

## **Proyecto de emprendimiento social para microtextileros**

Iván Darío Tordecilla

Luis Ángel Porras

Nury Andrea Hernández

Wilson Martínez Torres

Zayda Johanna García Toro

Directora

Erinela Peñaranda Gómez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión Del Marketing para el

Emprendimiento Social

2022

## Contenido

Resumen .....	6
Abstract.....	7
Introducción.....	8
Objetivos.....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	9
Identificación de la Problemática .....	10
Modelo de Negocio y Valor Social .....	16
Innovación transformadora .....	18
Población Beneficiaria.....	20
Propuesta de Valor social.....	22
Perfil de Micro – Textileros. ....	22
Mapa de valor .....	23
Propuesta de Modelo de Negocio .....	24
Prototipado .....	33
Propuesta de valor .....	36
Lienzo de la propuesta de valor .....	36
Estrategias de Marketing .....	41

Atributos y beneficios del Producto.....	41
Marca camisetas Reco.....	42
Imagen y Slogan .....	42
Identificación de posibles competidores.....	48
Estrategias de Comunicación.....	50
Estrategias de posicionamiento .....	51
Proyección Operativa y Financiera .....	53
Recursos Operativos.....	53
Estructura organizacional.....	58
Proyecciones de ventas de camisetas ecológicas. ....	66
Capital de trabajo .....	71
Inversiones .....	74
Fuentes de Capital de Inversión .....	74
Conclusiones .....	78
Referencias.....	79

## Figuras

<b>Figura 1</b> Panorama de la Industria de la Moda .....	17
<b>Figura 2</b> Propuesta de Camiseta Ecológica.....	22
<b>Figura 3</b> Parámetros Metodología Design Thinking.....	25
<b>Figura 4</b> Mapa de Actores.....	27
<b>Figura 5</b> Inmersión Cognitiva .....	28
<b>Figura 6</b> Mapa Mental Microtextileros .....	29
<b>Figura 7</b> Matriz de Tendencias .....	30
<b>Figura 8</b> Técnica los 5 ¿Para Qué? .....	32
<b>Figura 9</b> Ideación .....	33
<b>Figura 10</b> Prototipado .....	34
<b>Figura 11</b> Testeo .....	35
<b>Figura 12</b> Lienzo Modelo de negocio Microtextileros .....	37
<b>Figura 13</b> Mapa de Valor .....	40
<b>Figura 14</b> Imagen Corporativa.....	42
<b>Figura 15</b> Habitantes de la Localidad de Puente Aranda.....	45
<b>Figura 16</b> Ubicación Localidad de Puente Aranda .....	46
<b>Figura 17</b> Competidores.....	48
<b>Figura 18</b> Marketing Digital .....	51
<b>Figura 19</b> Organigrama.....	59
<b>Figura 20</b> <i>Costos fijos y variables</i> .....	76

## Tablas

<b>Tabla 1</b> Telas Empleadas en la Fabricación de Camisetas.....	19
<b>Tabla 2</b> Beneficiarios Directos e Indirectos .....	21
<b>Tabla 3</b> Distribución del Espacio y Obra que se Desarrolla en la Bodega. ....	53
<b>Tabla 4</b> Descripción del Producto a Producir .....	55
<b>Tabla 5</b> Descripción de Maquinaria para la Producción. ....	56
<b>Tabla 6</b> Presupuesto Nómina .....	63
<b>Tabla 7</b> Descripción Equipos de Oficina .....	64
<b>Tabla 8</b> Cálculo de la Demanda .....	66
<b>Tabla 9</b> Proyecciones de Ventas (unidades por meses) .....	67
<b>Tabla 10</b> Costos Fijos (unidades por meses).....	68
<b>Tabla 11</b> Punto de Equilibrio .....	69
<b>Tabla 12</b> Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual) .....	70
<b>Tabla 13</b> Proyecciones de Ventas (mensual) .....	71
<b>Tabla 14</b> Flujo de caja mensual.....	73
<b>Tabla 15</b> Inversión Total .....	74
<b>Tabla 16</b> Estado de Resultados .....	75
<b>Tabla 17</b> Pronóstico de Ventas Año 2 y 3.....	77

## Resumen

La elaboración de este documento está dirigida a desarrollar un nuevo emprendimiento social, en base a la fabricación de camisetas a partir de nuevos insumos que sean amigables con el planeta. Con la puesta en marcha de este negocio se abre una línea de ropa innovadora que tiene a muchos beneficiarios; como lo son los micro textileros de la localidad de Puente Aranda desde la parte comercial; por otra parte, los clientes que adquieren un producto que es sustentable para tener un mundo mejor; todo esto se logra con las camisetas RECO estilo, donde el objetivo social es reducir el consumo de agua, energía y otros recursos naturales, aportando desde la industria textil a los objetivos de la ONU para el 2030. Con esta investigación se evidenció que la viabilidad de poder llevar el negocio a el nivel de la ejecución de acuerdo a la propuesta y planteamiento de los recursos económicos, técnicos y humanos, cumple las expectativas de ser rentable con un mercado creciente en la planeación a tres años, con una inversión de \$13'000.000 en 5 socios, para adquirir los activos fijos y adecuación de las instalaciones, así como los gastos que se necesitan para inicio y arrancar el emprendimiento ya.

***Palabras claves:*** Emprendimiento, camisetas, textileros

## **Abstract**

The elaboration of this document is aimed at developing a new social enterprise, based on the manufacture of t-shirts from new inputs that are friendly to the planet. With the start-up of this business, an innovative clothing line is opened that has many beneficiaries; as are the micro textiles in the town of Puente Aranda from the commercial side; on the other hand, customers who purchase a product that is sustainable to have a better world; all this is achieved with the RECO style t-shirts, where the social objective is to reduce the consumption of water, energy and other natural resources, contributing from the textile industry to the objectives of the UN for 2030. With this investigation it was evidenced that the feasibility of being able to bring the business to the level of execution according to the proposal and approach of economic, technical and human resources, meets the expectations of being profitable with a growing market in three-year planning, with an investment of \$13' 000,000 in 5 partners, to acquire the fixed assets and adaptation of the facilities, as well as the expenses that are needed to start and start the venture now.

***Keywords:*** Entrepreneurship, t-shirts, textiles

## Introducción

Esta instancia del informe se ocupa de modelar de forma completa el proyecto de empresa/negocio social que se ha venido trabajando en las fases anteriores para dar solución a la problemática ambiental y coadyuvar a reducir el consumo de insumos para la fabricación de camisetas en el barrio Puente Aranda Bogotá, presentando una actividad económica más rentable y con el objetivo primordial.

Teniendo en cuenta objetivos de desarrollo sostenible que la ONU formuló para Colombia, en primera medida se ofrece la matriz de evaluación de las ideas de negocio elegida, al igual que otras más que se esbozaron en relación con la solución de problemas.

De los resultados obtenidos en la matriz que más adelante se presenta, se obtuvieron los datos para dar cuerpo a la propuesta modelada y señalar un horizonte de posibilidad al proyecto de empresa/negocio social, a fin de resolver el problema de reducción del consumo de insumos para la fabricación de camisetas, y que está estrechamente relacionado con los objetivos de desarrollo sostenible referidos a la protección del medio ambiente cuidando las materias primas y productos sostenibles.

Así las cosas, luego de la matriz aparece, detalladamente, el carácter de la empresa/negocio social formulada para atender el problema que se ha estado esbozando.

Finalmente, se ofrecen el estudio financiero y la viabilidad del proyecto en relación con la manera en que se aborda y elabora, La sinergia y la noción de modelo de negocio son la base de la propuesta que aquí se emprende.

## Objetivos

### Objetivo General

Generar un proyecto de emprendimiento social alineado con objetivos con Las Naciones Unidas para contribuir con la protección del medio ambiente, a partir del uso de telas ecológicas para la fabricación de camisetas en Puente Aranda (Bogotá).

### Objetivos Específicos

Identificar ideas de negocio que contribuyan a la generación de empleo usando recursos sustentables.

Formular un emprendimiento usando telas biodegradables que son amigables con el medio ambiente.

Obtener los recursos necesarios para dar viabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio.

Analizar y evaluar el comportamiento de ventas del producto en la localidad de Puente Aranda.

## Identificación de la Problemática

Todos tenemos responsabilidad sin importar cuál es nuestra actividad ni tampoco que tan grande es una empresa, e inclusive y más importante cada uno de nuestros hogares junto con nuestro grupo familiar, debemos dar aporte a tener un mundo mejor, La siguiente propuesta está dirigida a los emprendedores sociales que se pueden organizar en el barrio Puente Aranda Bogotá, presentando una actividad económica más rentable y con el objetivo primordial; *coadyuvar a reducir el consumo de insumos para la fabricación de camisetas.*

Esta iniciativa nace de acuerdo a los lineamientos, comentarios, y de la matriz de evaluación de ideas de emprendimiento social; como de lecturas aplicadas para el desarrollar el Diplomado de gestión de marketing para el emprendimiento social; trasformando a los micro-textileros en el uso responsable y una trasformación que tengan impactos significativos en la sociedad a las generaciones actuales con camisetas elaboras a partir de telas orgánicas y logrando que las futuras generaciones disfruten de nuestro hermoso planeta.

Es fundamental aclarar que las industrias textiles las tenemos presente, en todo nuestro uso diario con las diferentes prendas de vestir; a hora bien detengámonos hacer un análisis grosso modo de una camiseta, cuáles son sus recursos que requiere para la fabricación y cuál puede ser su impacto devastador en el planeta:

Consumo de agua: según Arjen Hoektra para la fabricación de una sola camiseta se gastan 2.700 litros de agua.

Gases invernadero: el uso de la ropa a nivel mundial aporta un 25% de Co<sub>2</sub>

Microfibras: Con un devastador de 2 millones de toneladas al mar se vierten cada año con la fabricación de la ropa del planeta.

Basuras: las que se arrojan por su uso o los desperdicios de tela aportan miles de toneladas.

La lista podrá seguir contando los suelos que se requieren para el cultivo de algodón o tal vez, los polímeros que se extraen del petróleo para sus fábricas, dejando un gran impacto negativo en el ambiente; así las cosas, podemos emprender con el uso responsable de este artículo dando un cambio progresivo a telas que son amigables al medio ambiente y, por otra parte; fundar las primeras Pymes de textiles con enfoque de marketing que tengan una recirculación de recambio de camisetas.

Recambio el uso de este recurso - algodón, puede ser reutilizado en nuevas camisetas y generando un súper ahorro de – recursos naturales- recursos económicos- tiempo y sobre todo una estrategia clave para que los asociados a los emprendimientos aporten solidariamente a un mundo mejor.

Para nadie es un secreto hoy en día como las empresas que han desarrollado ropa a lo largo del tiempo, son grandes generadores de contaminantes en diferentes momentos de sus procesos; los cuales con el tiempo se han ido detectando como lo es; el consumo de grandes cantidades de agua, uso de tintes, combustibles contaminantes para sus producciones, energía en grandes cantidades y seguirá la lista a medida que se van detectando otros elementos que han conllevado a que la “Fauna y la Flora” este desapareciendo a pasos agigantados.

Si nos preguntamos los que tenemos memoria de recordar tan solo hace 20 años atrás, en Bogotá se veían los pajaritos “copetones” en gran proporción hoy con amenaza de extinción; esto es un pequeño reflejo del abuso indiscriminado de los recursos afectando el medio ambiente.

Ahora bien, no hemos citado como la producción masiva de las industrias - incluyendo la textilera, nos han regalado gracias a sus procedimientos consumistas y de hacer capital a costas

del deterioro de la salud de muchas de personas con la contaminación y destrucción de la capa de ozono vital para retener los rayos del sol.

Por otra parte, las empresas de camisetas aportan su porción a lo anterior mencionado, es preciso decir que esto sucede porque existen personas que compran y entonces como esta cadena hace un incremento en que la moda; este en constante evolución puesto que si compramos una camiseta talvez en 8 días salga una diferente, y queramos adquirirla y sigue la cadena; así las cosas, se estima que para el año 2030 se desperdicien prendas de vestir y sean botadas sin control en 102 millones de toneladas.

Según cifras de la Fundación Ellen McArthur, cada segundo un camión lleno de textiles es arrojado a la basura y, según cifras recolectadas por el Congreso de Moda de Copenhague, la industria de la moda es responsable del desperdicio de 92 millones de toneladas al año.

Para el 2030 todos tenemos desafíos, como este emprendimiento va dirigido a los fabricantes de camisetas que es una industria de la moda y debe reinventarse según los nuevos desafíos con una producción en consumo diario y con una rotación constante, la cual como se planteó anteriormente estas empresas son aportantes de contaminación constante, se les plantea en una reorganización para que tenga un sello de sostenibilidad en los aportes que socialmente contribuyen a utilizar nuevos elementos en su fabricación de camisetas.

Reducir el consumo de telas-algodón, derivados del petróleo- sintéticos; en la actualidad la principal fuente de materia prima para elaborar las camisetas es el algodón, si escuchamos este término sin conocer los recursos naturales que se requieren para el cultivo pensaríamos que es limpio y blanco, como lo tenemos en nuestras prendas de vestir.

Solo el algodón consume de 10.000 a 17.000 litros de agua por cada kilo que se elabora en otras palabras de blanco y suave vs- los daños no hay comparación; por otra parte, como toda

planta requiere más cuidados y hay que llegar los pesticidas para hacer su presencia en conservar la planta libre de daños ¡oh no estos pesticidas son beneficiosos para el ciclo de otras plantas- fauna y para los humanos!; o son más el daño que causan, por tal razón es requerimiento reducir su consumo.

En las industrias textiles después de ponerlos en diferentes etapas de conversión, más gasto de energía y agua se presentan ¡hay que teñirlos! dependiendo el color que finalmente se requiere, y esto se logra con agua y más agua, la cual en un porcentaje alto es arrojado ya con perder sus propiedades naturales y convirtiéndola en una pintura altamente tóxica a los vertederos que van a viajar por los ríos y otros se van al interior de la capa terrestre, generando daños irreparables.

En las telas también se requiere la utilización de petróleo y sus componentes, de ahí surgen los poliésteres y nailon, que son parte de las camisetas en dar su elasticidad en cuello y otras partes; la misma industria de la moda, a nivel mundial fue puesta en crítica por estos elementos y así ha dado pasos para dejar en el pasado estos elementos.

Se considera que, pueden existir varias problemáticas a solucionar para un tipo de emprendimiento como este, unas más complicadas que otras, pero todas y cada una de ellas determinantes para que el proyecto pueda o no tener éxito. Dentro de ellas están, por ejemplo, la falta de dinero, ya que, esta es tal vez la problemática más compleja para este proyecto de emprendimiento social, toda vez que, el inicio y desarrollo de este depende de si existen inversionistas dispuestos a involucrarse de lleno, sabiendo que la esencia de este emprendimiento no es precisamente el beneficio económico, sino, el impacto social que se pretende lograr a través de un producto que contribuya con el medioambiente.

Otra de las problemáticas que se puede presentar es el no satisfacer las preferencias de los clientes, es decir, orientar de forma inadecuada y/o deficiente el producto y servicio al cliente al no tener un estudio concienzudo de este tipo de producto en el mercado actual, la falta de enfoque en segmentos o nichos de mercado, la inexistencia de planes formales de marketing y ventas (estrategias de marketing y ventas improvisadas y sin ningún plan de estudio previo), el no disponer de sistemas que realicen un seguimiento o control que permitan detectar las oportunidades de mercado y las fallas que se presenten para poder corregirlas, el ignorar o no conocer a fondo los productos similares que ofrece a la competencia, ya que, solo se ha evidenciado el mercado textilero convencional.

Así mismo, se pueden presentar problemáticas como la falta de capacidad para manejar la producción y las operaciones, toda vez que, se trata de un producto amigable con el medio ambiente, pero del cual sabemos poco y el desconocimiento de este sector en que se opera puede presentar dificultades de suministros (materias primas y materiales) o sobrecostos de operación, incluso el coste de la maquinaria o tecnología empleada para fabricar este producto sustentable y novedoso puede llegar a ser bastante elevado.

De la misma manera, se debe evaluar el factor financiero, puesto que, se deben analizar los costes implícitos en la compra de insumos (al ser materia prima sustentable se debe saber de cuales partes del país provienen para determinar el coste del transporte), hacer el comparativo de precios del producto nuevo vs. el producto convencional, ya que, la mayor parte de veces el cliente prioriza el valor antes de la calidad del producto, entonces se haría necesario que la diferencia en precios no fuera mucha, y hacer notar la diferencia de la calidad y el beneficio ecológico que se prestaría. Además, es importante realizar el estudio de la cantidad de materia

prima a utilizar y saber cómo se va a manejar ecológicamente el sobrante o desecho del producto de modo que se pueda reutilizar o reciclar.

El empezar de ceros es bastante complicado, más aún cuando no existe un nombre que respalde el negocio, puesto que el cliente simplemente puede realizar una búsqueda de la organización y al no encontrar una experiencia de peso, reseñas o referencias que la acrediten, puede que termine desistiendo de la idea de concretar una compra importante. Otro factor importante y que puede tornarse en problemática, es que, al tratarse de un negocio textilero, el número de personas que se interesa por el negocio puede no ser constante para cubrir con todos los gastos. Así mismo, la fidelización de un cliente, puesto que, este además de seguir comprando el producto, va a referir a más clientes y esto hará que el negocio vaya creciendo, sin embargo, para una empresa que está iniciando un emprendimiento social, es complicado fidelizar el cliente desde el principio o con su primera compra, por tal motivo, puede que este compre el producto una sola vez y no lo vuelva a hacer más.

## **Modelo de Negocio y Valor Social**

Posicionarse como empresa atractiva socialmente responsable y sostenible con insumos amigables del medio ambiente. La constitución del anterior Objeto Social; resume las actividades que los micro-textileros desarrollaran con el fin de obtener y contribuir a un cambio benéfico a la humanidad, mediante insumos amigables con el medio ambiente.

En cuanto al modelo de negocio, la industria de las camisetas, no pasará de moda es una prenda que se ha convertido en una necesidad para su uso; a hora que identificamos que el producto es de alto consumo imaginemos los beneficios en todo ámbito que se presentan al elaborarlas a partir de telas que contribuyen en erradicar las practicas actuales, y si en las nuevas camisetas se les identifica con un logo, que advierta a todo el mundo que dicha prenda está elaborada con procesos más limpios para el planeta, y con un impacto de compromiso social responsable por los fabricantes; así como las personas que las lucen en su vestimenta dando un mensaje a los demás para ser partícipes de este gran proyecto.

De acuerdo con la puesta del mapa mental y los aportes del grupo de trabajo, junto con la observación desde lo cualitativo en algunas tiendas de camisetas, se observa sin profundizar directamente con los clientes que el fuerte son mujeres entre la adolescencia y adultez ya que de cada 10 clientes observados 7 son mujeres y 3 son hombres.

La implementación de este nuevo negocio está dirigida a poder cumplir y satisfacer lo que demanda la población hoy, un artículo que en su fabricación se amigable para el planeta; en esta población el mercado aplica a:

Mujeres entre los 8 años y 80 años para todos los estratos.

Hombres entre los 8 años y 80 años para todos los estratos.

Empresas que requieren camisetas institucionales.

Organizaciones; políticas-sindicales- eclesiásticas etc.

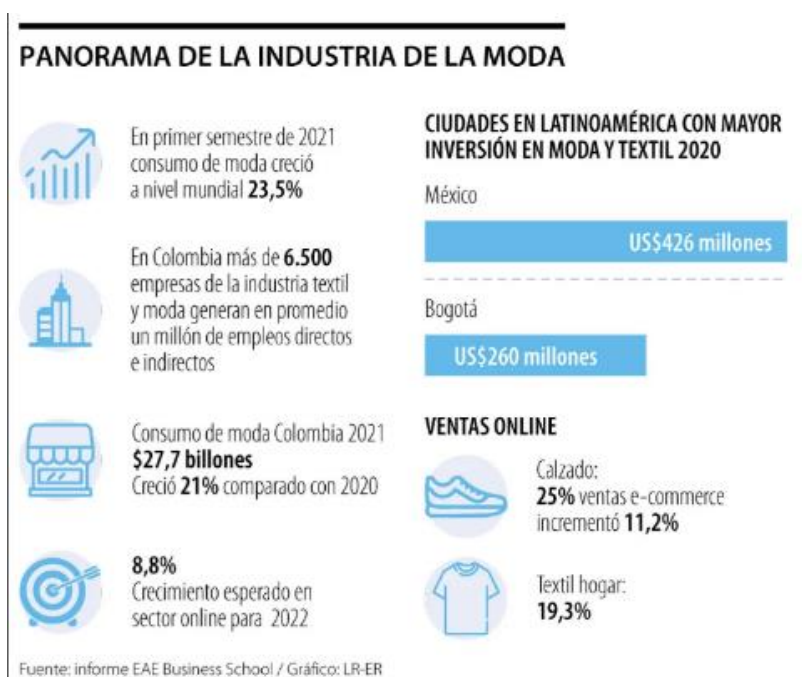
Otros municipios de Colombia.

Exportaciones.

En la siguiente figura podemos evidenciar el incremento en el consumo de artículos de vestir que a su vez genera la creación de nuevos puestos de trabajo, así mismo se identifica el crecimiento de ventas online.

## Figura 1

### *Panorama de la Industria de la Moda*



Fuente. [https://img.lalr.co/cms/2022/03/04180145/Emp\\_industriaModa\\_WEB.jpg?size=xl](https://img.lalr.co/cms/2022/03/04180145/Emp_industriaModa_WEB.jpg?size=xl)

## **Innovación transformadora**

Los seres humanos tenemos la capacidad de transformar el mundo con nuevas ideas; este cambio que se pretende llevar a nuevos procedimientos en la fabricación de camisetas a partir de utilizar telas amigables con el medio ambiente; es el resultado de aportar, los estudiantes del Diplomado para las Tecnologías en Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social.

Con poner el paso a paso como las industrias fabricantes de camisetas y sub-generis sus usuarios, desde lo social la transformación de crear nuevos artículos que son beneficiosos en temas amigables con el medio ambiente y que al final se ven reflejados en todos los seres vivientes de este planeta, ya estamos innovando y transformando a la sociedad para un mundo mejor.

A hora bien, presentemos las alternativas que se pretenden emprender con un cambio de insumos:

Residuos textiles reciclando y recambio de camisetas usadas para ser transformadas junto con botellas PET, obteniendo nuevas alternativas de telas aprovechando estos materiales que son arrojados.

Algodón Orgánico: Producto libre de herbicidas y con riego natural por lluvia, sus ahorros generan que a sus productores se les pueda remunerar mejor, contribuyendo a un cambio social en la calidad de la vida y fabricando camisetas que su precio no se incrementa en mayores cifras, por otra parte, el teñir las telas con este material no requiere el uso de grandes químicos.

Fibras de Soya y de Pino: Son elementos muy ricos para la industria de telas de camisetas dando resultados de comodidad y su cultivo es formidable infortunadamente no sea explotado en grandes cantidades, su ahorro en agua es significativo y se degrada muy rápido recuperando su ciclo en la cadena de los suelos.

Colombia es un país rico de biodiversidad y muestra de ello es la gran variedad de opciones con las que cuentan los emprendedores para usar fibras que pueden ser transformadas en telas biodegradables convirtiéndose en una opción versátil para la obtención de insumos, como se puede identificar en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Telas Empleadas en la Fabricación de Camisetas*

Fibras Naturales de Plantas	Fibras de Animales	Fibras Productos Vegetales
Abacá, extraída del árbol manila	Seda, del gusano de seda	Faux, con la fermentación del té
Bambú, de su árbol	Alpaca, de las llamas	Fruit Leather, con desechos de comida
Cáñamo, de la marihuana	Lana de oveja	Piñatex, con cascaras de piña
Loto, de su propia flor	Hilo, de arañas	Pla, con semillas de granos.
Agave, extraída del aloe vera		
Caña flecha, rica en el Caribe		
Fibra de plátano		
Pie de naranja, cascaras		

*Nota.* Insumos alternativos para la fabricación de camisetas ecológicas.

*Fuente.* Elaboración propia

## **Población Beneficiaria**

En general podemos considerar que dentro de las posibles personas o comunidades beneficiarias de este emprendimiento encontramos a la Comunidad de Puente Aranda dado que la creación de nuevas fuentes de empleo se verá un crecimiento en la calidad de vida de muchas personas del sector.

Así mismo consideramos que los empresarios también harán parte de los beneficiados, los cuales verán crecer sus negocios e identificar las bondades que tiene el uso de materiales ecológicamente sostenibles y la gran acogida por su ubicación estratégico para la comercialización de camisetas, lo que redunda en un incremento de sus ventas y les da un plus vs. sus competidores.

Los clientes mujeres y hombres entre los 8 años y 80 que tendrán un artículo con grandes beneficios de comodidad, precio y lo más importante con la camiseta puesta por un cambio en telas verdes.

En cuanto al medio ambiente tenemos beneficios en fauna para mitigar que las especies animales que requieren del agua para su subsistencia y la puedan tener libre de la contaminación producida por la industria textil. En cuanto a la flora se identifican las bondades de destinar grandes cultivos de plantaciones que pueden ser utilizadas para surtir la demanda y que no generan deforestación.

Por último, en la sociedad en general podremos observar un cambio de tendencia consumista que ha dejado daños irreparables, para un despertar y reconocer que todos somos partícipes de una manera u otra en la construcción de un mundo mejor. Lo que se plantea se sustenta en la tabla 2.

**Tabla 2***Beneficiarios Directos e Indirectos*

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
Mico Textileros (15 fabricantes) *8 empleados	Visitantes de Barrio (30) semanal
Clientes habituales (200) semanales	Alcaldía de localidad (1)
Proveedores- (fábrica de telas 4)	Colegios a 10km- (2) *12
Vecindario (5000) habitantes	Otros municipios (4) *30 semestral
Empresas para dotación (6) * 100	Otros (10) *semana
Total = 5924	Total= 84

*Fuente.* Elaboración propia

***Proveedores de telas verdes.***

Enka de Colombia empresa transformadora y responsable de recuperar miles de botellas plásticas de las principales ciudades de país, transformándolas en sus fábricas para obtener telas que son distribuidas en clientes, que están conectados con el cambio social para contribuir con la sostenibilidad.

Eco-hilandes empresa textilera con gran reconocimiento por sus aportes a entregar telas que han disminuido considerablemente el gasto de agua, tintes ganando el premio MeetLatam2014; son uno de los proveedores de grandes marcas como Vélez y Bosi.

Fibretext empresa pionera en recuperar los desperdicios de sus procesos y de moler para transformar telas usadas en nuevas por la rotación constante del consumo.

### **Propuesta de Valor social.**

Nuestras camisetas son elaboradas con telas ecológicas lo que la convierte en un producto innovador que ofrece un nuevo método para aportar en la reducción consumo de agua, energía y otras materias primas.

### **Figura 2**

*Propuesta de Camiseta Ecológica*



*Fuente.* Elaboración Propia

### **Perfil de Micro – Textileros.**

Con la implementación de telas ecológicas, reduciendo el uso de las que se utilizan en la actualidad y que tienen un alto consumo de recursos naturales, como lo son energía-agua- tierras, erosiones etc.- y coadyuvando de manera acelerada a un incremento de las temperaturas por desgaste de la capa de ozono- emisiones de gases contaminantes y todos sus derivados malos; que pueden conllevar a enfermedades, muerte, hambre, desigualdad, fauna y flora erradicada y que la humanidad ya se percató, donde se propuso los 17 objetivos para el 2030; esto no es sinónimo de que ya termina el compromiso con telas verdes, por lo contrario es el inicio a grandes desafíos que irán surgiendo durante el negocio propuesto como emprendimiento social.

**Trabajos de los clientes:** Los clientes desean tener en su vestuario, camisetas que estén hechas con telas verdes y que aportan al cambio en pro de beneficio al planeta, sus beneficios

son contar con camisetas para toda la familia y amigos, en diferentes colores y con estampados que dan y corroboran el origen de telas ecológicas, la dificultad reside en que los usuarios no identifican con facilidad que camiseta están fabricadas con telas ecológicas vs algodón convencional, de tal modo que los timadores aprovechan para ofrecerles lo que no es.

### **Mapa de valor**

Generador de ganancias: los clientes al portar una camiseta con telas ecológicas promueven e incentivan a otros usuarios para seguir la tendencia.

Analgésicos: Tenemos camisetas para cualquier talla y color, con estampados que se pueden personalizar de acuerdo con el cliente.

Productos y servicios: camisetas ecológicas pueden ser enviadas a cualquier municipio o región, si quieres ver el catálogo puede visitar nuestras redes sociales o escribirnos para enviar el portafolio.

### **Propuesta de Modelo de Negocio**

Para el diseño la propuesta de negocio se planificara cada momento, esto se está haciendo durante el curso en mención, mirando los pro y contra desde obtener la mejor estrategia, donde los ingresos y benéficos tanto económicos como sociales surjan y sea una tendencia para ser replicada por otros empresarios textiles en los diferentes países; el modelo de negocios es poder atraer la mayor cantidad de clientes siempre con el plus de que se aporta a la sociedad con las camisetas ecológicas, en la próxima actividad se hará más extenso de como con el modelo Canvas, se llevara este emprendimiento.

También podemos contar que este modelo es único que cuentan con la participación de los comerciantes de camisetas en la ciudad de Bogotá, sector de la calle 2d localidad de Puente Aranda, los cuales tienen el emprendimiento de hacer parte de las características propias individuales de poder generar empleo, mercado, competitividad así, se visualiza un modelo de negocio socialmente responsable por los micro textileros, respetando el planeta y dando un artículo nuevo para ser utilizado por cualquier persona como los son las camisetas.

Este artículo es de uso cotidiano entre hombres, mujeres, niños, niñas las camisetas además son utilizadas en empresas como parte de su dotación y es un artículo para ser publicidad en algunos casos por entes políticos y sociales; lo que nos pone en un escenario bastante llamativo por su alta rotación y uso diario.

### **Propuesta de Innovación Social**

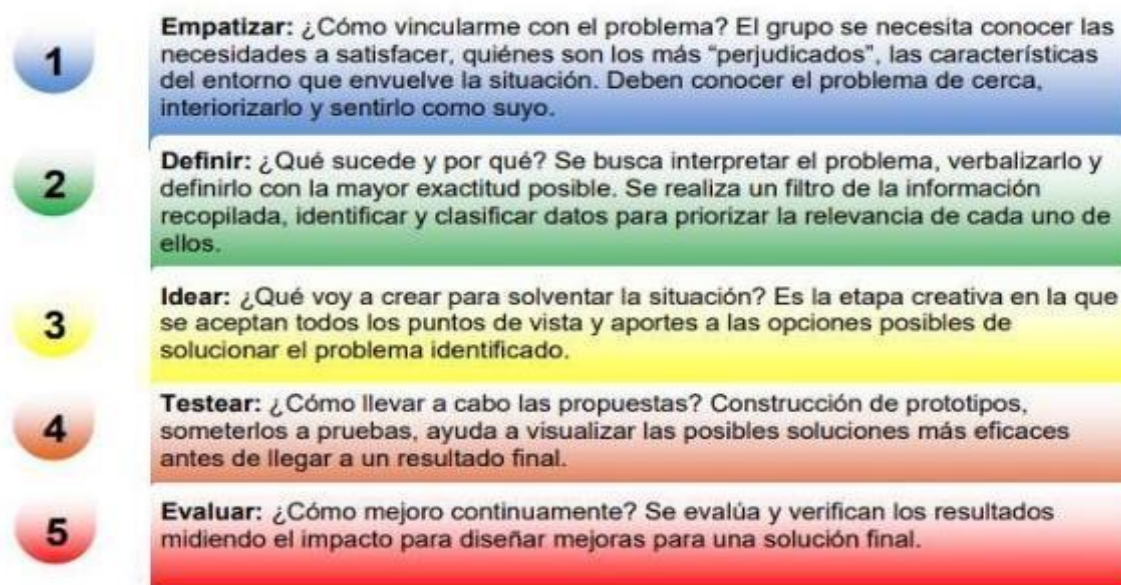
Para el desarrollo de evaluación de la percepción social y el modelo de negocio de la propuesta de emprendimiento de los Micro-Textileros fabricantes de telas y camisetas hacemos la siguiente focalización.

La herramienta que nos da unas guías para seguir algunos parámetros de recomendación está enfocada en nuestro ejercicio para el emprendimiento social en tecnologías que sean apalancado para surgir el negocio y dar soluciones a los momentos que se presente dudas; por lo anterior el diplomado que estamos tomando los estudiantes de tecnologías de la Unad se da la herramienta Design thinking; como se muestra en la figura 3, la cual por su orientación está diseñada en temas metodológicos transversales donde se ofrecen los posibles escenarios que sirven de insumos para identificar y establecer cuál es el direccionamiento que se debe seguir; a continuación y siguiendo la línea de cada momento presentamos la evaluación que se debe encaminar a la propuesta social.

### **Figura 3**

#### *Parámetros Metodología Design Thinking*

*Parámetros a seguir en la metodología del Design Thinking en el aula de clase.*



*Fuente.* Diseño basado en Florez, A., & Fernández, R. (201). Design thinking. Educational innovation and methodological research. DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia, p.2-3.

## **Empatía**

Esta es la cuota inicial para establecer cualquier comunicación asertivamente con los demás, independientemente si es temas de negocios, amistad, educación, etc. Lo que es un gran avance en aquellas personas que tienen la facilidad de poder comunicarse con sus semejantes y poder ponerse en su lugar y entender lo que siente sus problemas y que desean, si se logra estos objetivos con la capacidad antes mencionada ya se está estableciendo una dirección para seguir adelante y que un proyecto surja más fácilmente. Por medio de este recurso se identificó los requerimientos y dificultades que tienen los compradores de camisetas al no encontrar proveedores en la localidad de Puente Aranda que satisfagan la necesidad de contar con este producto elaborado con telas ecológicas lo que abre las oportunidades de ser pioneros en comercializar camisetas con estas características y crear sincronía permanente con la población consumidora y beneficiaria.

## **Mapa de actores**

El objetivo es identificar a los potenciales clientes de camisetas que participan en el uso del producto con este mapa se refleja las conexiones entre los distintos actores sociales que componen el producto a ofertar. Estos actores pueden ser personas, empresas u organizaciones.

Con la información contenida en la figura 4, podemos identificar cuáles son los actores de manera prioritaria y dando los momentos para solucionar donde están los actores, que concentra la fábrica de camisetas en el primer círculo y de ahí ver cuáles son los clientes tanto internos- personal como los externos- proveedores compradores y los temas financieros, luego pasamos al círculo más grande donde están las comunidades vecindario entes gobernantes y estrategias de mercadeo por redes sociales.

**Figura 4****Mapa de Actores**

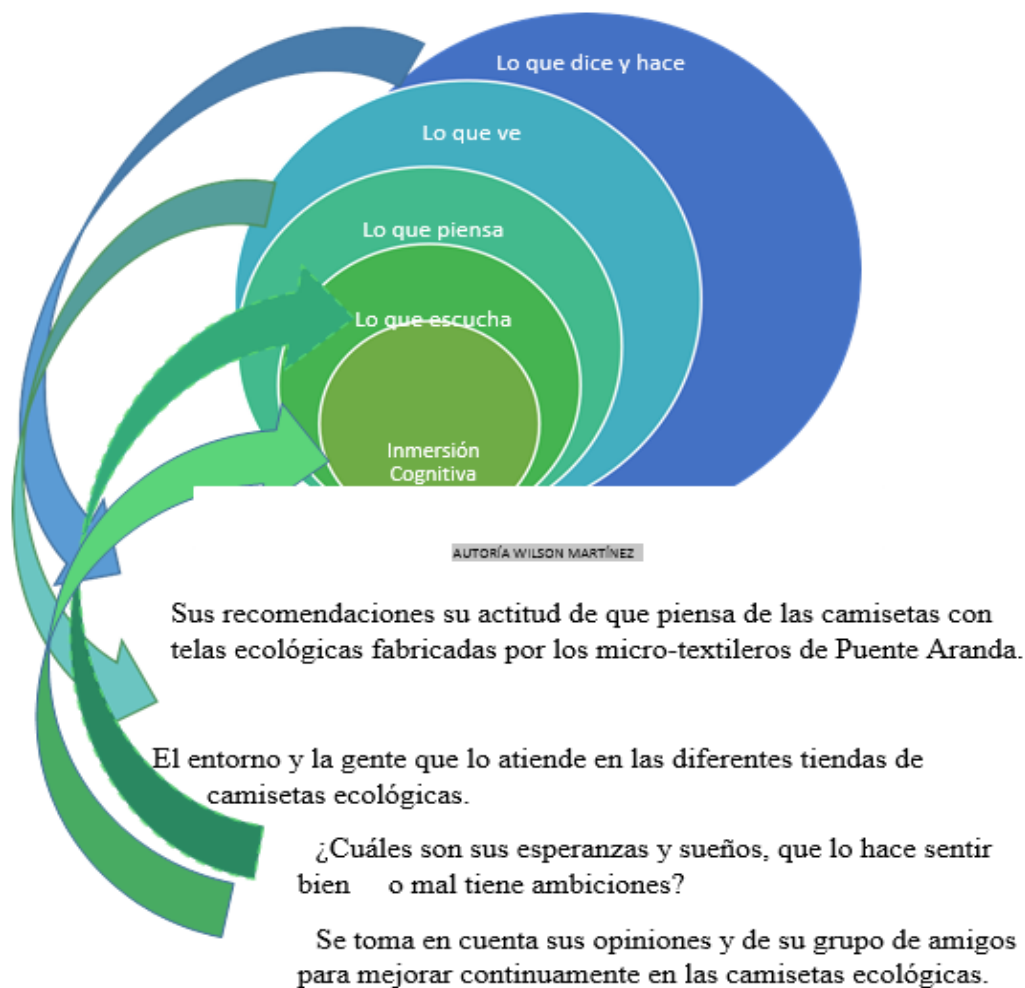
*Fuente.* Elaboración Propia

**Inmersión Cognitiva**

A través de esta busca entender la realidad existente, poniéndonos en la posición de los usuarios. Los ejercicios que se deben presentar aquí es ser el cliente y ver todos los momentos de disfrute o de inconvenientes que surjan al adquirir las camisetas elaboradas con telas ecológicas. En la figura 5 podemos observar la utilidad inmersión cognitiva como herramienta para evaluar de forma experimental los aspectos relevantes para diseñar soluciones a los problemas identificados en los diferentes locales de fabricación y venta de camisetas en Puente Aranda.

## Figura 5

### *Inmersión Cognitiva*



*Fuente.* Elaboración Propia

## Mapa Mental

Evaluar la relación entre las distintas variables sobre un tema central y obtener una visión global y simplificada del mismo entre los diferentes actores que ingresan al comercio textilero tanto clientes, proveedores, empresarios y sus posibles conexiones, favoreciendo en gran parte la

fluidez de ideas, como se muestra en la figura 6 la cual facilita el análisis del comportamiento del emprendimiento de camisetas elaboradas a partir de telas ecológicas.

**Figura 6**

*Mapa Mental Microtextileros*



*Fuente.* Elaboración Propia

## **Matriz de Tendencias**

Conocer como las nuevas tendencias están definiendo el futuro del sector en que trabajamos es clave para éxito del emprendimiento es por esto que mediante la matriz de tendencias presentada en la figura 7, se interpretan aspectos como tecnología, mercado, personas, cultura y negocios. Así mismo se ve en cada momento que está pasando de acuerdo al tiempo en tres momentos a saber, lo pasado, lo actual y lo emergente.

**Figura 7***Matriz de Tendencias*

<b>Matriz de Tendencias</b>			
	Lo anterior	Lo actual	Lo emergente
<b>Personas</b>	Trabajos empíricos, espacios confinados	Puestos rotativos, mayor accidentes	Estabilidad, ingresos llamativos
<b>Tecnológicas</b>	Maquinas manuales, tiempos prolongados	Menor tiempo, maquinas más autónomas.	Diseños autónomos por usuarios, trabajo remoto
<b>Mercado</b>	Uní- familiar, por encargos	Producción industrial, mayor demanda	Posicionamiento de la camiseta ecológica.
<b>Cultura</b>	Genero callejero, mal aspecto	Uso general, industrial y deportivo	Prenda de primer vestimenta.
<b>Negocio</b>	Poco rentable, grandes desperdicios	Muy llamativo, generador de empleo.	Rentable y sostenible en el tiempo.

*Fuente.* Elaboración Propia

### ¿Qué, ¿Cómo y por qué?

Aumentar la capacidad de observación e identificar hipótesis que deberá contrastarse con los usuarios. En la fase de empatía se establecen técnicas para ver los comportamientos de los usuarios, pueden ser fotografías para ver que hacen y como lo hacen y por qué lo están haciendo, con esta información se hacen los ajustes para que existan siempre una tendencia a tener mayor satisfacción de nuestros clientes.

El qué: Con la unificación de lo anterior se entrega una camiseta a los clientes que la adquieren y en ella encontrar el cambio a nuevas formas de consumo, para el bien de ellos y de los demás, así las cosas, volverán por otra y recomendarán a sus conocidos para ser parte de este cambio.

El ¿cómo? con telas ecológicas bajas en elementos contaminantes para nuestro planeta, se cumple la necesidad que todos deseamos un mundo mejor y más verde.

El ¿Por qué?: Son los motivos por lo que hacemos lo que hacemos, el mayor énfasis es compartir, con nuestros clientes; *una camiseta llena de esperanzas para cambiar el mundo*.

### **Definición**

Se busca planificar los momentos del proyecto, como son necesidades motivaciones, y así ver que problemas o necesidades se van a resolver durante la planificación teniendo la base de empatía que fue el descubrimiento de las personas y clientes. El objetivo es fomentar que el usuario reflexione positivamente sobre sus opiniones, reacciones o necesidades frente al producto a ofrecer como en nuestro caso se trata de camisetas elaboradas a partir de telas ecológicas.

### **Descripción**

Es mejor preguntar a un niño: "¿Para qué haces esto?", que: "¿Por qué haces esto?". Esto puede inducir, en algunas personas, inconscientemente una reacción negativa, de autodefensa y protección, además de una mirada al pasado. En cambio, el para qué favorece una mayor libertad a la hora de responder pues salvaguarda aquella razón que ha conducido a pensar o actuar de un modo concreto. Por otro lado, el para qué dirige a un proyecto que se ha pensado, un vistazo hacia un futuro, en el que lo negativo por lo general aún no tiene entrada. En la figura 8 se aplica la técnica de los cinco ¿para qué? Teniendo en cuenta nuestro producto se muestran los siguientes resultados.

### Figura 8

#### Técnica los 5 ¿Para Qué?

DESCUBRIENDO LAS 5 PARA QUE ?	
Situación observada	Clientes como lo perciben
¿Para qué camisetas con telas ecológicas?	Para tener un planeta mejor.
¿para qué un planeta mejor ?	Para Apoyar a emprendedores y mejora el ambiente-
¿para apoyar emprendedores y mejorar el ambiente ?	Para reducir el uso de algodón contaminante, coadyuvar a los objetivos sostenibles
¿para qué reducir uso de algodón y objetivos sostenibles?	Para ahorro de agua y energía, plan para el 2030
¿para qué ahorro de agua y energía, plan para el 2030?	Para entregar un planeta mejor a las futuras y nuevas generaciones.

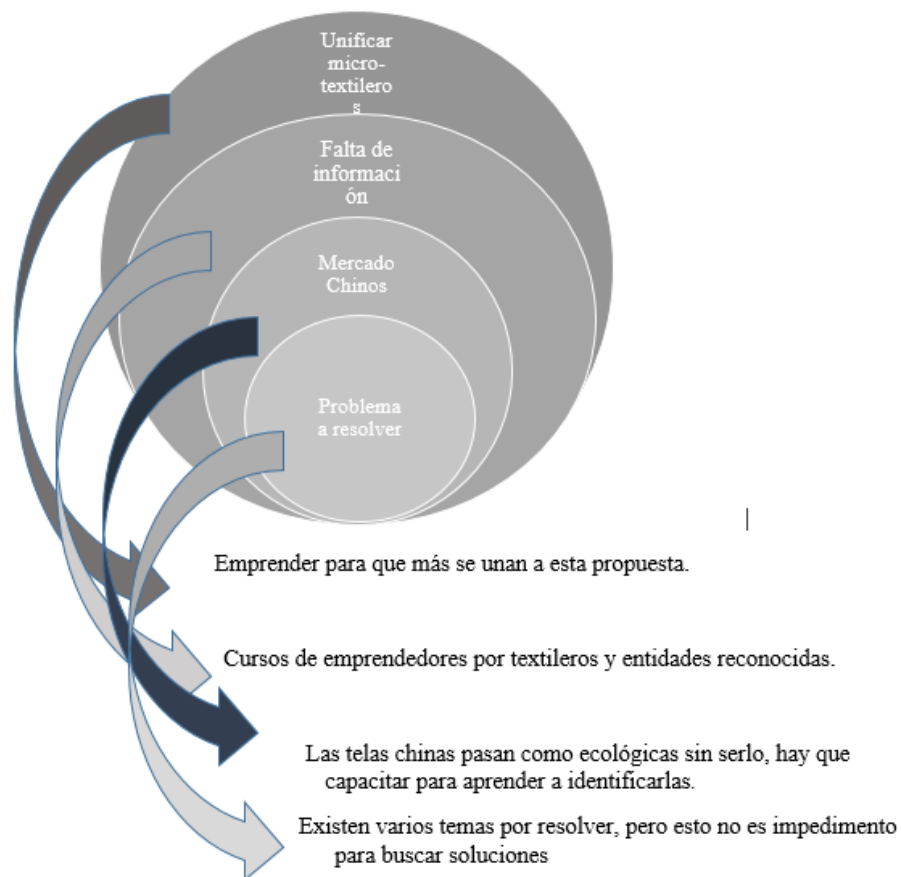
Fuente. Elaboración Propia

### Ideación

Como su nombre lo indica, es generar ideas en pro de solucionar los inconvenientes más grandes que sea ven, estando luego los medios y sin dejar nada atrás, con una visión general. Para nuestra propuesta de proyecto social para la fabricación de camisetas a partir de nuevos insumos que sean amigables con el planeta, se proyecta contar con una bodega donde se fabriquen las camisetas con telas ecológicas, encontrando las alternativas sobre las que se va a trabajar con los microtextileros para el desarrollo del proyecto que se convierta en una motivación para otros empresarios se unan y vean los beneficios que ésta ofrece al planeta. En la figura 9 se resumen estos desafíos.

## Figura 9

### Ideación



*Fuente.* Elaboración Propia

### Prototipado

Para hacer un análisis si nuestro proyecto social es efectivo y ver qué cambios por mejorar y cuáles deben seguir firmes, se elabora este proceso de prototipo, donde se ven las ventajas que se perciban por los compradores de camisetas ecológicas a partir de telas que cumplen tal propósito. El objetivo es comunicar información de manera visual con el fin de facilitar su transmisión, a través de imágenes y gráficos, explicativos y fáciles. Aquí podremos

identificar y tamizar las camisetas que verdaderamente deben salir al mercado por su diseño y estilo para que el negocio sea efectivo. Lo anteriormente mencionado se explica en la figura 10.

### **Figura 10**

#### *Prototipado*

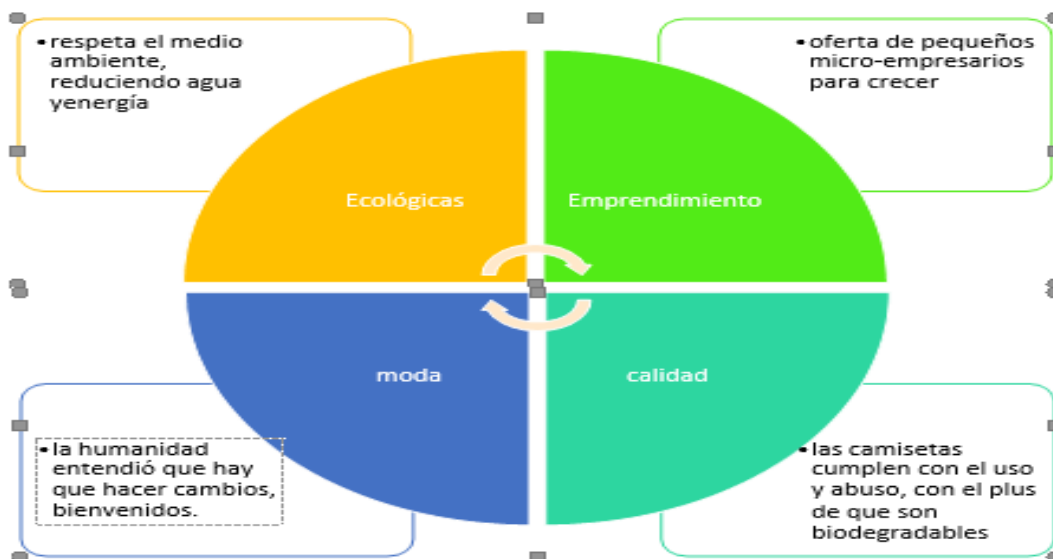


*Fuente.* Elaboración Propia

### **Testeo**

Con este último escalón quedamos a la puerta de ingresar a la nueva empresa de emprendimiento, aquí ya se ponen en pruebas reales las camisetas para ver los resultados del producto. Dejaremos que los usuarios interactúen con nuestros prototipos. Para cada uno de ellos les pediremos que nos digan qué cosas les atraen (por lo tanto, querrían más de eso), y si hay algo a mejorar, cómo podría hacerse mejor. De esta manera obtendremos información sobre los puntos fuertes de nuestra solución, junto con propuestas en positivo para mejorarla.

En la figura 11 se realiza el análisis de las camisetas de acuerdo con las cuatro cualidades que buscan identificar la opinión de los usuarios y comerciantes como se señala a continuación.

**Figura 11***Testeo**Fuente.* Elaboración Propia

Con la puesta de las camisetas a partir de telas ecológicas, de manera directa y ya que los clientes las puedan tocar, utilizar se busca que los pequeños micro textileros, se unifiquen en la propuesta y hagan parte del cambio, ya que los beneficios que esto genera para temas ambientales con dichas telas son la cota inicial que debemos aportar desde lo social, y esto a su vez se replica en que la moda está teniendo dicha tendencia a utilizar prendas sostenibles, para este caso las camisetas son el producto que cumple este círculo de testeo.

### **Propuesta de valor**

Somos la diferencia a los demás fabricantes sería el inicio de como elevar las necesidades que llevan a resolver uno de los tantos problemas mundiales, como es el consumo de telas ecológicas en la fabricación de las camisetas que se presenta en este emprendimiento, ya que para nadie es un secreto los altísimos insumos de recursos naturales que requiere las telas con algodón, convencional; entonces podemos decir que la propuesta de valor es la utilización de telas que reducen el consumos de agua y energía así como su degradación es rápida coadyuvando al planeta en una economía circular.

### **Lienzo de la propuesta de valor**

Una imagen vale más que mil palabras, este refrán sí que es aplicado a la herramienta que se ha llevado a cabo para realizar este emprendimiento; como se menciona anteriormente con el proceso de Design thinking que tiene cinco momentos los cuales están ligados y que el cliente o usuario está en el centro, del lienzo para la propuesta de valor de manera que está observando las características y beneficios que puede esperar de su proveedor o servicio que ha adquirido o está por comprar, lo que se ve como propuestas de valor está enfocada en estos clientes que son la razón del emprendimiento social para los micro-textileros y ver los resultados que se obtiene de las dos anteriores circunstancias.

En el lienzo se plasman nueve aspectos los cuales corresponden a herramientas que facilitan la toma de decisiones buscando contar con estrategias claves tanto en lo financiero, relacionamiento con los clientes como se muestra en la figura 12.

Figura 12

*Lienzo Modelo de negocio Microtextileros*



*Fuente.*

[https://www.canva.com/design/DAFOllkIuw8/JkdFsbcdNSXoW0F0W4DzbA/edit?utm\\_content=DAFOllkIuw8&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFOllkIuw8/JkdFsbcdNSXoW0F0W4DzbA/edit?utm_content=DAFOllkIuw8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Segmento de clientes

Los micro textileros se especializan en la fabricación de camisetas con exclusivos diseños los cuales pueden ser puestos en cualquier mercado nacional, su enfoque por el alto consumo de esta prenda este re- direccionada a las mujeres jóvenes, luego a las empresas y organizaciones que por su demanda piden estas prendas para sus dotaciones y luego entra el mercado de los caballeros y niños.

## Canales de distribución y comunicación

Su principal sitio de entrega y comunicación es personalizado en las tiendas físicas que se encuentran en el sector textil ero de la calle 3 localidad de Puente Aranda, sitio muy reconocido

por la población, el cual se interactúa con los clientes al detal y o al por mayor; por otra parte, sus campañas en redes sociales puede ser un plus que eleve el marketing al objetivo de llegar a más comunidades que por distancias no están cerca a los locales.

### **Relación con los clientes**

Para buscar la fidelización de los clientes y ver como ellos también son parte del cambio social de manera indirecta con el consumo de las camisetas ecológicas; se les invita a que vean en las fábricas como es el proceso de crear telas verdes con bajo consumo de recursos naturales, por otra parte, se realiza un video el cual es difundido en las tiendas y que sea visto por los que visitan las tiendas para que de manera más cerca tengan la información.

### ***Fuentes de ingresos***

Los micro-textileros deberán cuantificar los costos de la fabricación de las camisetas con telas ecológicas, para poder establecer el valor que se debe ajustar a las camisetas, así como evaluar los costos de mantenimiento y producción de las telas y las camisetas en las fábricas.

### ***Recursos claves***

Para llevar adelante su emprendimiento los micro textileros deben considerar estrategias que les permitan tener; recursos económicos, físicos, humanos, electrónicos y los que vean que requieran para el buen funcionamiento de actividad económica propuesta a partir de telas ecológicas, contribuyendo de manera solidaria a el cambio.

### ***Actividades claves***

Si se busca que los micro-textileros puedan crecer y llevar este emprendimiento a otro nivel, es fundamental estar presto a los clientes quienes son su objetivo de crecimiento; por lo tanto, el servicio a sus clientes es el foco primordial para estar pendiente de sus pedidos,

reclamaciones, diseños, colores y demás peticiones que se puedan llevar a cabo en pro de satisfacer la demanda.

### ***Socios claves***

Las alianzas para el crecimiento son claves, los fabricantes de camisetas tienen una amplia gama de posible trabajo en equipo con otros comerciantes de camisetas, aparte de que sus proveedores son los primarios para el crecimiento hay que ir planteando la estrategia de tener tiendas con énfasis en ser franquiciados de camisetas ecológicas en los centros comerciales y tiendas deportivas.

### ***Estructura de costos***

Luego de ver los comportamientos de la estructura de costo, donde ingresan muchas variables como lo es; nómina, materia prima, servicios, maquinaria etc. Se hace un balance para cuantificar que rentabilidad genera las empresas de micro-textileros y ver los resultados, sin embargo, recordar que esta es una actividad enfocada en fines sociales, pero esto no significa que las cifras económicas también son parte de un negocio si es rentable y como llevarlo adelante.

### ***Perfil del cliente***

En este cuadrante se relacionan tres momentos especiales. El primero son las tareas, hace referencia a lo que el cliente quiere resolver de su vida tanto personal laboral, cuando están adquiriendo o comprando un artículo-servicio. En segundo momento hace referencia a las frustraciones, aquí se presentan los obstáculos y riesgos que los clientes encuentran al realizar las tareas y el tercer momento son las alegrías, las cuales dependen si consiguen lo que están buscando ya que se sienten satisfechos por su búsqueda dentro de sus necesidades.

## Mapa de valor

En este cuadrante se describe las características específicas que el modelo de negocio le genera valor en tres diferentes circunstancias como se muestra en la figura 13, donde por un lado tenemos los productos y servicios, en ellos se enlista cuáles son las cualidades de la propuesta de valor para el artículo o servicio. En segundo lugar, los aliviadores de frustraciones en los cuales se refleja como quedo de aliviado o contribuye a una frustración por sanar del cliente, con la adquisición del producto y por último el creador de alegría en el cual se refleja como el producto o servicio genero alegrías a los clientes.

Si el modelo está encajando con los resultados de los dos cuadrantes antes descritos, perfil del cliente contra mapa de valor, en el momento que los productos y el servicio se convierten en un aliviador de las frustraciones o dolores de los clientes. Por otro lado, las alegrías coinciden con las tareas – frustraciones y alegrías del cliente, se tendrá el mundo ideal para un emprendimiento, es de anotar que los valores son modificables al ver dificultades y hacer los correctivos en campo.

### Figura 13

#### Mapa de Valor



Fuente. Elaboración Propia

## **Estrategias de Marketing**

Somos la diferencia a los demás fabricantes sería el inicio de como elevar las necesidades que llevan a resolver uno de los tantos problemas mundiales, como es el consumo de telas ecológicas en la fabricación de las camisetas que se presenta en este emprendimiento, ya que para nadie es un secreto los altísimos insumos de recursos naturales que requiere las telas con algodón, convencional; entonces podemos decir que la propuesta de valor es la utilización de telas que reducen el consumo de agua y energía, a además, su degradación es rápida coadyuvando al planeta en una economía circular.

Las propuestas de implementar una línea de camisetas con telas ecológicas, nace de ser partícipes en aportar los micros textiles eros temas sociales, con reducir el consumo de recursos naturales, todas las camisetas que se fabriquen tendrán un proceso productivo que cumpla las condiciones de ser vestido por sus clientes.

Para la fabricación de esta prenda, los micros textiles eros ya tiene amplia experiencia en la fabricación de camisetas, pues la maquinaria y el personal que labora como satélite son calificados desde hace varios años, la materia prima con telas ecológicas es el nuevo elemento que se debe implementar, la cual es importante hacer énfasis en este nuevo elemento que es el que genera el cambio, ya que se pasa a otro nivel aportando con diferentes productos para poner en el mercado.

### **Atributos y beneficios del Producto**

La diferencia de fabricar estas prendas y comercializarlas, es que son prendas que dejan una huella libre de consumo responsables de los recursos naturales, las pueden encontrar en diferentes estilos y colores, con un precio acorde a las de uso común elaboradas con algodón convencional.

## Marca camisetas Reco

Marca de emprendimiento, teniendo en cuenta que es la construcción de la proposición R- que es de nuevo o que se repite con la palabra Eco que tiene que ver con todo el tema ecológico y sus diferentes alternativas para el cuidado del medio ambiente; teniendo en cuenta que este emprendimiento se monta con el cuidado del planeta a través de la fabricación de camisetas con telas ecológicas, se toma esta marca y su Slogan

## Imagen y Slogan

Es preciso en un negocio contar una imagen que represente los atributos del producto para este caso se toma la primera letra del nombre en este caso R de reciclar y las otras tres letras corresponden a ecológico como se observa en la figura 14.

**Slogan:** Camisetas –Eco “*Estilo cociente*”

## Figura 14

*Imagen Corporativa*



*Fuente.* Elaboración Propia

## **Grupo objetivo del proyecto**

Las camisetas es un producto de prenda de vestir que no pasa de moda, su tendencia que se está implementando con materiales amigables y que generan confort a sus usuarios se ve reflejado que cada vez más las personas piden prendas de vestir que generen una economía circular.

La revista Forbes en uno de sus artículos (2022) afirma que:

La incertidumbre, crisis de contenedores, inflación, alza en los precios de los insumos y el precio del dólar han afectado a todos los sectores económicos. Sin embargo, la industria de la moda colombiana se ha mostrado fortalecida en medio de este complejo contexto. Las exportaciones de moda, por ejemplo, crecieron 25,6% entre enero y mayo de este año en comparación con el mismo periodo del 2021, llegando a US\$432,7 millones. “Esto confirma que Colombia sigue posicionándose como proveedor de confianza “, indicó Flavia Santoro, residente de Pro Colombia.

De acuerdo al modelo Canvas, propuesto se identifica el segmento objeto del proyecto así, como primera línea de consumo y de acuerdo a varios estudios que sean realizado, las mujeres son las más consumidoras de prendas de vestir, sin embargo esta prenda de vestir es de uso mixto; entre este segmento podemos aclarar que las camisetas son prendas que van desde tallas XS – XXL, por lo anterior se puede contar con inventarios para mujeres – hombres para su adquisición , por otra parte se identifica que las camisetas son prendas que las utilizan para dotaciones de empresas y para campañas de políticos y aspectos sociales, que nos abre la puerta a un segmento de objeto del proyecto con grandes consumidores.

Por otra parte y argumentando lo expuesto, comentamos que el comportamiento económico para la industrias de moda en ropa donde cabe nuestra puesta en marcha del emprendimiento social a con camisetas ecológicas, tenemos que el consumidor está en un despertar nuevo con prendas ecológicas y sostenibles, y si a esto le ponemos el plus de que es una industria netamente Colombiana; lo más seguro es que se tenga un crecimiento acelerado en su consumo y con el respaldo de entes gubernamentales que patrocinen el uso de economías circulares.

Por lo anterior el grupo objetivo de este proyecto es amplio y con diversidad de géneros, por ser la camiseta una prenda para cualquier género de personas.

### **Segmentación de acuerdo con el proyecto y su actividad**

La segmentación de mercado es la oportunidad que tenemos como emprendedores en la fabricación de camisetas Ecológicas, donde se identifica de manera cualitativa los diferentes posibles clientes a los cuales va dirigido la puesta en marcha, para perfilar los gustos y deseos que tienen los consumidores de las camisetas ecológicas, esto se logra aplicando un marketing que se va construyendo con el desarrollo de esta actividad, la cual a continuación se presentan para dar una visión de cómo lograr posicionar el mercado de las camisetas ecológicas .

### **Segmentación demográfica**

Para este grupo se hace una determinada división para identificar grupos de familias- sexo- edades- ingresos- ocupación – raza- y toda característica que hagan parte de su demografía y raíces.

Como las camisetas son unas prendas de vestir unisex, y de acuerdo a el clima de la ciudad de Bogotá es de 19° ambiente, las mujeres y los hombres sin importar la edad las utilizan,

estas prendas van para que sus usuarios desde los 8 años hasta los 80 o más las porte, ya que hay fabricación desde la xs- a xxl, como su uso es utilizado por cualquier raza y sin importar cuales son los ingresos económicos ya que su precio aplica para cualquier estrato de ser comprada. La figura 15 nos presenta la estadística desagregada por género y rango etario presente en la localidad, en donde se cuenta con: 109.068 hombres y 122.022 mujeres

Si miramos el comportamiento de cada 5 hogares, 2 son administrados por mujeres se evidencia que de cada 100 personas que laboran en la localidad de puente Aranda, el 39.2% son mujeres y hombres con un 59%, lo que muestra que un 1.8% son menores que trabajan:

### **Figura 15**

#### *Habitantes de la Localidad de Puente Aranda*

Rango Edad (años)	Hombre	Mujer
0 - 4	5.501	5.149
5 - 9	6.278	6.019
10 - 14	6.838	6.597
15 - 19	8.127	8.093
20 - 24	10.506	10.676
25 - 29	10.249	10.731
30 - 34	9.198	9.220
35 - 39	8.572	9.003
40 - 44	6.912	7.972
45 - 49	6.939	8.229
50 - 54	7.425	9.292
55 - 59	6.776	8.326
60 - 64	4.937	6.375
65 - 69	3.443	4.831
70 - 74	2.608	3.744
75 - 79	1.996	3.170
80 años o más	2.763	4.595
<b>TOTAL</b>	<b>109.068</b>	<b>122.022</b>

*Fuente.* Alcaldía Local de Puente Aranda (2019)

### **Segmentación Geográfica**

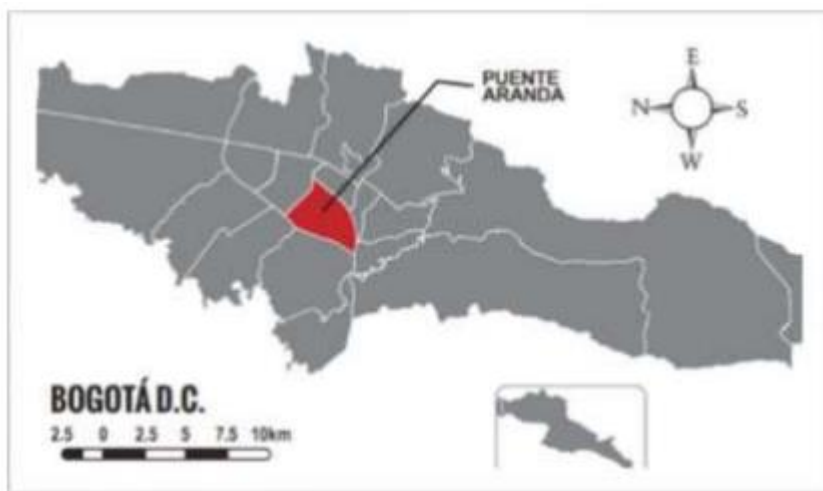
La puesta en marcha en su actualidad está ubicada, en Puente Aranda, calle 2d sitio estratégico con alta demanda para adquirir los productos-camisetas, sin embargo, el objetivo expandir el negocio para generar más empleo y consolidar una gran unidad de micro textil eros

que se adhieran las camisetas ecológicas, proyectando mercado en otras localidades de Bogotá y el resto del país, sin dejar de tener una visión internacional de exportar las camisetas ecológicas, hay que tener en cuenta que con un marketing digital se puede seguir creciendo.

Para dar sustento; vamos a el planteamiento de manera más amplia; Bogotá es la capital de Colombia, está ubicada en el centro del país con una altitud de 2.600 m/sobre el mar, con una extensión de 1.587 km<sup>2</sup> y se cuenta con 20 localidades y el proyecto de emprendimiento se ubica en la de Puente Aranda- como se observa en la figura 16, la cual es urbana el 100% con un área de 1.731 hectáreas, para la UPZ. de ciudad montes y del barrio asunción que su conglomerado de su calle 3 que es zona industrial de textileros.

### **Figura 16**

*Ubicación Localidad de Puente Aranda*



Fuente: [https://www.integracionsocial.gov.co/images/\\_docs/2021/transparencia/ETIS\\_Localidad\\_16.pdf](https://www.integracionsocial.gov.co/images/_docs/2021/transparencia/ETIS_Localidad_16.pdf)

### ***Segmentación Psicológica***

El estilo de vida es muy importante para dar un panorama, de cuál es el estilo que el público objetivo, puede ser parte de la torta a quien va dirigido este emprendimiento con

camisetas a partir de telas ecológicas, no es fácil poder conocer las preferencias de un cliente con solo ver, lo más importante son las conversaciones que se puedan entablar y empezar a diseñar estrategias de mercado para ellos, hoy en día con la tendencia a proteger el planeta de los desastres acontecimientos que dejan una huella drástica, las personas venimos creciendo en el auto cuidado de este planeta, es así que nacen muchas iniciativas con tendencias verdes y por lo tanto también se empieza a que grupos de personas de manera consciente consuman productos que le aportan al planeta y esto hace que se replique en muchos más.

Con unos pincelazos de poder identificar cuáles son las actividades que desarrollan este grupo de clientes, así como que aspiraciones y miedos se pueden identificar, con los comportamientos de estas personas que visitan los locales o con los que se cruzan los comerciantes por las calles del barrio, a hora bien como el mundo cambio estas tendencias son más efectivas cuando en las diferentes plataformas móviles, se visualiza cuáles son sus búsquedas más recurrentes y que segmento de tendencias siguen, ya con estos datos se utilizan para perfilar estas potenciales personas e ir coartándoles para que sean clientes ya sea en el línea o que visiten las tiendas.

### **Segmentación de acuerdo con el comportamiento**

Esta tendencia para identificar un grupo de personas de acuerdo a sus comportamientos es muy eficaz en marketing, ya que se evidencia los patrones de cómo se comportan y que regularmente esta tendencia son habituales, en el caso de las camisetas para ser puestas con telas ecológicas, es muy fácil de identificar, características de ver, como se visten si utilizan prendas o asesorías ecológicas, lo que estén buscando, para que las van a utilizar ; si son para promover un producto de ellos o por moda! Y si estos clientes visitan habitualmente el comercio en búsqueda

de productos con iguales o similares condiciones y ver cuáles son sus reacciones a tenerla en sus manos o puesta, escuchando- observando su aceptación o rechazo a las prendas.

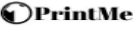


### ***Identificación de posibles competidores***

Para poder llevar a delante el emprendimiento hay que analizar los posibles competidores con los que se encuentra en el mercado. La competencia en la industria de camisetas ecológicas a partir de telas verdes es bien especial ya que, por el desconocimiento de este material, se tiende a pensar que hay muchos que se presentan con este rol; algunos empresarios que se distribuyen por su capacidad de volúmenes de producción toman este rol de fabricantes de camisetas con telas verde, sin embargo, si existe verdaderos competidores que ya están teniendo participación en el mercado.

En la actualidad los micro textileros de la localidad de Puente Aranda y a los cuales se les oferta este emprendimiento deberán enfrentar los competidores que se muestra en la figura 17.

### **Figura 17**

#### *Competidores*

	<p><b>NUESTRO PLAN</b> Queremos hacer un "hub" de marcas independientes afines para alcanzar el pedido de tela mínimo exigido por las fábricas. La meta es bastante realista teniendo en cuenta la cantidad que fabricamos actualmente en nuestro taller, por esto iniciaremos con tejido tipo jersey, pero según las necesidades de las marcas podemos ampliar el portafolio a perchados, rib y burdos e incluso comenzar a explorar otros tipos de materiales. <i>Ya se están hilando las primeras 300 camisetas orgánicas</i> <i>¿Por qué venta exclusiva?</i> El comenzar con clientes puntuales hará que seamos pocos los que ofrecemos este material, lo cual será necesario ya que los costos de producción del algodón orgánico son mayores y el precio de venta al público tendrá que ser más alto al acostumbrado con el fin de lograr el margen de ganancia objetivo.</p>
	<p>¿Qué estamos haciendo para salvar el planeta? <b>AHORRAMOS AGUA</b> Al usar algodón recuperado para fabricar la <b>ropa ecológica</b> de nuestra marca ahorramos grandes cantidades de agua por cada metro de tela. No tenemos el algodón de nuestras telas, lo que quiere decir que no contaminamos las fuentes de agua. <b>NO USAMOS QUÍMICOS PELIGROSOS</b> La eco ropa que producimos está libre de estos químicos <b>DEJAMOS DE EMITIR GASES COMO CO2</b> El algodón orgánico genera 46% menos gases de efecto invernadero que los cultivos de algodón tradicional por el simple hecho de no utilizar fertilizantes y pesticidas. Es por este motivo que nuestra <b>marca de ropa se considera sostenible.</b></p>
	<p><b>EL RETO</b> La industria textil tiene un impacto muy negativo en el medio ambiente. En busca de ganancias, los fabricantes producen volúmenes más grandes a un paso cada vez más rápido. Esto lleva al deterioro en la calidad de los textiles y la generación de mayores residuos de agua y tierra. Simple, suficiente, atemporal. En Cíclico medimos nuestros resultados en términos de los beneficios que producimos al planeta. Utilizamos residuos textiles y botellas PET, materiales que de otra manera no tendrían valor, y los convertimos en productos 100% reciclados y sostenibles. Elegimos reutilizar algodón porque es la tela más usada, menos reciclada y una fibra que requiere grandes cantidades de agua para crecer.</p>

Fuente. Elaboración propia

Estos competidores son los más interesantes, aunque hay otros que están ubicados en Bogotá y que brindan un gran portafolio de sus productos, tienen características que el mercado ya los comienza a identificar, lo que es un plus para que los emprendimientos que se están construyendo con telas ecológicas para comenzar a ser tenidos en cuenta como sería y real la fabricación de ropa con tela verde.

Aliados Claves: Para poder ser unos emprendedores socialmente sostenibles y que conlleve al cumplimiento de los 17 objetivos en los que se pueda aportar a el planeta los micro textileros requieren la cooperación de alianzas claves que generen una unidad a tener mismos propósitos y se pueden identificar a continuación.

Propietarios – que son los más interesados en buscar alternativas a su producto convencional camisetas de algodón orgánico.

Empleados- se busca reducir la desigualdad y que los trabajadores tengan un empleo digno que les genere en sus labores satisfacción lo que se transforma en un gran acogimiento social y económico que necesitamos en el planeta.

Proveedores- todos los recursos materiales que se requieran como lo son: telas, maquinarias, tintes, hilos, transportadores, distribuidores, alianzas con otros que tengan mismos objetivos y que brindan las oportunidades de crecimiento compartido.

Clientes- Personas estratégicas para que el negocio surja ya que son los que dan la curva de comportamiento del mercado, y de acuerdo a la puesta en marcha de camisetas con telas ecológicas, son ellos los que visualizan que impactos tienen estos productos en el medio ambiente y que den una dignificación con la humanidad de manera responsable.

Comunidad- el vecindario de la zona comercial de camisetas ecológicas, tiene varias oportunidades de visualizar un crecimiento en cómo esta localidad es generadora de cambios al planeta y ellos quedan incluidos como promotores indirectos por ser residentes del sector.

Gobierno- Son veedores de garantizar que los productos son verdaderamente hechos con telas ecológicas, además controlan que no existan competencias desleales y que se hacen llamar ecológicas, por otra parte, controlan los temas de importaciones, así como la implementación con instituciones que capaciten en estas nuevas alternativas de ropa ecológica.

Sociedad- son veedores para que se cumplan los objetivos con responsabilidad y exigen verdaderos cambios en la producción de telas ecológicas y ropa verde, como lo son las camisetas que se fabricaran con los emprendimientos propuestos en este.

Si se logra vincular los anteriores aliados con diálogos verdaderos se espera que este emprendimiento surja resultados de manera acelerada y acertada.

### ***Estrategias de Comunicación.***

Comunicación interna: garantizar que todos los colaboradores-empleados del micro-textileras del sector de puente Aranda reconozcan, los procesos y la fabricación de manera amplia y se tengan una comunicación asertiva.

Comunicación externa.: lograr que todo el público y los clientes reconozcan las camisetas con telas ecológicas y sus beneficios, para incrementar el posicionamiento de la marca que se está proponiendo en este emprendimiento.

Comunicación digital: con el propósito de impulsar el emprendimiento se realiza marketing digital a través de publicaciones con las diferentes herramientas que nos ofrece la red, para crear una marca que cautive a las visitas en el portal web. Para dar a conocer las camisetas

ecológicas y los beneficios de su uso mediante la creación de contenidos y recursos didácticos a través de la página web, YouTube, Instagram y Facebook. En la figura 18 presentamos la imagen del portal web.

### Figura 18

#### *Marketing Digital*



*Fuente.* <https://luisangelps2255.wixsite.com/reco>

#### ***Estrategias de posicionamiento.***

Divulgar diferentes medios de comunicación los beneficios, que brinda el uso de camisetas a partir de telas ecológicas.

Ampliar la información de la calidad y el costo que se oferta al público de las camisetas ecológicas.

Ofertar una amplia gama de diseños y tallas para que cualquiera tenga la certeza de conseguir o que busca.

Dar el plus para que la marca y el sector de puente Aranda, para que sea reconocido como el punto de conseguir camisetas ecológicas.

### **Estrategias de diferenciación.**

Iniciar con los objetivos propuestos por la ONU, para el 2030 con la elaboración de camisetas a partir de telas ecológicas, las cuales mitigan el desperdicio de recursos naturales como lo es energía, agua, fauna, flora y afectaciones a el cambio climático.

Familiarizar a los clientes – emprendedores; para que tengan espacios de conocer los beneficios de camisetas ecológicas.

Gestionar talleres para que más emprendedores se adhieran a este nuevo, producto de camisetas a partir de telas ecológicas.

Compartir los beneficios sociales que genera el emprendimiento que los comerciantes de Puente Aranda están realizando, para que sea replicado por otros microempresarios sin importar su actividad económica; ya que cualquier iniciativa es válida desde que beneficie a todos, en temas eco-ambientales.

Contar con el conocimiento de todos los procesos y los beneficios, por parte de sus colaboradores; dando una información veraz y con prontitud.

## Proyección Operativa y Financiera

### Recursos Operativos

Para la puesta en marcha del proyecto social con énfasis en camisetas a partir de telas ecológicas se requiere: Tamaño del proyecto Una bodega con, un mezanine para oficinas, la cual tendrá un área de  $190\text{mts}^2$  1 nivel +  $11.2\text{mts}^2$  Mezzanine 2 nivel de oficina, para un total de  $201\text{mts}^2$

La bodega está ubicada en la localidad de Puente Aranda; sector de la calle 3 con cra. 32 de la ciudad de Bogotá. A continuación, se describe en la tabla 3 la distribución del espacio interno y la distribución de cada uno de acuerdo con el área de trabajo y proceso de producción.

**Tabla 3**

*Distribución del Espacio y Obra que se Desarrolla en la Bodega.*

Capacidad	Unidad de medida	Obra	Porcentaje de espacio %
Área 201	M2	Bodega	98
Área 63	M2	Producción	31.3
Área 64	M2	Almacén de Insumos y materias primas	31.8
Área 5.40	M2	2 baños en producción cada uno de 1.80*1.50	2.68
Área 1.80	M2	1 baño de 1.50*1.20 en mezanine	0.89
Área 1.60	M2	1 baño de 1.6*1.0 en sala de ventas	0.79
Área 24	M2	Almacén de producto terminado	11.9
Área 30	M2	Sala de ventas de 10*3 con 4 vestidores	14.9
Área 11.2	M2	Mezanine de oficinas	5.57
Área total	M2	8 ESPACIOS	100
201			

Fuente. Elaboración propia

### ***Disponibilidad insumos***

Para la fabricación de las camisetas con telas ecológicas; se debe garantizar materias de alta fidelidad las cuales ofrecen varios importadores y algunos insumos son de origen regional, con los que se puede hacer negociaciones y que dan calidad son:

Digaltex - una empresa muy reconocida con más 35 años de experiencia como proveedor de insumos textiles y con su línea de telas ecológicas, la cual tiene varias sucursales en Colombia facilitando adquirir sus productos.

Protela- con su reconocimiento a nivel nacional es una empresa, que vela por crear nuevas líneas, las cuales satisfacen los requerimientos que se necesitan para el emprendimiento social.

Lafayette- el principal aliado que provee telas ecológicas y con un alto estándar de calidad, con su amplia experiencia y sus innumerables telas que tiene, se puede crear infinidad de productos- camisetas que cumplan el objetivo del emprendimiento para los micro textileros de Puente Aranda.

### **Ficha técnica para la fabricación de una camiseta con telas ecológicas.**


Las camisetas con telas ecológicas por ser una prenda que es vestidor y de uso continuo, se debe contar con variedad de estilos, colores, tallas que son los referentes que buscan los clientes; generalmente los materiales para el caso de los emprendedores micro-textileros de Puente Aranda durante sus procesos no requiere constante rotación de materiales ya que estas prendas son utilizadas sin que tenga que ver las condiciones climáticas, o los temas de Fashion, ya que por su versatilidad las camisetas son de uso: Deportivo, de vestimenta, informal o para descanso.

Para conseguir que las camisetas a partir de telas ecológicas generen el plus que se pretende en el emprendimiento social se tuvo en cuenta varios factores como se muestra en la tabla 4 entre ellos tenemos diseños con el mensaje ecológico, calidad en sus terminados, hilos de calidad, cosidos garantizados, colores con variedad, tallas con suficiente stop, presentación con un buen doblado, y si es por mayor debidamente empacadas.

Por otra parte, las materias y los insumos para las camisetas con telas ecológicas: telas ecológicas a partir de algodón orgánico, hilos con fibras naturales, elastina biodegradable, tintas naturales y marquilla en cartón reciclable.

**Tabla 4**

*Descripción del Producto a Producir*








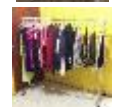

Producto	Descripción	Personal	Resultados
Camisetas RECO- empresa de emprendimiento social por los micro textileros de puente  Aranda, Son de alto diseño que van a transformar el uso de camisetas convencionales con algodón que requiere miles de litros para su producción.	Las camisetas que se elaboran en este emprendimiento tienen el objeto de reducir el consumo de recursos naturales, con telas ecológicas que son producidas con bajos costos de impacto ambiental, lo que se transforma en un mundo mejor para todos, estas prendas cumplen la calidad y se presentan en varios estilos que por ser una prenda de uso diario su rotación es constante.	El emprendimiento inicia con cuatro operarios de maquinaria de confesión, lo cuales en el proceso de corte alistamiento y armado tendrá la tarea de producir las camisetas de acuerdo a los estándares y el cumplimiento, son operarios con altos niveles de conocimientos en la fabricación de dichas prendas, lo que garantiza un trabajo eficiente, puntual.	1. cada trabajador fabrica 8 camisetas promedio diarias. 2. se pueden encontrar en diferentes tallas y colores. 3. una camiseta requiere 1.8 metros para su fabricación 4. la fabrica tiene capacidades de instar y producir mas 5. cada camiseta está debidamente etiquetada con los datos de RECO. 6. Su uso no genera condiciones adversas a la piel.

*Fuente. Elaboración Propia*

## Descripción de la maquinaria e instalaciones

Las cuales son necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento de este. Este emprendimiento para la fabricación de camisetas con telas ecológicas por ser una industria de textiles y confecciones requiere varias máquinas que en la tabla 5 se estipulan, es de aclarar que con los temas que se están presentando a nivel mundial y la crisis, que se proyecta por la importación de maquinaria los precios están cambiantes constantemente, lo que implica en algunos casos comprar maquinaria de segunda mano en buen estado.

**Tabla 5**  
*Descripción de Maquinaria para la Producción.*

Imagen	Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	Máquina de coser semi industrial Singe Heavy Duty 4423	2	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000
	Fileteadora Brother 1034d semi industri	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
	Collarín Mecatrónica Kingter 500 at	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
	Enrolladora y medidora De tela me70	1	\$ 2.445.000	\$ 2.445.000
	Máquina de planchado y sublimación	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
	Tintes de sublimación en litros	4	\$ 85.000	\$ 340.000
	Estantería	3	\$ 850.000	\$ 2.550.000
	Exhibidor	1	\$ 220.000	\$ 220.000
	Mueble exhibidor	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Valor Total			\$ 14.855.000	

*Nota.* Se presentan las máquinas y herramientas que se requiere para el emprendimiento. Propia

**Realizar proyecciones de distribución en planta.**

En este entendido para la bodega que es el lugar donde se fabrican las camisetas ecológicas, se busca organizar los procesos de la fabricación de las camisetas, dando un orden a los lugares dentro de la bodega.

Para poder realizar un proyecto social de emprendimiento, son ajuiciados los micro textiles buscando que sus máquinas, estantes, baños, almacenaje de mercancías, vistieres estas ordenadas, los lugares para sus empleados internos y externos cuenten con espacios que entreguen satisfacción y sensación de descanso, permitiendo que se pueda transitar de un punto a otro sin obstáculos y que puedan causar incidentes o accidentes y a largo plazo temas de enfermedades de profesión.

Por ser un proyecto social, encaminado a reducir entre muchos aspectos que reclama nuestro planeta, se es cociente que el ejemplo en casa prima como objetivo, por lo anterior se plantean varios momentos que se proyectan en la distribución de la planta en funcionamiento.

Organizar los espacios: Tener un excelente orden de los pasos peatonales, los estantes se replica en, distancias más cortas entre un punto al otro encontrar con facilidad lo que se busca.

Identificar los riesgos: Con un acompañamiento de la ARP, se busca reducir los accidentes y enfermedades de trabajo, por tener elementos o entornos que aumente las posibilidades de la ocurrencia de tales eventos; lo que se debe hacer es un buen ordenamiento y que se cuente con lugares y espacios que elimine, controle o tener alternativas para que su ocurrencia se la mínima de acuerdo con las recomendaciones de la ARP.

Entornos de satisfacción de los empleados- espacios con buena iluminación, servicios sanitarios limpios y organizados, maquinas con mamparas y guardas de seguridad, colores de los muros reflectantes de luz, espacios para su descansó.

Aumento de producción- al tener los lugares ordenados y distancias más corto, se genera que la productividad es mayor, ya que se reduce en pérdida de tiempo, y si a esto le motiva un plus a el emprendimiento se ve también reflejado en los salarios de sus trabajadores.

Maquinaria puesta de manera estratégica. Que siga un proceso de ensamblaje en línea para que su secuencia no genere traumatismos a la hora de armar las camisetas y poder dar los terminados.

Estantes con su respectiva identificación, de que tallas y cantidades existentes están ordenadas, lo que facilita la identificación y los inventarios. Estos también aplican dentro de producción como en la sala de ventas.

Descripción de los cargos, presentación de organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de salarios. Se debe relacionar los costos parafiscales.

### **Estructura organizacional**

Para el emprendimiento social se definen los roles y responsabilidades que debe tener cada colaborador de la empresa, iniciaremos con el planteamiento del organigrama como se muestra en la figura 19.

**Figura 19****Organigrama**

Fuente. Elaboración Propia (2022)

**Manuales de Funciones**

Primero- Para el cargo de Gerente General de la empresa se tienen definido el cumplimiento de las siguientes funciones:

I. Área Funcional: Gerencia General	
II. Propósito principal	
Dirigir los planes, programas y proyectos relacionados con la Gerencia de Reco Estilo Consciente, de acuerdo con las políticas vigentes y tendientes al cumplimiento de la visión y los objetivos estratégicos del negocio.	
III. Descripción de las funciones esenciales	
1. Dirigir la formulación e implementación de las políticas generales, los planes y los programas de la Empresa, en armonía con las directrices de los socios e inversionistas.	6. Suscribir como representante legal los contratos y convenios para el cumplimiento de los objetivos de la Empresa.
2. Presentar el balance de ingresos y gastos de la empresa ante la Junta de socios de la empresa.	7. Liderar la actualización y capacitación del personal de la Empresa para estimular la incorporación de nuevas tecnologías y métodos de trabajo, conforme a los desarrollos tecnológicos.
3. Organizar, dirigir y controlar la adecuada ejecución y desarrollo de los procesos de la empresa.	8. Participar en los diferentes mecanismos de integración y desarrollo de la Empresa.
4. Liderar la planeación, implementación, revisión y mantenimiento del Sistema Integral de Gestión.	9. Participar en el proceso de identificación, medición y control de los

5. Liderar la definición y ejecución de las metas comerciales y operativas de la compañía, con el propósito de mejorar el desempeño y la capacidad de proporcionar servicios que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y trabajadores.
- riesgos relacionados con los procesos y verificar las acciones, tratamientos y controles implementados.
10. Las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel jerárquico, propósito del cargo,

#### Conocimientos Básicos o esenciales

- |   |  |
|---|--|
| 1. Funciones y estructura de la Entidad.                | 6. Formulación y evaluación de proyectos.  |
| 2. Normas de contratación y administración de personal. | 7. Manejo presupuestal.                    |
| 3. Habilidades gerenciales.                             | 8. Gestión de riesgos de negocio.          |
| 4. Planeación estratégica.                              | 9. Servicio al cliente.                    |
| 5. Sistemas integrales de gestión.                      | 10. Gestión del conocimiento e innovación. |
|   | 11. Tecnologías de la Información.         |

#### Competencias comportamentales

##### Comunes

##### Por nivel jerárquico

- |   |  |
|---|--|
| 1. Orientación a resultados.              | 6. Pensamiento estratégico.                        |
| 2. Lealtad y sentido de pertenencia.      | 7. Desarrollo y autodesarrollo del talento humano. |
| 3. Orientación al usuario y al ciudadano. |  |
| 4. Orientación al mejoramiento continuo.  |  |
| 5. Trabajo en equipo y colaboración.      |  |

#### Requisitos de formación académica y experiencia

##### Formación académica

##### Experiencia

Formación académica en administración de empresas, administración, contabilidad, economía, ingeniería industrial	Experiencia mínima de 4 años en procesos gerenciales de empresas del sector
--	---

Segundo - Para el cargo de jefe de Producción y Ventas de la empresa se tiene definido el cumplimiento de las siguientes funciones:

#### Jefatura de Producción y Ventas

##### Propósito principal

Establecer y definir lineamientos y estrategias relacionadas con los procesos de producción y ventas de la empresa, buscando innovar los productos y servicios, ofrecidos a los clientes llevando a cabo la identificación de tendencias de mercadeo y evaluación del desempeño del producto.

##### Descripción de las Funciones Esenciales

- |  |   |
|--|---|
| 1. Definir lineamientos y estrategias de producción y ventas orientadas a captar, fidelizar y recuperar clientes teniendo en cuenta estudios comparativos, | 6. Definir objetivos anuales del modelo de segmentación, así como su alcance de acuerdo a las necesidades de la empresa, adicionalmente dar la aprobación del |
|--|---|

- segmentación, población objetivo, comportamiento del mercado y percepción del cliente.
2. Efectuar la planificación y control del plan de mercadeo de acuerdo con los lineamientos empresariales.
  3. Proponer el presupuesto de ventas teniendo en cuenta, los indicadores económicos, el comportamiento de mercado, la información de los proveedores y clientes.
  4. Proponer en coordinación con la jefatura de ventas las metas comerciales, teniendo en cuenta la segmentación establecida, rentabilidad de ventas, prospectos, productos y la normatividad vigente.
  5. Revisar el comportamiento de ventas a nivel nacional y gestionar las oportunidades de mejora con el fin de incrementar la rentabilidad de la empresa.
7. Participar en el proceso de identificación, medición y control de los riesgos relacionados con todos los procesos.
  8. Hacer seguimiento a los procesos de la Gerencia, atendiendo a las metas e indicadores establecidos.
  9. Atender las relaciones comerciales de la empresa.
  10. Efectuar la planificación y control del plan de mercadeo de acuerdo con los lineamientos empresariales.
  11. Dirigir la estrategia de producción y metas para la empresa.

#### Conocimientos Básicos o Esenciales

1. Procesos de venta y comercialización.
2. Estrategias de captación, retención, fidelización y recuperación de clientes.
3. Desarrollo de productos y servicios.
4. Conocimiento de las herramientas de relacionamiento con servicio al cliente.
5. Conocimientos en procesos de mercadeo.
6. Planeación estratégica y programas de mejoramiento.
7. Metodología de investigación.
8. Formulación y evaluación de proyectos.
9. Habilidades gerenciales.
10. Servicio al cliente.
11. Concertación y Resolución de Conflictos.
12. Manejo presupuestal.
13. Gestión de riesgos de negocio.
14. Gestión del conocimiento e innovación.
15. Tecnologías de la Información.

#### Competencias Comportamentales

##### Comunes

##### Por nivel jerárquico

1. Orientación de resultados.
2. Lealtad y sentido de pertenencia.
3. Orientación al usuario y al ciudadano.
4. Orientación al mejoramiento continuo.
5. Trabajo en equipo y colaboración.
6. Pensamiento estratégico.
7. Dirección y desarrollo del personal.

#### Requisitos De Formación Académica Y Experiencia

##### Formación académica

##### Experiencia

Título profesional en: Administración, Ingeniería Administrativa, Industrial y Economía, Matemática, Estadística. Experiencia mínima de 4 años de experiencia profesional relacionada.

Tercero - Para el cargo de operario de la empresa se tiene definido el cumplimiento de las siguientes funciones:

Área funcional – Contaduría	
Propósito Principal	
Atender las instrucciones impartidas por la jefatura de producción en lo relacionado con la operación de la maquinaria de la empresa, de manera oportuna y efectiva.	
Descripción de las Funciones Esenciales	
1. Operar las máquinas de la empresa en relación con la producción de la empresa.	4. Cumplir con las actividades de seguridad empresarial con el fin de minimizar los accidentes de trabajo.
2. Cumplir con las entregas oportunas de la producción, dando el respectivo cuidado con la maquinaria.	5. Realizar de manera oportuna las revisiones periódicas de la maquinaria de la empresa garantizando su óptimo funcionamiento.
3. Dar cumplimiento en los tiempos de entrega la producción de la empresa.	
Conocimientos Básicos o Esenciales	
1. Operación de maquina plana	
2. Corte y costura	
3. Operación de maquinaria empresarial	
Competencias Comportamentales	
Comunes	Por nivel jerárquico
Orientación a resultados	Aprendizaje Continuo
Orientación al usuario y al ciudadano	Experticia profesional
Transparencia	Trabajo en Equipo y Colaboración
Compromiso con la Organización	Creatividad e Innovación
Requisitos de Formación Académica y Experiencia	
Formación académica	Experiencia
Título tecnológico en operación de máquinas de corte y confección	Experiencia mínima de 4 años en operación de maquinaria.

*Fuente.* Elaboración Propia

**Tabla 6****Presupuesto Nómina**

Cargo	Devengado					Parafiscales asumidos por el empleador	Total, Devengado	Valor mensual por cargo	Cantidad de personal	Total, por número de empleados
	Sueldo Básico	Días	Auxilio de transporte	Prestaciones asumidas por el empleador; salud, pensión, cesantías, interés de cesantías, vacaciones y prima de servicios, todos según los % de ley establecidos						
Gerente	\$ 3.000.000	30		\$ 1.242.399	\$ 120.000	\$ 3.000.000	\$ 4.362.399	1	\$ 4.362.399	
Jefe de Producción y ventas	\$ 2.000.000	30		\$ 828.266	\$ 80.000	\$ 2.000.000	\$ 2.908.266	1	\$ 2.908.266	
Operarios de producción, planchado, alistamiento y sublimación	\$ 1.000.000	30	\$ 117.172	\$ 414.133	\$ 40.000	\$ 1.117.172	\$ 1.571.305	3	\$ 4.713.915	
							Valor de nómina mensual		\$ 11.984.580	
							Valor anual		\$ 143.814.960	

*Fuente.* Elaboración propia

Como es natural para el adecuado funcionamiento del emprendimiento se debe contar con equipos de oficina, en la Tabla 7, se relacionan los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. Estos insumos de oficina son los básicos para el emprendimiento de los micro-textileros

**Tabla 7***Descripción Equipos de Oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Sillas ergonómicas	2	\$ 304.757	\$ 609.514
Computador	2	\$ 2.099.000	\$ 4.198.000
Archivador oficina	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Comedor	1	\$ 399.000	\$ 399.000
Impresora	1	\$ 789.900	\$ 789.900
Sillas Rimax	2	\$ 271.320	\$ 542.640
Valor Total:			\$ 7.839.054

*Fuente.* Elaboración propia

Procesos preoperativos, se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la compañía, seguros, entre otros. Para el emprendimiento social de los micro- textiles y con el acompañamiento de la alcaldía de puente Aranda, se debe seguir los siguientes pasos:

Nombre: camisetas Reco.

Forma jurídica: sociedad por acciones simplificadas S.A.S., la cantidad de socios es ilimitada ya que más micro- textiles del sector se pueden unir.

Actividad económica: 5131 fabricación de prendas de vestir para uso doméstico.

Estatutos de los micro- textiles: por formalizar

Diligenciar el registro único tributario ante la DIAN.

Son más los requerimientos que se van dando a medida que se implementa el emprendimiento social anteriormente se nombra los primarios, sin embargo, hay que formalizar otros en los que están:

Responsabilidades y derechos de los socios- aparte de los estatutos.

Regulación ante el código de comercio y código civil.

Inscripción de los trabajadores a la seguridad social.

Licencias y uso de suelo según el sector, a cargo de la alcaldía de la localidad.

Licencia y permiso de bomberos.

Licencias y permisos del ministerio de medio ambiente.

Registra y entregar informes ante la DIAN, de los impuestos a que aplique.

### ***Localización, descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto***

Camisetas Reco, se ubica en un lugar privilegiado, con conectividad por la calle y la carrera, dando la ubicación fácil para su llegada, tiene varias fábricas de camisetas convencionales a su alrededor, lo que se transforma en ser el único que fabrica con telas ecológicas sus productos y que cumplen iguales y aún más características de las normales.

Tiene una bahía que permite el estacionamiento de vehículos particulares y de los de cargue de mercancías, dando un confort para no generar traumatismos en la movilidad y por otra parte se tiene la Alcaldía de Puente Aranda a 100 metros lo que se ve en seguridad constante por cuenta de los uniformados.

### **Proyecciones de ventas de camisetas ecológicas.**

Para definir las proyecciones de ventas se empieza a analizar el comportamiento actual de demanda, como se presenta en la tabla 8, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y tendencias. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

***Tabla 8***

#### *Cálculo de la Demanda*

Población Objetivo	3000 Camisetas Mensuales
Consumo promedio (mensual)	900
Total, consumo	800
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	35%
Total, demanda potencial	1.050

*Fuente.* Elaboración propia

### **Proyección de ventas primer año**

Como se muestra en la tabla 9 se realiza un estimado de venta de primer año de 12.600 unidades.

**Tabla 9***Proyecciones de Ventas (unidades por meses)*

Proyecciones de Ventas (unidades por meses) Año 1	Cantidad por Mes	Total Ventas por Mes
Enero	800	\$ 40.000.000
Febrero	880	\$ 44.000.000
Marzo	950	\$ 47.500.000
Abril	1000	\$ 50.000.000
Mayo	1030	\$ 51.500.000
Junio	1200	\$ 60.000.000
Julio	1050	\$ 52.500.000
Agosto	1100	\$ 55.000.000
Septiembre	1200	\$ 60.000.000
Octubre	800	\$ 40.000.000
Noviembre	1200	\$ 60.000.000
Diciembre	1390	\$ 69.500.000
<b>Total ventas año 1</b>	<b>12600</b>	<b>\$ 630.000.000</b>

*Fuente.* Elaboración Propia**Precio de venta**

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la compañía y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

- El precio promedio de productos sustitutos y productos similares en el mercado
- El precio estimado que estarían dispuestos a pagar los clientes por el producto en el mercado
- Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

**Tabla 10***Costos Fijos (unidades por meses)*

Costos fijos Mensuales	Descripción	Total
	Salarios y prestaciones	\$ 11.984.584
	Servicios públicos	\$ 750.000
	Contabilidad	\$ 700.000
	Arrendamiento	\$ 3.000.000
	Cuotas de préstamo. \$0	\$ -
	<b>Total, costos fijos</b>	<b>\$ 16.434.584</b>
Costos variables	Publicidad Marketing	\$ 1.500.000
	Rollo de tela *1800mts	\$ 7.000.000
	Hilos /50 rollo *80mts	\$ 165.000
	Tintes / 4 lts	\$ 340.000
	Trasportes /envíos	\$ 300.000
	<b>Total, costos variables</b>	<b>\$ 9.305.000</b>
	<b>Total, Costos</b>	<b>\$ 25.739.584</b>

*Fuente.* Elaboración propia**Punto de Equilibrio**

De acuerdo con la proyección de ventas de primer año como se observa en la tabla 11 el punto de equilibrio se obtiene luego de la venta de 7.293 camisetas a costo unitario de \$53.550.

**Tabla 11***Punto de Equilibrio*

Ítem	Año 1
Total, costos fijos	\$ 141.880.346
Total, costos variables	\$ -
Número de unidades	\$ 12.600
Costo total promedio unitario	\$ 36.806
Costo promedio unitario	\$ 25.546
Costo variable unitario	\$ 25.546
Precio de venta sin IVA	\$ 45.000
Precio de venta con IVA	\$ 53.550
Margen de utilidad promedio	\$ 1
Punto de equilibrio en unidades	\$ 7.293

*Fuente.* Elaboración Propia

**Proyección de ventas por meses.**

En la tabla 12 se ve el comportamiento discriminado mes a mes con un estimativo a tres años donde se refleja que para el primer año se obtendrán ventas por 12.600 unidades, para el segundo año el comportamiento está estimado en 16.964 unidades y la proyección a tres años es tener ventas por 21.443 unidades.

**Tabla 12***Proyecciones de Ingresos por Ventas (mensual)*

Proyección de Unidades Vendidas a 3 Años								
Ítem	Mes	Año 1	Ítem	Mes	Año 2	Ítem	Mes	Año 3
1	enero	800	13	enero	1263	25	enero	1613
2	febrero	880	14	febrero	1281	26	febrero	1647
3	marzo	950	15	marzo	1301	27	marzo	1681
4	abril	1000	16	abril	1324	28	abril	1713
5	mayo	1030	17	mayo	1350	29	mayo	1745
6	junio	1200	18	junio	1376	30	junio	1774
7	julio	1050	19	julio	1432	31	julio	1801
8	agosto	1100	20	agosto	1466	32	agosto	1830
9	septiembre	1200	21	septiembre	1506	33	septiembre	1860
10	octubre	800	22	octubre	1563	34	octubre	1891
11	noviembre	1200	23	noviembre	1541	35	noviembre	1929
12	diciembre	1390	24	diciembre	1561	36	diciembre	1960
TOTAL		12600	TOTAL		16964	TOTAL		21443

*Fuente.* Elaboración propia

A continuación, se demuestra en la tabla 13 la proyección de ventas del primer año discriminado mes a mes, iniciando en enero con ventas de 800 unidades y cerrando a diciembre con ventas de 1.390 unidades para un consolidado total de 12.600 unidades. Con ingresos por venta al finalizar el año por \$ 630.000.000 pesos, dando un apalancamiento formidable para los microtextileros y todos los que hacen parte del negocio.

**Tabla 13***Proyecciones de Ventas (mensual)*

Proyecciones de Ventas Año 1 (unidades por meses)	Cantidad	Total, de Ventas por mes
Enero	800	\$ 40.000.000
Febrero	880	\$ 44.000.000
Marzo	950	\$ 47.500.000
Abril	1000	\$ 50.000.000
Mayo	1030	\$ 51.500.000
Junio	1200	\$ 60.000.000
Julio	1050	\$ 52.500.000
Agosto	1100	\$ 55.000.000
Septiembre	1200	\$ 60.000.000
Octubre	800	\$ 40.000.000
Noviembre	1200	\$ 60.000.000
Diciembre	1390	\$ 69.500.000
Total, vendidas año 1	12600	\$ 630.000.000

*Fuente.* Elaboración Propia

**Capital de trabajo**

Una vez inicia 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 inicio, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un de flujos 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, transferencias 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, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

Remuneraciones del personal, materias primas e insumos, pago de servicios de agua, teléfono, internet y electricidad, pago de alquiler del local, seguros, comisiones, publicidad entre otros.

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio como lo indica la tabla 14, con ventas el primer mes de \$36.000.000 millones de pesos y cerrando en diciembre con ventas por \$62.550.000 que a continuación se relaciona en el flujo de caja mensual.

**Tabla 14***Flujo de caja mensual*

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Ingresos</b>												
Ventas	36.000.000	39.600.000	42.750.000	45.000.000	46.350.000	54.000.000	47.250.000	49.500.000	54.000.000	36.000.000	54.000.000	62.550.000
<b>Total ingresos</b>	<b>36.000.000</b>	<b>39.600.000</b>	<b>42.750.000</b>	<b>45.000.000</b>	<b>46.350.000</b>	<b>54.000.000</b>	<b>47.250.000</b>	<b>49.500.000</b>	<b>54.000.000</b>	<b>36.000.000</b>	<b>54.000.000</b>	<b>62.550.000</b>
<b>Egresos</b>												
Compra material prima e insumos	6.412.160	7.053.376	7.614.440	8.015.200	8.255.656	9.618.240	8.415.960	8.816.720	9.618.240	6.412.160	9.618.240	11.141.128
Remuneración personal operativo	5.288.470	5.817.317	6.280.058	6.610.588	6.808.905	7.932.705	6.941.117	7.271.646	7.932.705	5.288.470	7.932.705	9.188.717
Gastos generales de operación	8.736.000	9.609.600	10.374.000	10.920.000	11.247.600	13.104.000	11.466.000	12.012.000	13.104.000	8.736.000	13.104.000	15.178.800
Remuneración administrativos	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029	8.455.029
Gastos de administración	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667	1.696.667
Gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de marketing	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667	1.671.667
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total egresos</b>	<b>32.259.992</b>	<b>34.303.655</b>	<b>36.091.860</b>	<b>37.369.150</b>	<b>38.135.523</b>	<b>42.478.307</b>	<b>38.646.439</b>	<b>39.923.728</b>	<b>42.478.307</b>	<b>32.259.992</b>	<b>42.478.307</b>	<b>47.332.007</b>
<b>Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)</b>	<b>3.740.008</b>	<b>5.296.345</b>	<b>6.658.140</b>	<b>7.630.850</b>	<b>8.214.477</b>	<b>11.521.693</b>	<b>8.603.561</b>	<b>9.576.272</b>	<b>11.521.693</b>	<b>3.740.008</b>	<b>11.521.693</b>	<b>15.217.993</b>
<b>Tabla X. Saldos acumulados (en miles)</b>												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Flujo mensual	3.740.008	5.296.345	6.658.140	7.630.850	8.214.477	11.521.693	8.603.561	9.576.272	11.521.693	3.740.008	11.521.693	15.217.993
Flujo mensual acumulado	3.740.008	9.036.353	15.694.492	23.325.343	31.539.819	43.061.512	51.665.073	61.241.345	72.763.038	76.503.045	88.024.738	103.242.732

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

## **Inversiones**

Inversión inicial, los conceptos que incluyen este rubro se presentan debidamente identificados en la tabla 15. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

**Tabla 15**

### *Inversión Total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 14.855.000
	Equipo de oficina	\$ 7.839.054
	Terrenos	\$ -
	Equipo de transporte	\$ -
Instalaciones	Estudios de investigación	\$ 2.000.000
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 4.000.000
	Gastos legales de constitución	\$ 2.000.000
	Marketing	\$ 2.000.000
	Arriendo	\$ 3.000.000
	Sueldos	\$ 11.984.580
	Póliza de Seguros	\$ 3.000.000
	Materia Prima	\$ 13.000.000
	Otros Gastos	\$ 1.300.000
Capital de trabajo	\$ 64.978.634	
Número de socios	5	
Inversión por Socio	\$ 13.000.000	
Inversión Total	\$ 65.000.000	

*Fuente.* Elaboración Propia

## **Fuentes de Capital de Inversión**

Se relaciona cuáles 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 éste último proyecciones

de costo de capital. El capital de trabajo o inversión inicial se realizará con aportes sociales (propios) de cada uno de los socios. Es decir 5 socios se aporta \$13.000.000 por igual para disponer los recursos.

**Tabla 16**  
*Estado de Resultados*

Estado de Resultados	
Ventas	567.000.000
Costos	321.876.954
Ventas Brutas	245.123.046
Gastos administrativos	
Gastos de Personal	101.460.346
Servicios	
Arriendos	18.000.000
Servicios Públicos	1.260.000
Agua y alcantarillado	300.000
Energía eléctrica	660.000
Servicio Internet	300.000
Gastos Legales	800.000
Diversos	300.000
Papelería	120.000
Elementos de aseo	180.000
Total, gastos admón.	121.820.346
Gastos de Ventas	
Arriendo	18.000.000
servicios públicos	1.260.000
Agua y alcantarillado	300.000
Energía eléctrica	660.000
Servicio Internet	300.000
Gastos Publicidad y Propia	800.000
Total, gasto de venta	20.060.000
Intereses	0
Comisiones	0
Otros Gastos Bancarios	0
4 x mil	0
Total, financieros	0
Total, gastos	141.880.346
Utilidad	103.242.700

*Fuente.* Elaboración Propia

## Costos Fijos y Variables

Con la proyección de ventas estimadas para el primer año, con una proyección de 12.600 unidades los costos fijos son de \$141.880.346 dejando una utilidad de \$103.242.700, expuesto como se observa en la figura 20.

### Figura 20

*Costos fijos y variables*

	<b>Año 1</b>
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$141.880.346</b>
<b>Total costos variables</b>	<b>\$0</b>
<b>Número de unidades</b>	<b>12.600</b>
<b>Costo total promedio unitario</b>	<b>\$36.806</b>
<b>Costo promedio unitario</b>	<b>\$25.546</b>
<b>Costo variable unitario</b>	<b>\$25.546</b>
<b>Precio de venta sin IVA</b>	<b>\$45.000</b>
<b>Precio de venta con IVA</b>	<b>\$53.550</b>
<b>Margen de utilidad promedio</b>	<b>76,2%</b>
<b>Punto de equilibrio en unidades</b>	<b>7.293</b>

*Fuente.* Elaboración propia

## Ventas Proyectadas Años 2 y 3

Para el segundo año se reflejará un incremento de ventas de camisetas del 34% que equivale a 16.964 en con referencia a las 12.600 camisetas vendidas en el primer año de operación del proyecto de emprendimiento, así mismo se proyecta el incremento en ventas para el tercer año de un 27% tomando los datos de proyección de ventas del segundo año dejando como resultado ventas totales por 21.443 unidades de camisetas como se determina en la tabla 17.

Así las cosas, la puesta en marcha de este emprendimiento refleja un comportamiento con una curva creciente satisfactoria para los inversionistas al igual que colocar un artículo que va desplazando progresivamente a las camisetas convencionales elaboradas con algodón.

**Tabla 17***Pronóstico de Ventas Año 2 y 3*

Mes	Total	Año 2	Unidad Proyectada
			16.964
13	Enero	1263	
14	Febrero	1281	
15	Marzo	1301	
16	Abril	1324	
17	Mayo	1350	
18	Junio	1376	
19	julio	1432	
20	agosto	1466	
21	septiembre	1506	
22	octubre	1563	
23	noviembre	1541	
24	diciembre	1561	
	Total	Año 3	21443
25	enero	1613	Unidades
26	febrero	1647	
27	marzo	1681	
28	abril	1713	
29	mayo	1745	
30	junio	1774	
31	julio	1801	
32	agosto	1830	
33	septiembre	1860	
34	octubre	1891	
35	noviembre	1929	
36	diciembre	1960	

*Fuente. Elaboración Propia*

## Conclusiones

Este proyecto es elaborado buscando una solución a una problemática social, apostando por un modelo de negocio sostenible que se vincula al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU para el 2030 en nuestro proyecto son vinculantes el número 6 que se refiere al agua limpia y saneamiento así como el 12 que propende por garantizar la producción y consumo responsables mediante el uso del medio ambiente natural para mitigar los peligros que arroja el cultivo de algodón convencional y que es empleado en la industria textilera.

Además, se presenta la propuesta de emprendimiento social con un componente innovador, viable, sostenible económicamente y sustentable a partir un modelo de generación del proyecto generando estrategias de mercadeo tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico.

Por último, este proyecto busca que las actividades contribuyan a un cambio benéfico a la humanidad, mediante insumos amigables con el medio ambiente por lo tanto se puede establecer que se cumple los objetivos propuestos de los micro textileros y que, de acuerdo a los estados financieros y la puesta en marcha de este modelo de negocio, se establece la viabilidad y coherencia de iniciar el siguiente paso; la ejecución dejando este documento como referente a futuros estudiantes de la UNAD o comerciantes para su aplicación.

## Referencias

- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.47-52). Grupo Editorial Patria.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Alcaldía Local de Puente Aranda (2019). Diagnóstico Local Puente Aranda Encuentros Ciudadanos, pp 6.  
[https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnostico\\_local\\_de\\_puente\\_aranda\\_2020\\_.pdf](https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnostico_local_de_puente_aranda_2020_.pdf)
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p.65-134). Editorial Miguel Ángel Porrúa.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>  
 Modelos de negocio
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Design Thinking. (s.f). Técnica de los 5 para qué. Obtenido de:  
<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=66&fase=empatiza>
- Design Thinking. (s.f). Selección de ideas. Obtenido de:  
<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=42&fase=idea>
- Design Thinking. (s.f). Infografía. Obtenido de:  
<https://www.designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=53&fase=prototipa>
- Fashion Network. (s.f). Acerca de FashionNetwork.com. Obtenido de:  
<https://mx.fashionnetwork.com/texte/29.html>

Forbes Staff. (2022). Colombiamoda 2022 dejó expectativas de compra por US\$ 25,5 millones.

Obtenido de: <https://forbes.co/2022/08/01/negocios/colombiamoda-2022-dejo-expectativas-de-compra-por-us-255-millones/>

José Eucario Parra Castrillón, Jonatan Rosales Chávez, Lucio Cruz López, & Dayan Domínguez.

(2019). Las rutas posibles de los proyectos de innovación: un análisis de casos.

Ingenierías USBMed, 10(1), 58–67. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.21500/20275846.3819>

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>

Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A

training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per la desenvolupament de l'emprenedoria social. *Educar*, 57(1), 97–116. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153>