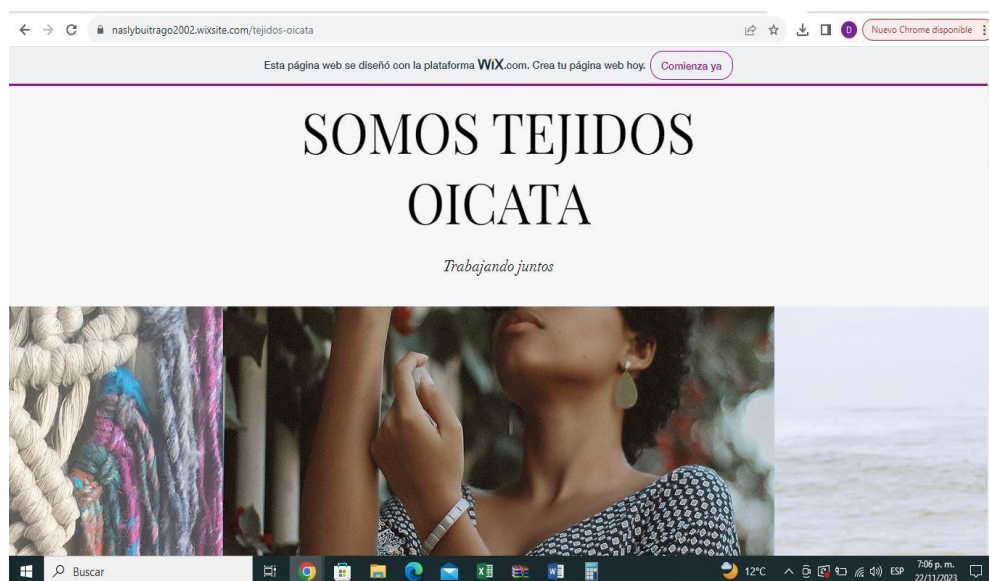
Este tuit se enfoca en resaltar aspectos relevantes como, moda sostenible, calidad, autenticidad y apoyo a los artesanos de Oicatá; lo anterior contribuye a aumentar la visibilidad entre los interesados en la moda sostenible y de lana de oveja, se envía un mensaje conciso y directo, lo que es efectivo en twitter, ya que la brevedad es importante.

A continuación, se adjunta link de compras y pagos en línea.

<https://naslybuitrago2002.wixsite.com/tejidos-oicata>

Figura 6

Página Web



Nota. Presentación de la página web 2023. *Fuente.* Autoría propia

Figura 7

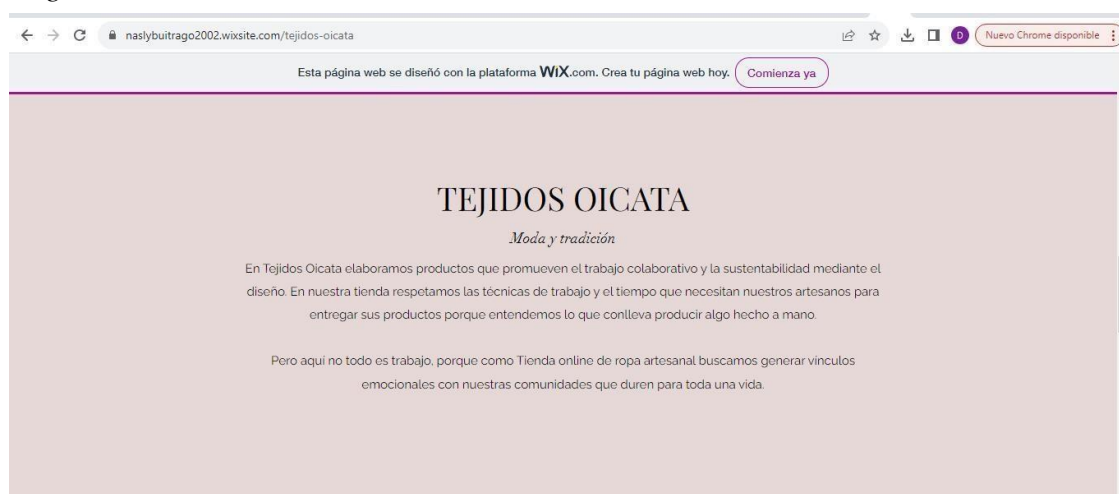
Artículos Online



Nota. Variedad de artículos según los gustos 2023. *Fuente.* Autoría propia

Figura 8

Página Web

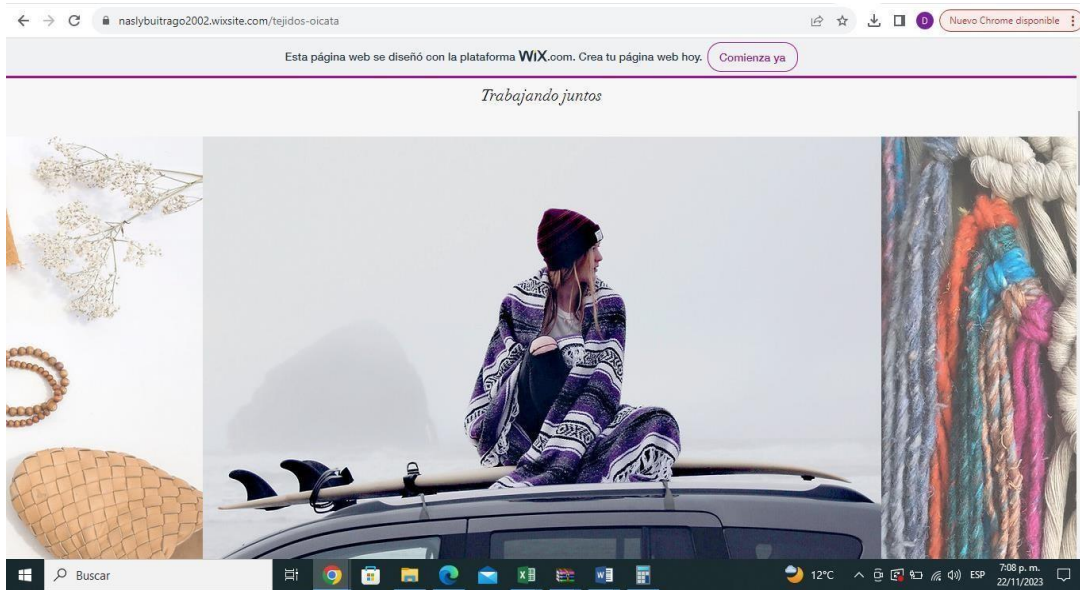


Nota. Para más información sobre la empresa 2023. *Fuente.* Autoría propia

Figura 9

Página Web

Nota. Solicitud de pedidos 2023. *Fuente.* Autoría propia



Proyección Operativa Y Financiera

Recursos Operativos

Tamaño del Proyecto

Descripción de la capacidad instalada de la empresa en términos de unidades en coherencia con el potencial de mercado identificado. Se debe contemplar el tipo de tecnología que se ha de emplear. El tamaño en términos del espacio que se requiere.

Tabla 1

Tamaño del proyecto

Área	176 metros cuadrados
% de espacio utilizado	82%

Nota: Descripción de la capacidad instalada de la empresa 2023. *Fuente.* Autoría propia

Disponibilidad Insumos

Descripción de las fuentes de insumos y si es necesario contar con un stock o no de inventarios, así como revisar cada cuando se haría la rotación de estos. Esta con la finalidad de identificar los recursos económicos que se requieren para stock de materia prima.

Nuestro emprendimiento ha tenido una buena recepción en el municipio, son muchas las familias que tradicionalmente cuidan ovejas, en el momento existen tres (3) rebaños grandes, ellos serán nuestros principales proveedores; lo anterior garantizará la provisión de nuestro insumo básico. Adicionalmente en los municipios cercanos como Chivatá, Toca, Tuta y Combita, también se puede adquirir la materia prima necesaria.

De acuerdo con nuestro análisis, se contará con la materia prima necesaria (lana de oveja) desde el comienzo, razón por la cual se llevará un inventario a fin de tener el control de la información como cantidad de lana en stock, número de proveedores, clases de lana, colores, etc.

También es necesario llevar un inventario de agujas para tejer, agujas para coser, telares, husos, torteros, etc.

Ficha Técnica del Producto

(Bien o servicio) en donde se detalla las características para evocar los actividades, infraestructura y recursos adicionales que se necesitan. Por ejemplo, el tipo de infraestructura. En otras palabras, la intención es visualizar los diferentes procesos que se requieren desde la concepción del servicio hasta su entrega al cliente final.

A continuación, exponemos la ficha técnica para nuestro producto principal, saco en lana de oveja.

Nombre. Saco tipo chaqueta con capota unisex.

Descripción del Producto. Saco resistente, abrigador y duradero, fabricado con lana de oveja cuidadosamente procesada, cumplimiento estándares de calidad.

Materiales. Principal.

Lana de Oveja 100%

Forro Interior. Tela impermeable

Cierre. Botones de madera.

Tallas y Medidas. M-L: 45 cm ancho, 65 cm alto y 68 cm brazo.

L-XL: 51 cm ancho, 65 cm alto y 70 cm brazo.

XL-XXL: 59cm ancho, 60 cm alto y 70cm brazo.

Color.

Crudo natural.

Café natural.

Gris natural.

Tinturado.

Proceso de Fabricación. Selección de la lana: se realiza la clasificación de la lana a fin de escoger la de mayor calidad, se verifica que esté libre de impurezas.

Lavado y Tratamiento. Se procede a ejecutar el proceso de lavado con productos biodegradables que cuiden la salud de nuestros clientes y protejan el medio ambiente.

Tejido. Nuestros productos son tejidos manualmente por artesanas de la región y algunos de forma semi- industrial en telares artesanales.

Confección. Costuras resistentes, botones de calidad.

Acabado. Revisión de calidad, etiquetado y empaque.

Cuidado y Mantenimiento de la Prenda. Lavar a mano con agua fría y detergente suave, secar al aire.

Precio. \$ 150.000

Observaciones. Se ofrece servicio personalizado de prendas para pedidos a granel.

Para compras por internet, el tiempo estimado de entrega es de 3 a 8 días, dependiendo de la distancia.

Descripción de la Maquinaria

Tabla 2

Maquinaria

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina de coser Brother BM 2800	1	\$ 890.000	\$ 890.000
Fileteadora Kingter 3.200	1	\$ 950.000	\$ 950.000

Máquina de coser Singer recta 2250	1	\$850.000	\$850.000
Máquina de tejer Singer Telar Horizontal 4 piezas	2	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
Rueca	4	\$ 500.000	\$2.000.000
Husos para hilar	2	\$100.000	\$ 200.000
Mesa de corte	22	\$ 20.000	\$ 440.000
Vitrina de Exhibición	2	\$ 150.000	\$ 300.000
	6	\$ 350.000	\$2.100.000
Total	41		\$10.930.000

Nota: Relación de máquinas en inventario de la empresa (2013). *Fuente.* Autoría propia

Proyecciones de Distribución en Planta

Tabla 3

Proyección Lista de Precios 2024

Producto	Precio Base Aumento	Precio Base	Aumento	Precio Base	
	2023	precio 5%	2024	Precio 5%	2025
Ruana Mujer	\$180.000	\$ 9.000	\$189.000	\$ 9.450	\$ 198.450
Ruana Hombre	\$ 200.000	\$ 10.000	\$ 210.000	\$ 10.500	\$ 220.500
Ruana Niño	\$140.000	\$7.000	\$147.000	\$ 7.345	\$154.350
Saco Unisex Talla Única Chaqueta Hombre	\$ 120.000	\$ 6.000	\$ 126.000	\$ 6.300	\$ 132.300

Chaqueta Mujer	\$ 230.000	\$ 11.500	\$ 241.500	\$12.050	\$ 253.550
Chaqueta Niño Unisex	\$ 200.0000	\$ 10.000	\$ 210.000	\$ 10.500	\$ 220.500
	\$120.000	\$ 6.000	\$ 126.000	\$ 6.300	\$ 132.300
Gorro Grande	\$50.000	\$ 2.500	\$ 52.500	\$2.625	\$55.125
Gorro Pequeño	\$40.000	\$ 2.000	\$ 42.000	\$ 2.100	\$ 44.100
Guantes	\$40.000	\$ 2.000	\$ 42.000	\$ 2.100	\$ 44.100

Nota. Descripción precios por prenda (2013). *Fuente.* Autoría propia

Organigrama

Figura 10

Organigrama



Fuente. Autoría propia

Equipos de Oficina

Tabla 4

Equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador Intel Core I5	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
Escritorio en madera 1.20 m x 90 cm	2	\$ 290.000	\$580.000
Silla escritorio ergonómica	2	\$ 180.000	\$ 360.000
Archivador 3 cajones	1	\$ 280.000	\$ 280.0000
Impresora multifuncional Epson	1	\$ 2.480.000	\$ 2.480.000
Mesa auxiliar	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Juego de sala	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
Implementos de papelería	varios	\$ 1500.000	\$ 1500.000
TOTAL			\$ 9.130.000

Nota: Descripción de equipos en inventario de la empresa. *Fuente.* Autoría propia

Procesos Preoperativos

Los proponentes han venido desarrollando una variedad de iniciativas y productos que son el semillero del establecimiento urbano y su actividad. En el campo de tejidos se hereda una larga herencia del tejido a mano, en tejedora manual y telar, y se ha acopiado una infraestructura para la producción de tejidos incluyendo rueca mecánica, tejedora familiar para fibras sintéticas, telar horizontal de lisos para la producción de ruanas y otras prendas de lana. Además, se ha adoptado la iniciativa ecológica de la “paca digestora Silva”, emprendimiento del Técnico Forestal Guillermo Silva Pérez, para el aprovechamiento de residuos orgánicos en forma ecológica.

Se espera una recepción favorable de este proyecto por parte de la comunidad y de la administración del Municipio, y en un futuro próximo el acuerdo de contratos de capacitación en diferentes áreas para diferentes sectores de la población.

Localización

Nuestro negocio estará ubicado en Oicatá, es un municipio del departamento de Boyacá, Colombia, ubicado a unos 7 kilómetros al norte de la ciudad de Tunja, la capital del departamento. Oicatá es conocida por su rica historia prehispánica, ya que en sus alrededores se han encontrado importantes vestigios arqueológicos de la cultura Muisca.

En Oicatá se encuentra la Parroquia de la Inmaculada Concepción, clasificado como uno de los templos doctrineros más antiguos de América latina y es un importante lugar de interés turístico y religioso en la región. Además, el municipio tiene hermosos paisajes naturales, flora y fauna variada y es un lugar ideal para los amantes de la naturaleza, las caminatas al aire libre, los paseos en bicicleta, entre otros.

De acuerdo con el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en el censo poblacional del 2023, Oicatá, es un municipio colombiano del departamento de Boyacá, y tiene una población de 3,007 habitantes. Es importante tener en cuenta que esta cifra puede variar debido a factores como la migración, la mortalidad y el nacimiento de nuevos habitantes.

Nuestro negocio pretende ser sostenible y rentable, para lo cual se realiza un cuidadoso plan por etapas, adoptando los ajustes necesarios que se manifiesten, teniendo en cuenta la priorización de actividades que se esboza más adelante. Ofreceremos una experiencia única y satisfactoria para nuestros clientes, combinando la calidad de nuestros productos, el servicio excepcional al cliente y un ambiente acogedor y atractivo.

Proyecciones de Ventas

En el plan de negocio se incorpora cada una de las prendas para la producción y comercialización de este producto mes a mes, con estas proyecciones se pretende atender cada una de las necesidades del cliente se detalla el capital de trabajo que se necesita para ejecutar el plan de negocio. Se busca un producto de calidad y con stock suficiente para abastecerse de materia primas para llevar a cabo los trabajos a su disposición para satisfacer las necesidades realizando la proyección con cada una de las ventas realizadas al mes y por prenda además que cada una tiene diferentes valores.

Para el cálculo de las ventas proyectadas se ha estimado la cantidad de productos que se venderán mes a mes considerando cada pedido que llega a la empresa, para obtener así el ingreso por el precio de cada uno de tipos de productos que se elaboran obteniendo el ingreso mensual y anual.

Tabla 5*Proyecciones de ventas*

Año 1	
Mes	Total
Enero	40
Febrero	50
Marzo	50
Abril	50
Mayo	65
Junio	50
Julio	50
Agosto	50
Septiembre	50
Noviembre	65
Diciembre	65
	60
	85

Nota: Proyecciones de ventas por unidades. *Fuente.* Autoría propia

Precio de Venta

Luego del análisis de nuestros costos, se estableció los precios de venta al público, considerando en cada uno la complejidad y detalle de cada prenda en su confección:

Guantes: \$ 40.000

Bufanda: \$ 50.000

Cobija: \$ 170.000

Chaqueta: \$ 180.000

Los precios de nuestra marca presentan valores en promedio que están acordes al mercado, teniendo en cuenta que los insumos utilizados son de calidad y ofrecen garantía al producto, inicialmente se elaboran diferentes diseños para aquellos potenciales clientes que

deseen conocer de forma física los productos, con la finalidad de impulsarlos en redes sociales para darlos a conocer a más clientes y levantar información sobre gustos y preferencias.

Tabla 6

Punto de Equilibrio

Año 1	
Total, costos fijos	\$6,280,000
Total, costos variables	
Número de unidades	\$3,520,000
Costo total promedio unitario	
Costo promedio unitario	680
Costo variable unitario	
Precio de venta sin IVA	14,412
	\$150,000
	\$4,400
	\$12,111
Precio de venta con IVA	\$17,150
Margen de utilidad promedio	
Punto de equilibrio en unidades	54%
	627.26

Nota: Datos promedio de costos, ventas y utilidades. *Fuente.* Autoría propia

Entre los costos que se deben de tener en cuenta para el proyecto de la lana de oveja, su producción y comercialización de prendas de vestir tenemos los costos fijos como el arriendo, sueldo y gastos de venta, de igual manera se tienen los costos variables como la materia prima, los insumos, la mano de obra y proveedores externos para la producción.

Proyecciones Ingresos por Ventas

Tabla 7

Proyecciones

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total,	6.000.000	7.500.000	7.500.000	9.750.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	9.750.000	9.750.000	7,500,000	9.000.000	12.750.000
Ventas												
Descuentos	0	0	0	0	750.000	375.000	0	0	487.500	0	0	0
por ventas												
Ventas	6.000.000	7.500.000	7.500.000	9.750.000	6.750.000	7.125.000	7.500.000	9.750.000	9.262.500	7.500.000	9.000.000	12.750.000
netas												
% de	0,6	0,9	1	0,8	1	1	0,5	0,7	1	1	0,8	1
ventas a												
contado												
% de	0,4	0,1		0,2			0,5	0,3			0,2	
ventas a												
credito												

Nota: Proyecciones de ingresos por ventas mensuales. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 8

Proyecciones de Ingreso

	Año 1
Total, ventas	\$102,000,000
Descuentos por ventas	\$1,612,500
Ventas netas	\$100,387,500
% de ventas a contado	86%

% de ventas a crédito 40%

Nota. Proyecciones de ingresos por ventas. *Fuente.* Autoría propia

Capital de Trabajo

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

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula: $NWC = CA - CL$. Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar gastos como remuneraciones del personal, materias primas e insumos, agua, electricidad, alquiler del local, teléfono, internet, seguros, comisiones, publicidad entre otros.

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

Tabla 9*Flujo de caja*

Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	6.000.000	7.500.000	7.500.000	9.750.000	6.750.000	7.125.000	7.500.000	9.750.000	9.262.500	7.500.000	9.000.000	12.750.000
Total, ingresos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	6.000.000	7.500.000	7.500.000	9.750.000	6.750.000	7.125.000	7.500.000	9.750.000	9.262.500	7.500.000	9.000.000	12.750.000
Egresos												
Compra	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
materia prima e insumos	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000	2.900.000
Remuneración personal operativo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000	3.480.000
GasTos de administración	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	750.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Gastos de marketing	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	50.000	-	50.000	70.000	70.000	50.000	-	-	80.000	-	100.000
Otros gastos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	50.000	-	-	-	-	50.000	50.000	-	-	-	-	50.000
Total, egresos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	7.180.000	7.030.000	6.980.000	7.030.000	7.050.000	7.100.000	7.080.000	6.980.000	6.980.000	7.060.000	6.980.000	7.130.000
Flujo mensual (ingresos - egresos)	-\$	\$	\$	\$	-\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1.180.000	470.000	520.000	2.720.000	300.000	25.000	420.000	2.770.000	2.282.500	440.000	2.020.000	5.620.000

Tabla 10*Saldos*

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb re	Octubre	Noviemb re	Diciem bre
-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	----------------	---------	---------------	---------------

Flujo	-\$	\$	\$	\$	-\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
mensual	1.180.00	470.00	520.00	2.720.00	300.000	25.000	420.000	2.770.00	2.282.50	440.000	2.020.000	5.620.00
Flujo	0	0	0	0				0	0			00
Flujo	-\$	-\$	-\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
mensual	1.180.00	710.00	190.00	2.530.00	2.230.00	2.255.00	2.675.00	5.445.00	7.727.50	8.167.50	10.187.50	15.807.50
acumulado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500

Nota: Saldos acumulados en miles. *Fuente.* Autoría propia

Inversiones

Inversión Inicial

Descripción los conceptos que incluyen este rubro y presentar su respectiva tabla. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

Tabla 11

Inversión Total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 8.830.000
	Equipo de oficina	\$ 5.830.000
	Terrenos	
	Muebles y enseres	\$ 5.400.000
	Equipo de transporte	\$ 800.000
Instalaciones y puesta en marcha de	Estudios de investigación	\$ 1.000.000
Capital		

	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 500.000
	Gastos legales de constitución	\$ 1.500.000
	Marketing	
	Arriendo	\$ 600.000
	Sueldos	\$ 5.800.000
	Imprevistos	\$ 2.500.000
trabajo		
		\$ 32.760.000
Total		\$ 32.760.000

Fuentes de Capital de Inversión

La combinación de capital propio y capital a través de crédito financiero y ayuda de entidades estatales, serán la fuente de capital de la empresa para poder empezar a operar. Es decir que, el capital de inversión, son todos aquellos recursos que existen para inyectar capital a una empresa o proyecto.

En nuestro caso particular, se recurrirá como fuente de capital, de fuentes internas y externas, la primera corresponde a las aportaciones propias de los socios, que son dineros con los que cada uno de ellos cuenta en ahorros y que lo utilizará como aporte para dar inicio al proyecto. El aporte de todos será de un 40% del capital total que se necesita para funcionar, siendo entonces de \$13.104.000 pesos.

La segunda, es decir las fuentes externas, se recurrirá en primer lugar al aporte de una entidad estatal, que en este caso es la Alcaldía del municipio de Oicatá, quien ayudará con un 20% del capital necesario, es decir la suma de \$6.552.000 pesos; lo que significa que ya se tiene un 60% de los recursos. El 40% restante que corresponde a \$ 13.104.000 se recurrirá a una entidad bancaria, este dinero deberá ser cancelado a mediano plazo, con cuotas mensuales fijas, que saldrán de los dineros que empiece a producir la empresa.

Conclusiones

En toda empresa que va a iniciar su funcionamiento, se hace necesario establecer la proyección financiera y operativa con que va a contar; en ella se dan a conocer aspectos como los recursos operativos, las proyecciones de venta, el capital de trabajo y las inversiones; en este trabajo se desarrollan cada uno de estos aspectos, para un mayor entendimiento del proyecto desarrollado en el municipio de Oicatá Boyacá.

La integración de la plataforma canva en este proyecto nos deja ver como la tecnología facilita la visualización y la promoción de trabajo artesanal, conectando la tradición con la modernidad.

Es muy relevante para todo producto o servicio tener una marca, un logo, un slogan y cada uno de estos detalles que permiten generar recordación entre los potenciales clientes; es fascinante explorar los canales de comunicación, su versatilidad, eficiencia e importancia a la hora de publicitar, promocionar y posicionar un producto o servicio.

El presente proyecto tiene la finalidad de conocer los recursos, capital, gastos, ingreso, costos, este trabajo abordara a una evaluación económica del proyecto de inversión como son las prendas de vestir de lana de oveja en el municipio de ociata Boyacá.

Para diseñar un modelo de negocios efectivo se deben tener en cuenta diferentes aspectos que permitan analizar el mercado e implementar campañas publicitarias que impacten de forma positiva en el consumidor final.

Referencias Bibliográficas

- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. Obtenido de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>
- Colombia, A. d. (2024). ¡Que Viva la Ruana! Obtenido de https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/que-viva-la-ruana_15109
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets*. *Grado Cero, 1*. Obtenido de <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>