

Proyecto de emprendimiento Social

Ingrid Johana Álvarez Castillo

Yeison Stiven Astudillo Benavides

Yurali Maricela López Portillo

Lina María Villalba Ortega

Jorge Andres Vallejo Sánchez

Tutora:

Sindy Nieto Jara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios ECACEN

Tecnología en gestión comercial y de negocios

2023

Contenido

	Pág.
Introducción	7
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
Proyecto de Emprendimiento Social Visen, Vístete con Sentido	10
Contexto	10
Descripción.....	12
Propuesta Social	13
Fuente de Ingresos.....	14
Beneficios.....	15
Innovación Social.....	17
Modelo Desing Thinking	17
Empatía	17
Definición.....	23
Prototipo	28
Testeo	29
Propuesta de Valor	32
Modelo Canvas.....	32
Segmento de Clientes	33
Aporte de Valor.....	33

Relación con Clientes.....	35
Actividades Clave	35
Socios Claves	36
Recursos Claves	37
Canales	37
Estructura de Costos.....	37
Fuentes de ingresos	38
Estrategias de Mercadeo.....	39
Atributos y Beneficios.....	39
Grupo Objetivo.....	40
Segmentación de Mercado	41
Aliados Clave	44
Prototipos Redes Sociales	46
Post Facebook	50
Proyección de los Recursos Operativos y Financieros.....	51
Fichas de Producción	51
Descripción de Costos Fijos y Variables.....	55
Capacidad Instalada.....	55
Infraestructura	57
Proyección de Ventas	57
Cálculo de Demanda	59
Proyecciones de ventas (unidades).....	59

Precio de Venta	60
Punto de Equilibrio.....	60
Proyección de Ingresos	61
Capital de Trabajo	61
Inversión Inicial	63
Tecnología.....	63
Maquinaria y Equipo.....	64
Muebles y Enseres.....	64
Instalaciones y Puesta en Marcha	65
Conclusiones	66
Referencias Bibliográficas.....	70

Lista de Tablas

Tabla 1 Estrategias de mercadeo en canal tradicional y digital.....	45
Tabla 2 Ficha de producción blusa femenina modelo 1	51
Tabla 3 Ficha de producción blusa femenina modelo 2.....	52
Tabla 4 Ficha de producción blusa femenina descripción de la prenda	53
Tabla 5 Ficha de producción blusa femenina insumos.....	54
Tabla 6 Costos variables.....	55
Tabla 7 Proceso de blusa femenina	55
Tabla 8 Costos unitarios y totales de insumos	56
Tabla 9 Proyección operativa	59
Tabla 10 Proyección operativa anual por prendas.....	59
Tabla 11 Presupuesto de ventas.....	60
Tabla 12 Rendimiento total	60
Tabla 13 Proyección de ventas anual por ingresos.....	61
Tabla 14 Flujo de caja mensual.....	62
Tabla 15 Saldos acumulados por mes	63
Tabla 16 Inversión inicial en tecnología	63
Tabla 17 Inversión inicial en maquinaria y equipo	64
Tabla 18 Inversión inicial en muebles y enseres	64
Tabla 19 Inversión inicial en instalaciones	65

Lista de Figuras

Figura 1 Logo Visen.....	10
Figura 2 Mapa de la comuna 14 de Cali	11
Figura 3 Porcentaje de factores que influyen al momento de comprar una prenda	18
Figura 4 Porcentaje cantidades al momento de comprar una prenda.....	18
Figura 5 Porcentaje de preferencia de telas al momento de comprar una prenda	19
Figura 6 Porcentaje preferencia de tallas grandes	19
Figura 7 Porcentaje de calidad y costo al comprar una prenda.....	20
Figura 8 Porcentaje de aceptación de asesoría al comprar una prenda	20
Figura 9 Formato modelo desing thinking para entrevistas cualitativas	23
Figura 10 Formato modelo desing thinking para el perfil de usuario	25
Figura 11 Formato modelo desing thinking para estrategia Scamper	27
Figura 12 Formato modelo desing thinking para el prototipo en imagen	29
Figura 13 Formato modelo desing thinking para pruebas de usabilidad.....	30
Figura 14 Modelo Canvas proyecto de emprendimiento Visen.....	32
Figura 15 Imagen publicidad digital	47
Figura 16 Página Web Visen 1	48
Figura 17 Página Web Visen 2	48
Figura 18 Imagen publicidad LinkedIn.....	49
Figura 19 Imagen publicidad digital emprendimiento	50

Introducción

Con la siguiente actividad se busca explorar más acerca de las empresas sociales y como pueden con su planeación estratégica contribuir con la mitigación de las problemáticas que aquejan actualmente a las comunidades, esto utilizando herramientas de negocios innovadores que permiten la inmersión en nuevas búsquedas de soluciones eficaces y eficientes a las problemáticas sociales como lo hemos planteado el emprendimiento Visen encaminado en la búsqueda de empleo a las madres cabeza de familia de la comuna 14 en la ciudad de Cali.

De igual manera el desarrollo del modelo negocio mediante la metodología Canvas nos ofrece una herramienta para lograr definir y establecer modelos innovadores, para el desarrollo social, contribuyendo con la planeación y creación de empresas que dentro de su misión y visión tengan la solución de un problema social o la contribución social.

Por otro lado, detallamos los beneficios de realizar un modelo Canvas en un proyecto de emprendimientos, basándonos en la propuesta de valor, segmentación de mercado, actividades claves y otras variables que son indispensables en el éxito de todo negocio; por ende, también se desarrolla un simulador el cual nos permite profundizar estos términos por medio de simulaciones y practicas con empresas cuya actividad económica depende de la planeación y gestión que se realice.

Identificar los factores internos y externos que intervienen en el desarrollo de una unidad de negocio permiten tener un panorama amplio a cerca de la competencia, servicio, producto, aliados estratégicos, segmentación de mercado y otros factores que influyen de manera directa o indirecta en el crecimiento de un proyecto de emprendimiento, por tal motivo, la importancia de generar a tiempo un plan de acción.

En la fase proyección de los recursos operativos y financieros tiene un propósito fundamental como es Proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social de nuestra empresa Visen encaminado en la búsqueda de empleo a las madres cabeza de familia de la comuna 14 en la ciudad de Cali. De esta manera nos centraremos en analizar los mejores recursos y financiamiento para nuestro emprendimiento social expresaremos nuestras ideas, debatiremos y opinaremos para entregar los mejores resultados de esta importante actividad.

Objetivos

Objetivo General

Formular el proyecto de emprendimiento social a trabajar

Objetivos Específicos

Plantear el problema a solucionar y la oportunidad a identificar

Describir el proyecto de emprendimiento, su contexto e innovación social, fuentes de ingreso y los beneficios esperados

Diseñar la propuesta de innovación social a través del método desing thinking

Identificar los factores internos y externos que intervienen en el proyecto de emprendimiento desde el posicionamiento de la marca y éxito de la misma.

Estructurar el plan de mercadeo que dinamice la factibilidad comercial para el proyecto de emprendimiento.

Estructurar el plan de mercadeo que dinamice la factibilidad comercial para el proyecto de emprendimiento.

Proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento social

Proyecto de Emprendimiento Social Visen, Vístete con Sentido

Figura 1

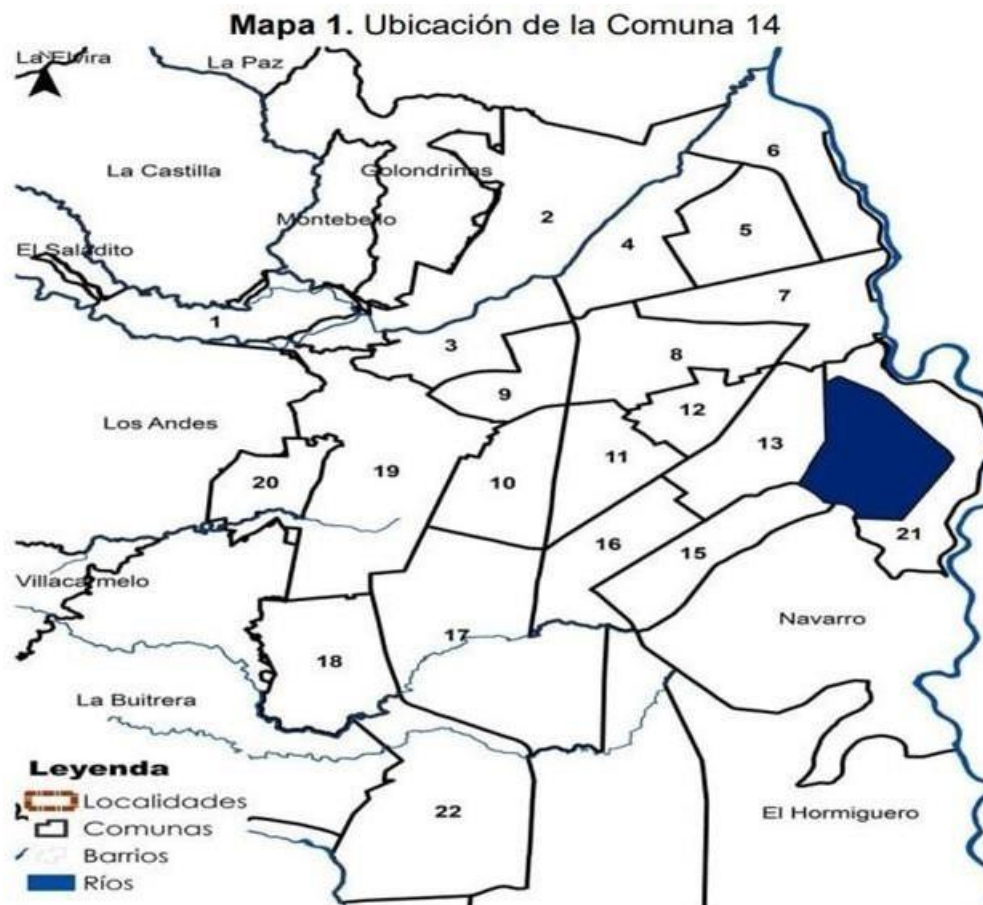
Logo Visen



Fuente. Elaboración de los autores.

Contexto

El estado civil de las madres caleñas donde: el 17% son madres solteras, el 23% están casadas y el 58% viven en unión libre con su pareja. Se detecta que este porcentaje de madres solteras, en su gran mayoría se ve reflejado en los estratos 1 y 2, en la cual la comuna 14 hace parte y representa una de las poblaciones con mayor situación de pobreza y vulnerabilidad multidimensional.

Figura 2*Mapa de la comuna 14 de Cali*

Fuente. Centro de Inteligencia Económica y Competitiva (CEIC) (2023)

Una vez identificada esta problemática, también nace la oportunidad que considera los factores sociales, los cuales se plantea como objetivo solucionar las dificultades que atraviesan las madres cabeza de hogar; tales como víctimas del desempleo, violencia de género, inclusión social, desigualdad y discriminación laboral entre otras. A través de un modelo de negocio de confecciones de prendas de vestir, el cual es consciente de la responsabilidad y el potencial que estas madres de familia pueden entregar a la empresa; una madre de familia puede tener mayor

compromiso y valorar mucho más su trabajo y la oportunidad que se le brinda, especialmente si los valores corporativos de la empresa son flexibles, para que puedan cumplir con sus responsabilidades familiares, por lo cual la empresa y el empleado lograrán un beneficio mutuo.

Descripción

El proyecto de emprendimiento social Visen, Vístete con Sentido, consiste en un emprendimiento de confección de diversos productos de vestir tales como pantalones, camisas, camisetas, vestidos, abierto a nuevas ideas, cuyo enfoque se centra en el efecto social que aporte soluciones a las problemáticas de la comunidad. En particular, se busca apoyar a las madres cabeza de hogar de la comuna 14 de la ciudad de Santiago de Cali, que enfrentan dificultades para conciliar la crianza con una sostenibilidad económica, debido a las injustas condiciones laborales y la falta de oportunidades. Por tal motivo, surge la oportunidad de crear un emprendimiento generador de empleo justo y remunerado, que tenga en cuenta las necesidades y capacidades de las madres cabeza de hogar, que no implique alejarse de sus hogares por los cuales deben responder día tras día.

Dentro de la fuente de ingresos se plantea alcanzar los objetivos con la elaboración y comercialización de prendas de vestir en el mercado local, definiendo lineamientos que nos permitan conseguir clientes; los canales de distribución y las demandas de la población para crear productos que sean distintivos e innovadores, estableciendo estrategias que permitan impactar el mercado.

Propuesta Social

Bienestar para las madres y sus familias gracias al servicio de guardería y trabajo remoto que ofrece nuestro emprendimiento social.

El presente emprendimiento social nace con la finalidad de aportar significativamente en el desarrollo y crecimiento socioeconómico de la comuna 14 en la ciudad de Cali y por supuesto en el territorio nacional. Nuestro objetivo principal es generar empleos dignos a aquellas madres cabezas de hogar que, debido a la desigualdad, precariedad y otros factores sociales, no cuentan con el sustento básico para vivir y alimentar sus familias.

Este proyecto social permite que aquellas madres cuenten con un trabajo sólido y además con oportunidad de elegir su condición laboral según su necesidad lo amerite ya que contarán con dos tipos de condiciones laborales:

Trabajo remoto desde casa

Se trata de confeccionar las prendas de vestir desde la comodidad de su casa, brindando todas las herramientas pertinentes con el fin de asegurar el bienestar y productividad del empleado. El trabajo remoto permite estar al lado de su familia durante el día y además compartir con sus hijos sin tener la preocupación de estar lejos del hogar.

Trabajo desde la fábrica

Con el beneficio de una guardería a disposición de nuestro emprendimiento social con el fin de que la madre tenga la plena seguridad que su hijo estará en un lugar seguro mientras genera ingresos y además incluido en su contrato laboral.

A través del modelo negocio planteado el cual crea sostenibilidad y genera valor social, es consciente ante las problemáticas sociales que atraviesan las madres cabezas de familia; como la pobreza, la discriminación, violencia de género, entre otras.

Fuente de Ingresos

Las fuentes de ingreso del proyecto se determinan en dos modalidades:

Elaboración

El área de producción elabora las prendas textiles de acuerdo a la demanda del mercado, para ello se harán alianzas comerciales con distribuidores y mayoristas, para que sean estos quienes directamente comercialicen la mercancía sin necesidad de intermediarios.

El factor importante en esta modalidad, es que la mercancía es fabricación propia, por ello al definir el costo de venta, frente al costo de fabricación, hay un gran margen de utilidad.

Comercialización

Además de fabricar las prendas y comercializarlas a través de distribuidoras y mayoristas, este proyecto de emprendimiento tendrá también su propia fuerza de ventas, quienes se encargarán de llevar el producto al consumidor final, ya que es un proyecto enfocado a las madres cabezas de familia, este equipo es el encargado de comercializar la mercancía persona a persona a través de los catálogos de venta, físicos y digitales.

Los ingresos se obtendrán de la transacción entre cliente y empresa, el cliente obtiene la mercancía y la empresa la retribución económica por el producto, esta operación se aplica en las formas de comercialización que va a manejar el proyecto descritas anteriormente, será importante también los canales, la innovación y las estrategias comerciales.

Beneficios

El mayor beneficio de nuestro emprendimiento social es brindar empleo digno a todas las madres cabezas de hogar en pro de mejorar su calidad de vida y por ende impactar en la sociedad de manera positiva.

Brindamos bienestar al incluir en nuestras condiciones laborales auxilios para la guardería de sus hijos y a su vez generando empleabilidad desde la comodidad de su hogar con todas las prestaciones legales establecidas.

Este proyecto social tiene la ventaja de ayudar a concientizar a la población acerca de esta problemática, generando de esa forma, no solo una solución al problema, sino también una invitación a otros a ser partícipes del cambio.

Ser partícipes y generadores de cambio que no solo va a beneficiar sino a largo plazo en todo el territorio nacional colombiano.

Mejorar las habilidades tanto técnicas como blandas a las mujeres con talento, con el fin de que el tiempo de producción sea menor y la perfección de la ropa sea más alta logrando crecer con innovación y transformación.

El proyecto tiene como beneficio primordial que aquellas mujeres que trabajan desde casa tengan mayores conocimientos para que puedan subsistir de manera individual con altos ingresos económicos, que manejen su tiempo y sigan con el acompañamiento como madres presentes para los niños que dependen completamente de ellas.

De igual manera el emprendimiento de confección, se enfoca en el beneficio de darles unas bases firmes para que sepan cómo crear empresa y cada vez se fomente más el emprendimiento individual para lograr disminuir la pobreza y contribuir una mejor calidad de vida para las mujeres cabeza de hogar, ya que debido a su quehacer diario no ven la necesidad de capacitarse en aspectos como son la asociatividad y el emprendimiento entre otros temas.

Innovación Social

La propuesta de innovación social para el proyecto Visen, Vístete con Sentido, se hace a través del método desing thinking, tiene como objetivo conectar con el cliente para conocer la problemática que busca resolver, y diseñar una propuesta innovadora de solución consecuente con lo que el cliente demuestre en el proceso.

Modelo Desing Thinking

Empatía

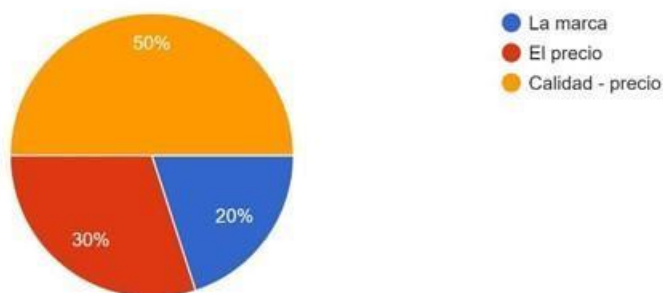
Para la etapa de Empatía se aplica la herramienta Entrevistas Cualitativas, la cual busca identificar las necesidades de los clientes. Optamos por aplicar entrevistas cualitativas las cuales nos permitieron hallar las necesidades, problemas, deseos y observaciones que presentan los clientes a la hora de comprar una prenda de vestir. Lo anterior, nos permite como proyecto de emprendimiento solucionar estas problemáticas por medio de acciones optimas que contribuyan al consumidor y la sociedad. Se aplica la herramienta por medio de entrevistas cualitativas así:

Se toma de referencia 10 encuestados por medio de preguntas de selección múltiple con el fin de conocer los factores que influyen a la hora de adquirir una prenda de vestir arrojando como resultado.

Figura 3*Porcentaje de factores que influyen al momento de comprar una prenda*

A la hora de comprar una prenda de vestir, qué factor influye?

10 respuestas

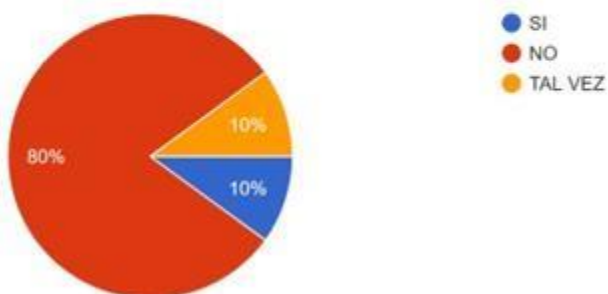


Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Figura 4*Porcentaje cantidades al momento de comprar una prenda*

Si al momento de adquirir una prenda de vestir, usted identifica que está repetida en cantidades. Realiza la compra?

10 respuestas

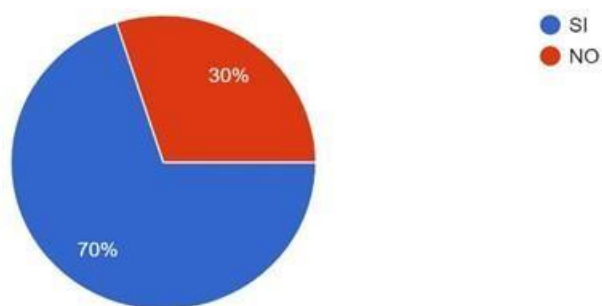


Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Figura 5*Porcentaje de preferencia de telas al momento de comprar una prenda*

Para usted es importante que la ropa que va adquirir este elaborada con telas suaves y cómodas?

10 respuestas



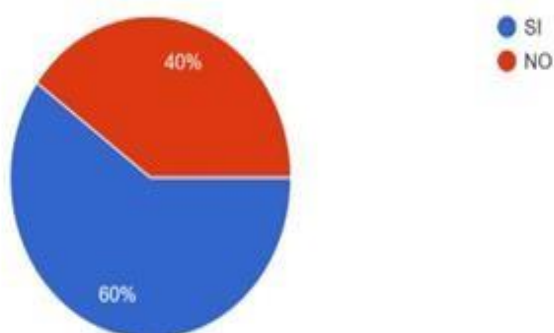
Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Figura 6*Porcentaje preferencia de tallas grandes*

Le gustaría encontrar prendas de vestir para tallas grandes (hombre o mujer), en diferentes diseños

?

10 respuestas

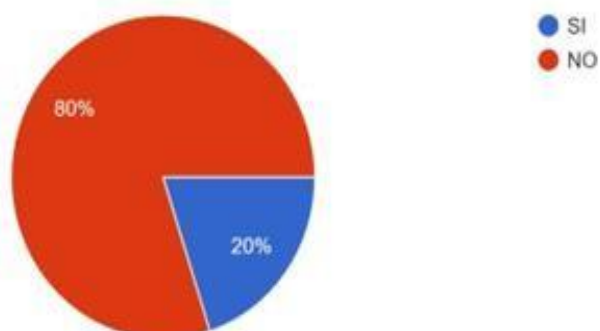


Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Figura 7*Porcentaje de calidad y costo al comprar una prenda*

Basado en su experiencia, cree usted que actualmente podemos encontrar ropa a bajo costo y de excelente calidad?

10 respuestas

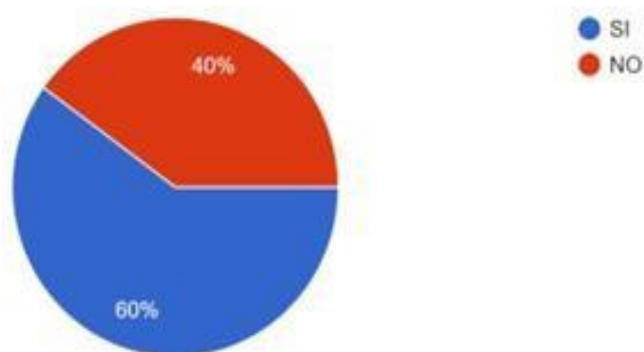


Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Figura 8*Porcentaje de aceptación de asesoría al comprar una prenda*

Le gustaría contar con asesoría en vestimenta a la hora de adquirir prendas de vestir?

10 respuestas



Fuente. Elaboración propia (2023), según encuesta de investigación de mercados.

Análisis Basados en las entrevistas realizadas se logra evidenciar que más del 50% de los encuestados tienden a elegir sus prendas de vestir teniendo en cuenta el precio y calidad de producto, es decir, que ambos factores mantengan un equilibrio. Por otro lado, 8 de cada 10 encuestado prefiere no adquirir prendas de vestir repetidas y el 70% de los encuestados se fija en el tipo de tela, textura, suavidad y comodidad de la prenda.

También logramos identificar que 6 de cada 10 encuestados encuentra difícil hallar prendas de vestir en tallas grandes y concuerda un 80% de los encuestados que las prendas de vestir que hoy en día se adquieren a bajo costo no maneja calidad adecuada en la tela.

Necesidades El consumidor busca estar a la vanguardia de la moda, estilizando su vestimenta con prendas en tendencia. Opta por comprar prendas cuyo material sea suave, fresco y de buena calidad, así mismo, la relación calidad - precio es un factor fundamental a la hora de elegir ropa.

Encontrar un lugar que llene sus expectativas en cuanto a tallas, diseños, estilos, gustos y colores, así mismo, hallar prendas que marquen la diferencia, ya que las tendencias no siempre van acordes con el gusto del consumidor.

Problemas El tema de las tallas es un factor problema ya que muchos establecimientos no manejan prendas de vestir para tallas grandes. La calidad del producto vs precio, las prendas de vestir a un precio asequible por lo general vienen defectuosas, con detalles y hechas con tela de mala calidad. (Basados en la experiencia de los clientes su uso es mínimo debido al estado de la prenda después de la primera puesta).

Las tendencias son indispensables, sin embargo, no todos los consumidores tienden a seguir esta moda ya sea por personalidad, gustos, etc.... y se convierte en problema cuando este

busca ropa y se encuentra con similitud en todos los establecimientos de ropa. Se encuentra en los almacenes ropa repetida la cual genera desconfianza a la hora de comprarla.

Deseos El consumidor de hoy aspira encontrar prendas cuya tela sea suave, fresca, con excelentes acabados y crucial la calidad de la misma. Desea conseguir prendas de vestir en tallas grandes, que sean estilizadas y variedad de diseños, modelos y colores. (Tallas desde la 44 para los hombres y desde la 22 en mujeres en pantalón). Anhelan encontrar un establecimiento el cual maneje prendas de buena calidad a un precio asequible en el mercado. Los clientes desean encontrar prendas en tendencia (pero no repetidas).

Por otro lado, asesoría a la hora de comprar ropa (en temas de accesorios, combinación de colores, textura, telas etc.). Encontrar prendas para todo tipo de ocasión (informal y formal).

Observaciones En la actualidad los consumidores buscan: calidad, precios, tendencia, variedad de tallas en todos los diseños, asesoría en prendas y combinaciones de las mismas y no optan por adquirir prendas que estén muy repetidas.

Figura 9

Formato modelo desing thinking para entrevistas cualitativas

Entrevistas cualitativas		Proyecto: VISEN		Verión: 2023
Objetivo: Empatizar con el usuario. Entender sus motivaciones, emociones y forma de pensar.		Equipo: 12		Fecha: 21.09.2023
01:00		Observaciones: Proyecto emprendimiento		
Necesidades	Problemas	Deseos	Observaciones	
<ul style="list-style-type: none"> El consumidor busca estar a la vanguardia de la moda, estilizando su vestimenta con prendas en tendencia. Opta por comprar prendas cuyo material sea suave, fresco y de buena calidad. La calidad - precio es un factor fundamental a la hora de elegir ropa. Encontrar un lugar que llene sus expectativas en cuanto a tallas, diseños, estilos, gustos y colores. Encontrar prendas que marquen la diferencia, ya que las tendencias no siempre van acordes con el gusto del consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> El tema de las tallas es un factor problema ya que muchos establecimientos no manejan prendas de vestir para tallas grandes. La calidad del producto vs precio, las prendas de vestir a un precio asequible por lo general vienen defectuosas, con detalles y hechas con tela de mala calidad. (Basados en la experiencia de los clientes su uso es mínimo debido al estado de la prenda después de la primera puesta). Las tendencias son indispensables, sin embargo, no todos los consumidores tienden a seguir esta moda ya sea por personalidad, gustos, etc.... y se convierte en problema cuando este busca ropa y se encuentra con similitud en todos los establecimientos de ropa. Encuentran en los almacenes ropa repetida la cual genera desconfianza a la hora de comprarla. 	<ul style="list-style-type: none"> El consumidor de hoy aspira encontrar prendas cuya tela sea suave, fresca, con excelentes acabados y crucial la calidad de la misma. Desea conseguir prendas de vestir en tallas grandes, que sean estilizadas y variedad de diseños, modelos y colores. (Tallas desde la 44 para los hombres y desde la 22 en mujeres en pantalón). Anhelan encontrar un establecimiento el cual maneje prendas de buena calidad a un precio asequible en el mercado. Los clientes desean encontrar prendas en tendencia (pero no repetidas). Por otro lado, asesoría a la hora de comprar ropa (en temas de accesorios, combinación de colores, textura, telas etc.) Encontrar prendas para todo tipo de ocasión (informal y formal). 	<ul style="list-style-type: none"> En la actualidad los consumidores buscan: <ul style="list-style-type: none"> - Calidad - Precio - Tendencia - Variedad de tallas en todos los diseños. - Asesoría en prendas y combinaciones de las mismas. - No optan por adquirir prendas que estén muy repetidas. 	

Fuente. Elaboración propia (2023).

Definición

Durante la etapa de definición, debemos cribar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador, para ello se va a implementar la herramienta perfil de usuario.



El desempleo trae hambre, delincuencia, baja escolaridad, problemas sociales, abandono, inestabilidad en los hogares, por lo cual muchas mujeres buscan trabajar, ser madres y esposas a la vez.





Posibles Soluciones Visen es un emprendimiento diseñado para la creación de prendas de vestir hechas por madres cabeza de familia las cuales aportaran sus ideas con sentido innovador que a su vez vestirán mujeres con múltiples roles en la sociedad, como es madres, ejecutivas, esposas e hijas.

El objetivo de Visen es ofrecer prendas de calidad, cómodas y elegantes, que se adapten a las diferentes ocasiones y necesidades de estas mujeres generando a su vez empleo a madres cabeza de hogar, Las cuales quieren sentirse bien consigo mismas y con su familia, ofreciendo prendas de vestir asequibles a todo público a precios razonables.

El proceso nos lleva a saber escuchar al cliente, entender sus necesidades, simplificar los procesos, responder con soluciones innovadoras, dinámicas y confiables.

Figura 10
Formato modelo desing thinking para el perfil de usuario

Perfil de usuario		Proyecto:	visen		Versión:
 <p>Objetivo: Tener presente a los usuarios entrevistados durante las siguientes fases del proceso.</p> <p>01:00 + 👤 👤 🌈</p> <p>+ Información</p>				<p>Equipo: 110011_12</p> <p>Fecha: 21/09/2023</p>	
Observaciones:					
<p>Nombre Sofía Rosas</p>		<p>Biografía</p> <p>Sofía es una ejecutiva que trabaja en una empresa multinacional, tiene 40 años, está casada con Juan y tiene dos hijos, Mateo y Lucía. Además de su carrera profesional, Sofía se ocupa de su familia y su madre, que vive con ellos. Sofía se levanta temprano todos los días, prepara el desayuno, lleva a los niños al colegio y luego se dirige a la oficina, allí se enfrenta a reuniones, proyectos, plazos y presiones. Por la tarde regresa a casa, ayuda a los niños con las tareas, cocina la cena y pasa un rato con su esposo y su madre. Antes de dormir lee un libro o ve una serie para relajarse. Sofía se siente orgullosa de poder de poder equilibrar su vida laboral y personal, pero también reconoce que a veces es difícil que necesita apoyo y comprensión.</p>		<p>Objetivos</p> <p>Lograr un equilibrio entre la vida profesional y personal, sin descuidar ninguna de las dos facetas.</p> <p>Desarrollar sus competencias y habilidades para asumir retos y responsabilidades cada vez mayores, y demostrar su capacidad de liderazgo y gestión.</p> <p>Contribuir al crecimiento y la innovación de la organización, aportando valor y soluciones a los problemas y necesidades que se presenten.</p> <p>Generar un impacto positivo en la sociedad, promoviendo la equidad, diversidad y la inclusión, como también participando en iniciativas sociales y ambientales.</p> <p>Buscar oportunidades de aprendizaje y desarrollo continuo, tanto dentro como fuera de la empresa, para mantenerse actualizada y competitiva en el mercado laboral.</p>	
<p>Foto</p>		<p>Personalidad</p> <p>Ser una ejecutiva, madre y esposa al mismo tiempo no es una tarea fácil, requiere de mucha organización, disciplina y equilibrio. Una personalidad de una ejecutiva, madre, esposa, es aquella que sabe priorizar sus responsabilidades, delegar tareas y aprovechar su tiempo. También es una que se cuida así misma, que busca espacios para relajarse y disfrutar de su familia y amigos. Una ejecutiva madre y esposa es una mujer que se siente orgullosa de sus logros, que se enfrenta a los retos con optimismo y que no se deja vencer por el estrés o la culpa, con una personalidad multifacética que se refleja en su forma de vestir. Le gusta combinar prendas clásicas con toques modernos, elegantes pero cómodos, que le permitan adaptarse a las diferentes situaciones de su día a día, la cual busca calidad, versatilidad y estilo en sus compras, sin dejar de lado su propia esencia.</p>		<p>Frustraciones</p> <p>Ser una mujer ejecutiva en Colombia no es fácil, hay muchos obstáculos y desafíos que enfrentar cada día, desde la discriminación y el machismo hasta la falta de oportunidades y apoyo. A veces siento que no me valoran por mi trabajo, sino por mi género o mi apariencia. Otras veces me cuesta equilibrar mi vida profesional y personal, sin descuidar ninguna de las dos.</p>	
<p>Frase Me gusta combinar mi ropa de trabajo con accesorios que reflejen mi personalidad y estilo.</p>		<p>Edad 30</p> <p>Profesión Economista</p> <p>Estado civil Casada</p> <p>Ciudad Cali</p> <p>Arquetipo Soy una mujer que tiene la capacidad de liderar, organizar y gestionar un equipo de trabajo con visión estratégica, creatividad y responsabilidad.</p>			

 www.dinngo.es
 www.designthinking.es
 Comparte tus fotos usando nuestros materiales con el hashtag #materialesdinngo en redes sociales y etiquétanos.
  Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.

Fuente. Elaboración propia (2023).

Ideación

Para la fase de Ideación se usa la herramienta SCAMPER, en la cual se compilaron la lluvia de ideas, para la elaboración de prendas de vestir y accesorios del modelo de negocio Visen, que satisfaga las necesidades de los perfiles de nuestros usuarios.

Sustituir Reemplazar cortes de tela convencional en tejidos de lana, igualmente, las telas el nylon o el poliéster, con materias primas con materiales textiles naturales, creados a partir de las fibras naturales. Sustituir el hilo convencional con fibra de cáñamo para hacer acabados y detalles. Sustituir la tela nilón con tela elásticas, cambiar los botones convencionales en blusas, con tiras para amarrar o botones a presión.

Combinar Se pueden combinar las blusas o pantalones con bordados adhesivos dando un estilo adicional a la prenda y la personalidad del público. Mezclar materiales textiles de nylon con cuero sintético o marroquinería, en prendas de vestir o accesorios. Combinar pedrería brillante en las prendas, tejidos y diseño de accesorios.

Adaptar En look de la década de los 80 y 90 con tendencias de la actualidad. Realizar combinación de vestidos y chalecos que sean acordes a un estilo elegante, vestidos y faldas combinados con zapatos casuales. Cadenas y tachuelas como accesorios, combinados con prendas de cuero, camisas de cuadros, camisetas de rayas a un estilo clásico y futurista.

Modificar Estilos de pretinas, modificar tiros alargados, botas anchas y tubo, así mismo, pliegues. Que incentive un estilo diferente, casual, elegante, único y original que este dirigido a todo tipo de personas y edades.

Proponer Crear propuestas de vestir capaces de darles un uso distinto como lo son: Outfit casual que se pueda utilizar tanto en esparcimiento social, como en la oficina. Outfit clásico que pueda combinar jeans, camisa, pantalones rectos pantalones bota ancha y accesorios en marroquinería. Proponer el uso de prendas de vestir como pantalones y blusas, capaces de adaptarse a las necesidades diarias de cada persona ya sea casual, formal, etc.

Eliminar Acabados geométricos y dar acabados rústicos, eliminar el uso de bolsillos en la gran mayoría de los pantalones. Sustituir las mangas y cuellos en las blusas en algunos de los diseños eliminar los dobleces en al final de bota y dejar deshilachada.

Reducir Brindar herramientas de diseño personalizado para que cada cliente pueda mandar elaborar sus prendas a su gusto. Realizar modificaciones a gusto del cliente del producto.

Figura 11

Formato modelo desing thinking para estrategia Scamper

SCAMPER		Objetivo: Aumentar el número y variedad de las ideas.		QR Code		Proyecto: VISEN		Versión: 2023	
00:40		+ + + +		+ información		Equipo: 12		Fecha: 21.09.2023	
Observaciones: Proyecto Emprendimiento									
Idea original:									
S	C	A	M	P	E	R			
ustituir	ombinar	adaptar	odificar	oner otros usos	liminar	educir			

Fuente. Elaboración propia (2023).

El método SCAMPER nos permitió desarrollar en grupo y de manera creativa realizar una lluvia de ideas las cuales debatimos y nos permitió desarrollar y rediseñar las prendas y accesorios del modelo de negocio Visen, cada integrante propuso ideas de preferencias, colores, formas, materiales, detalles que cada uno quisiéramos encontrar en la ropa y accesorio que usaríamos y a la vez cuestionarnos que no nos gustaría.

Es muy valioso encontrar esas habilidades creativas que marcan la diferencia al momento de exponer un producto que cumpla con las exigencias de todo tipo de personalidades.

Esto nos brinda una visión más allá, de las necesidades que tengan los clientes, abrir la mente a nuevas formas y poder enfocar toda nuestra capacidad creativa al desarrollo de innovaciones que atraigan y fidelicen a los clientes a nuestra marca la cual busca ser diferente e impactar en el diseño de la moda.

Prototipo

La generación de ideas para la promoción de un producto, en este caso, emprendimiento social Visen, vístete con sentido, y para lo cual será la solución aplicando métodos de ideación y presentando un prototipo a las clientas por medio de técnicas y materiales de libre elección donde se podrá resolver la problemática encontrada, para ello se empleará la herramienta Prototipo de Imagen.

De otra parte, se permitirá dar orientación a las necesidades de las personas por medio de la gestión de la innovación, ofreciendo un producto de calidad y beneficio económico para quienes pueden de otra parte comercializarlo en nuestro caso como es nuestro emprendimiento está enfocado a las madres solteras y quienes por sus obligaciones no pueden tener un trabajo estable.

Nuestro proyecto de emprendimiento social Visen, vístete con sentido, con respecto a la etapa de prototipado debemos lograr que nuestro emprendimiento conecte con el usuario de forma rápida y así ajustarnos cada vez más a la satisfacción de necesidades y deseos de nuestros clientes al adquirir una prenda Visen con un excelente diseño y calidad.

Figura 12

Formato modelo desing thinking para el prototipo en imagen

The image shows a digital interface for a design thinking prototype. At the top, there is a header with the title 'Prototipo en imagen', an objective 'Representar una posible solución de forma visual', and a timer '00:40'. The project name 'Visen, Vístete con Sentido' is displayed in a rounded box, along with the team name 'Equipo: 110011_12' and the date 'Fecha: 21/09/2023'. Below the header, there are three main sections with questions: '¿Qué se va a representar?', '¿Cuál será el estilo de la imagen?', and '¿Qué materiales o herramientas se van a usar?'. The central part of the interface features three images of clothing items: a white top, a black top, and a blue top. To the left of these images is a list of bullet points:

- Conseguir un patrón de prenda verificado y listo para trabajar con él sin posteriores sorpresas.
- Practicar el montaje de prenda sin la presión de utilizar el tejido final.
- Posibilidad de introducir cambios en el modelo antes de la costura final.
- Entender los volúmenes del cuerpo y su correspondencia en el patrón.
- Se pueden coser y descoser cambios y hacer marcas tantas veces como sea necesario.

Below the list, there is a paragraph: 'Logrando representar el objetivo de la aplicación como es la solución de forma visual para así poder trabajar en los aspectos que el cliente perciba importantes respecto a sus necesidades, es decir, ofrecer un producto de mayor valor que el de la competencia. El prototipo nos da una visión rápida de los atributos del producto, nos permiten analizar sus características, definir una mejor estrategia de diferenciación y así nuestra empresa de...'. At the bottom, there are social media icons for LinkedIn, Facebook, and Instagram, along with the website 'www.dinngo.es' and 'www.designthinking.es'. There is also a footer with the text 'Diseñado por @dinngo, tu departamento externo de innovación.' and 'Activar Ir a Config'.

Fuente. Elaboración propia (2023).

Testeo


El proyecto de emprendimiento social Visen, vístete con sentido, que además de su gran sentido social, debe ser sostenible, es decir, generar ingresos a través de un modelo de negocio innovador que impacte a colaboradores y usuarios, y lleve a la marca a ser preferida en medio de una gran competencia, en pocas palabras responder a la pregunta ¿Por qué comprar Visen? Esto va ligado a estrategias comerciales y de marketing para imponer la marca con sentido social.

También es importante evaluar la percepción inicial de los usuarios al conocer la marca, para ello se va a emplear la siguiente herramienta para evaluar la experiencia con el prototipo propuesto en la fase anterior de la marca Visen.


Pruebas de usabilidad Pedirle al usuario al adquirir una prenda Visen, es decir al hacer uso del prototipo, que registre su experiencia con la prenda, teniendo en cuenta aspectos como precio, calidad, confección, apariencia y utilidad. Posteriormente recolectar y analizar la información para detectar fortalezas y debilidades, y aplicar a una nueva prueba con el objetivo de diseñar la solución más consecuente.

Figura 13

Formato modelo desing thinking para pruebas de usabilidad







Pruebas de usabilidad
Objetivo:
Testear la experiencia del usuario sobre una posible solución.
01:00




Visen
Validez con Sentido


Proyecto: **Visen** Versión: 0807
Equipo: **110011_12** Fecha: **SEPTIEMBRE**
Observaciones: **Se realiza prueba de usabilidad a usuarios que prueben el prototipo**

Aspecto a evaluar	PRECIO	CALIDAD	CONFECCIÓN	APARIENCIA	UTILIDAD
 Usuario 1 Sofía	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄
 Usuario 2 Andrea	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄
 Usuario 3 Freddy	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄
 Usuario 4 Julián	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄	☹️ 😐 😊 😄


www.dinngo.es




Design Thinking




www.designthinking.es



Comparte tus fotos usando nuestros materiales con el hashtag #matariadidingo en redes sociales y etiquétanos.



Diseñado por Dinngo, tu departamento externo de innovación.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirAdaptación 4.0 Internacional

Fuente. Elaboración propia (2023).

Después de evaluar a 4 usuarios, se puede detectar que la fortaleza del prototipo está en la confección y apariencia, denota que los diseños, la forma, aspecto y producción causó un buen impacto; las debilidades en el precio y la utilidad, por lo tanto se debe realizar un análisis financiero para determinar costes de producción y coste final, estrategias de comercialización y considerar si es necesario modificar los precios, mejorar la calidad o agregar valor; y en término medio la calidad, sobre este aspecto apalancarse para las mejoras a realizar.

Propuesta de Valor

Modelo Canvas

Figura 14

Modelo Canvas proyecto de emprendimiento Visen

PLANTILLA MODELO CANVAS				
		Diseñado por: Visen	Fecha: 11/10/2023	Versión: X.Y
Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Franquicias de moda • Entidades financieras • Cámara de industria y comercio • Proveedores de tela • Alianzas estratégicas con proveedores y socios, para obtener productos de mayor calidad y precios competitivos • Proveedores de maquinaria • Proveedor de bisutería • Diseñador gráfico y fotográfico para diseño, impresión de piezas publicitarias y avisos, además de la toma de fotografía de modelos de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar un CRM para llevar total control de pedidos, cantidad de compra, facturación, etc. • Diseño creación de colección de prendas. • Crear relaciones con proveedores nacionales telas y bisutería, en pro de tener un portafolio amplio de alternativas al momento de ampliar el catálogo o por desabastecimiento. • Logística externa a través de un proveedor que realice la recolección, almacenamiento y distribución • Tercerización en confección de prendas. • Marketing, branding y fotografía 	<p>Visen como proyecto de emprendimiento, se centra en aportar de manera significativa calidad de vida a las madres cabeza de hogar del sector de la comuna 14 de Cali. Elaborando prendas de vestir y accesorios de alta calidad, concierne que considerará los factores sociales y medioambientales. Nuestros productos aportan a la solución de las problemáticas sociales, nuestros diseños y las manos que los elaboran marcan la diferencia en cada producto de VISEN.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A través de redes sociales (Facebook, Instagram) • Relación directa con el cliente que compra directamente con la marca e indirecta para zonas y regiones del territorio nacional a donde se llega a través de los distribuidores. • Ofreciendo diseños independientes • Mensajes de texto ofreciendo descuentos especiales. • Página web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Género: Femenino • Edad: 18 a 45 años de edad. • Profesión u ocupación: Universitarias, empleadas, emprendedoras, adolescentes madres, ejecutivas doctoras. • Estratos: medio y alto, enfocados en el mercado de la comuna 14 de la ciudad de Cali. • Personalidad: Innovadores, casuales y elegantes seguras de sí mismas.
	Recursos clave		Canales	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos Físicos: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Maquina e insumos textiles 1.2. salón de producción 2. Recurso Humano <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Operarios 2.2. Comerciales 2.3. Administrativos 3. Recursos Financieros <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Capital Semilla 3.2. Inversionistas 3.3. Bancos 		<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce • Ventas directas en la tienda física • Stands en ferias • Redes Sociales • Canales indirectos, a través de distribuidores de ropa en la ciudad regional y a nivel nacional. 	
Estructura de costos		Fuente de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de todos los activos (maquinaria, equipos accesorios). • Inversión en materia prima e insumos para la confección de las prendas de la marca Visen. • Pago mano de obra, asesores comerciales, servicios públicos • Pago para publicidad y marketing digital. • Pago de nuestro servicio de guardería como plus para las trabajadoras 		<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la compra a crédito a través de convenios con entidades Bancarias • Realizar ferias empresariales y locales con descuentos por fechas especiales • Realizar venta a través de E-commerce • Canalizar ventas a través de redes sociales WhatsApp, Facebook e Instagram • Stand en conciertos, desfiles • Impulsar la tienda física y fija en la ciudad de Cali y demás ciudades principales como Bogotá, Medellín 		

Fuente. Elaboración propia (2023).

Segmento de Clientes

Género Femenino y masculino

Edad 18 a 45 años de edad.

Profesión u Ocupación Este segmento incluye a universitarios, empleados, emprendedores, madres adolescentes, ejecutivos y doctores.

Estratos Sociales Medio y alto que hacen parte de la comuna 14 de la ciudad de Cali.

Ingresos Este segmento tiene un poder adquisitivo medio con la capacidad de costear un producto de alta calidad.

Personalidad Los individuos en este segmento son innovadores, casuales y elegantes, y tienen confianza en sí mismos.

Conducta Este segmento muestra un consumo frecuente de prendas y un deseo de estar a la vanguardia y actualizar su Outfit.

Beneficios Esperados Los individuos en este segmento buscan calidad, garantía, exclusividad y diseños diferentes en los productos que compran.

Aporte de Valor

Visen como proyecto de emprendimiento se centra en aportar al crecimiento económico de madres cabeza de hogar de la comuna 14 de la ciudad de Cali, dedica a la creación de prendas de vestir y accesorios de alta calidad enfocados en mujeres versátiles que son madres, ejecutivas, esposas que buscan comodidad y al mismo tiempo estar a la moda. visen es consciente y considera los factores sociales y medioambientales en su proceso de producción.

Materiales Visen utiliza una combinación de materiales textiles, marroquinería, bisutería entre otros en la elaboración de sus productos. Estos materiales son seleccionados cuidadosamente para garantizar la calidad y durabilidad de las prendas.

Estilos Los diseños de Visen están basados en estilos de décadas pasadas y estilo contemporáneo, clásicos, casual y deportivo. Esto permite a la empresa ofrecer una amplia gama de opciones para sus clientes, satisfaciendo diferentes gustos y preferencias.

Diseños exclusivos Visen se distingue por presentar diseños exclusivos, estilos cómodos y elegantes para toda ocasión. Cada prenda es única y refleja la dedicación y el esfuerzo puesto en su elaboración.

Impacto social Visen busca sensibilizar al público sobre cómo sus productos aportan a la solución de las problemáticas sociales. La empresa se enorgullece de que sus diseños y las manos que las elaboran marcan la diferencia en cada producto.

Control de calidad El control de calidad es un aspecto crucial en la fase de elaboración de las prendas. Visen se asegura de que cada prenda cumpla con los estándares más altos antes de llegar al cliente.

Moda sostenible Visen se alinea con el concepto de moda sostenible, que consiste en fabricar ropa y accesorios a partir de materiales provenientes de la naturaleza e incluso de los desechos. Esta práctica no solo beneficia al medio ambiente, sino que también resulta en productos más saludables para los consumidores.

Relación con Clientes

Visen utiliza diversas estrategias para llegar a sus clientes y promocionar sus productos.

Redes Sociales Utilizan plataformas como Facebook e Instagram para interactuar con los clientes y promocionar sus productos.

Relación Directa e Indirecta con el Cliente Visen mantiene una relación directa con los clientes que compran directamente de la marca. También tienen una relación indirecta a través de distribuidores en diferentes zonas y regiones del territorio nacional.

Diseños Independientes Ofrecen diseños independientes, lo que significa que cada diseño es único y no se basa en las tendencias actuales de la moda.

Ofertas Especiales Envían mensajes de texto a los clientes ofreciendo descuentos especiales, lo que puede incentivar a los clientes a realizar una compra.

Página Web Tienen una página web donde los clientes pueden ver y comprar sus productos.

Actividades Clave

Uso de un CRM Un CRM permite a Visen gestionar y analizar las interacciones con los clientes, lo que ayuda a mejorar la satisfacción del cliente y a aumentar las ventas.

Diseño y creación de colecciones de prendas Esta actividad es el corazón de Visen. Al diseñar y crear prendas únicas, Visen puede diferenciarse de sus competidores y atraer a más clientes.

Creación de relaciones con proveedores nacionales Al establecer relaciones sólidas con los proveedores, Visen puede asegurarse de tener acceso a los mejores materiales para sus productos. Esto también puede ayudar a la empresa a evitar problemas de desabastecimiento.

Logística externa Al externalizar la logística, Visen puede centrarse en lo que mejor sabe hacer: diseñar y crear prendas de alta calidad. Esto también puede ayudar a la empresa a ahorrar tiempo y recursos.

Tercerización en confección de prendas La tercerización puede ser una forma eficaz de reducir costos y aumentar la eficiencia. Esto permite a Visen producir prendas de alta calidad sin tener que invertir en su propia infraestructura de producción.

Marketing, branding y fotografía Estas actividades son esenciales para dar a conocer la marca Visen y sus productos al público objetivo. A través del marketing y los branding efectivos, Visen puede construir una imagen de marca fuerte y atraer a más clientes.

Socios Claves

Visen es una empresa que se dedica a la producción y venta de productos de moda. Para llevar a cabo sus operaciones de manera efectiva, Visen depende de varios socios y proveedores clave.

Socios clave Los socios clave de Visen pueden incluir franquicias de moda, entidades financieras y la Cámara de Industria y Comercio. Estos socios juegan un papel crucial en el crecimiento y éxito de Visen.

Proveedores Los proveedores son esenciales para el funcionamiento de Visen. Esto incluye proveedores de tela, marroquinería y bisutería. Estos proveedores proporcionan los materiales necesarios para la producción de los productos de moda de Visen.

Alianzas estratégicas Visen también establece alianzas estratégicas con sus proveedores y socios. Estas alianzas permiten a Visen obtener productos de mayor calidad a precios competitivos.

Diseñador gráfico y fotográfico Un diseñador gráfico y fotográfico es fundamental para la creación de publicidad efectiva para Visen. Este profesional se encarga del diseño e impresión de piezas publicitarias y avisos, así como de la toma de fotografías de los modelos de la marca.

Recursos Claves

Para Visen es indispensable contar con los recursos óptimos para llevar a cabo todas las actividades propuestas, por ende, como recursos clave se requiere maquinaria e insumos textiles como principal herramienta para llevar a cabo la elaboración de las prendas.

Por otro lado, el recurso humano como un factor primordial en la compañía, en este caso las madres cabeza de hogar pertenecientes a la comuna 14 de Cali, operarios y comerciales. Los recursos financieros como el capital semilla, los inversionistas y los bancos nos permiten tener una visión amplia sobre la proyección de Visen.

Canales

Nuestro proyecto de emprendimiento requiere diversos canales con el fin de llegar a cada usuario impactando de manera positiva. Por lo anterior, la venta E-commerce, página web y redes sociales juega un papel fundamental; además, contar con un operador logístico aliado que nos permita distribuir las prendas en todo el territorio nacional, canales indirectos (por medio de distribuidores locales y nacionales).

Estructura de Costos

Para llevar a cabo el proyecto de emprendimiento Visen es necesario realizar una estructura de costos teniendo en cuenta la maquinaria, telas, hilos e implementos necesarios para llevar a cabo las prendas, el pago de mano de obra a confeccionistas, asesores comerciales, operador logístico, operarios, pago de publicidad convencional y digital, pago de CRM como

plataforma de ventas y finanzas, pago del servicio de guardería que brinda Visen para las madres cabeza de hogar vinculadas al proyecto. Adicional, los gastos fijos como arriendo, servicios etc.

Fuentes de ingresos

Como fuente de ingresos Visen realiza ferias empresariales con el fin de atraer un volumen de prospectos y clientes idóneos, la venta de prendas al por mayor y al detal a través de venta online o física por medio de nuestros puntos de atención; por otro lado, cuenta con un respaldo financiero por medio de un banco. Por otro lado, Visen se enfoca en realizar diferentes eventos como desfiles, ferias y participar con los grandes empresarios textiles con el fin de posicionar la marca y generar ingresos.

Estrategias de Mercadeo

Atributos y Beneficios

El aporte significativo que presenta Visen desde el emprendimiento social impacta de manera positiva directa e indirectamente a todas las familias pertenecientes a la comuna 14 de la ciudad de Cali y sus alrededores, por medio de la generación de empleos dignos a las madres cabeza de hogar y múltiples beneficios los cuales brindan bienestar y calidad de vida a los habitantes de estas zonas.

Teniendo en cuenta lo anterior, Visen a través de sus prendas de vestir brinda calidad, diseños exclusivos, confort, comodidad, diversidad en colores etc.; pero sobre todo ofrece experiencias a la hora de adquirir nuestras prendas ya que son hechas con dedicación por madres cabeza de hogar.

Como marca Visen pretende llegar a cada habitante de la comuna 14 a través de las prendas de vestir a un costo bajo y de excelente calidad, incentivando la economía de las familias vulnerables y generando ingresos gracias a las ventas al por mayor y cliente final. se trata de ofrecer un servicio integral, desde la confección de la prenda, hasta la distribución de la misma por medio de operadores logísticos aliados y ventas online permitiendo llegar a cada rincón de la ciudad.

Nuestra imagen y eslogan describen un proyecto de emprendimiento que nace de una problemática social, enfocándose en brindar un producto y servicio integral a todos los usuarios, pero sobre todo por medio de estas prendas generar cambios positivos en la sociedad específicamente en la comuna 14, una de las zonas más vulnerable de Cali, a su vez incentivar el estilo por medio del sentido de pertenencia de cada individuo.

Grupo Objetivo

Visen se enfoca en un público el cual está compuesto por personas que viven en la comuna 14 de Cali, una zona urbana con alta densidad poblacional. Estas personas tienen entre 20 y 60 años, y les gusta vestir con comodidad y moda. Su nivel socioeconómico es medio-bajo, y su nivel educativo es variado. Son personas que se preocupan por el impacto social y ambiental de sus acciones, y que buscan el bienestar de su entorno. Tienen un estilo de vida que les exige versatilidad y adaptabilidad en sus prendas, y que valoran la calidad, la exclusividad y la creatividad. Son leales a las marcas que le ofrecen un buen producto a un buen precio, y que tienen una responsabilidad social. Se informan sobre las ofertas y novedades a través de las redes sociales y la página web.

Visen les ofrece prendas que se ajustan a sus preferencias y expectativas, que les permitan expresarse y sentirse cómodos, y que contribuyan a mejorar su calidad de vida y la de su comunidad. Teniendo en cuenta la comodidad y moda en sus prendas de vestir, fidelizando así nuestro público, con funcionalidad y estilo en sus prendas.

Este grupo también se caracteriza por tener un estilo de vida activo y dinámico, y valoran la calidad, la exclusividad y la creatividad en sus prendas. Son fieles a las marcas que les ofrecen una buena relación calidad-precio y muestran un compromiso social.

En resumen, el público objetivo al cual se enfoca Visen, en la comuna 14 es diverso, activo y consciente del valor, buscando prendas que sean asequibles, cómodas, elegantes y socialmente responsables.

Visen es una iniciativa empresarial que se dedica a apoyar a las madres solteras en situaciones de vulnerabilidad. Nuestro objetivo es tener un impacto social positivo y satisfacer las necesidades de consumo de este grupo.

Proporcionamos empleo estable y justo, ofrecemos capacitación y desarrollo de habilidades, y contribuimos al desarrollo económico de las comunidades en las comunas 14 a 21 de la ciudad de Cali. Nuestro público objetivo es diverso, incluyendo hombres y mujeres que desempeñan diferentes roles en la sociedad. Nos enfocamos en los estratos 1 y 2, ofreciendo productos cómodos, de calidad y duraderos a precios justos, sin perder de vista las tendencias actuales de la moda.

Segmentación de Mercado

Segmentación geográfica

El proyecto se centra en la comuna 14 de la ciudad de Cali, que tiene una población de aproximadamente 100.000 habitantes, con una densidad de 16.000 habitantes por km². La comuna 14 se caracteriza por ser una zona urbana, con un clima cálido y una altitud de 1.000 metros sobre el nivel del mar.

Segmentación demográfica

El proyecto se dirige principalmente a hombres y mujeres entre los 20 a 60 años de edad, los cuales desempeñan diferentes roles en la sociedad, que buscan comodidad y moda en sus prendas de vestir. El nivel socioeconómico de este segmento es medio-bajo, con un ingreso promedio mensual de \$1.500.000. El nivel educativo es diverso, desde bachilleres hasta profesionales.

Segmentación psicográfica

El proyecto apela a los valores sociales y ambientales de las mujeres que se preocupan por el bienestar de su comunidad y el planeta. Estas mujeres tienen un estilo de vida activo, dinámico y versátil, que requiere prendas que se adapten a sus diferentes roles y ocasiones. También son mujeres que valoran la calidad, la exclusividad y la creatividad en sus prendas.

Segmentación conductual

El proyecto busca satisfacer las necesidades de consumo de hombres y mujeres que buscan prendas cómodas, elegantes y duraderas que les permitan expresar su personalidad y su compromiso social. Este público es fiel a las marcas que les ofrecen buena relación calidad precio y que tienen una responsabilidad social. También son mujeres que utilizan las redes sociales y la página web para informarse sobre los productos y servicios que les interesan.

Competencia

Desde el comienzo de nuestro desarrollo de este trabajo se identificó la necesidad de buscar la alternativa de brindar la oportunidad de empleo a las madres cabeza de familia de la comuna 14 en la ciudad de Cali, creando nuestro emprendimiento de confección de ropa como nuestro eslogan lo dicen Visen confección de prendas de vestir de calidad, diseños exclusivos, confort y comodidad buscando ser los únicos en el mercado ya que sabemos que existen competidores que buscan satisfacer la misma necesidad como lo son

Competencia directa

Confecciones Vie SAS La empresa Confecciones Vie S A S tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, carrera 14 6 a 12 en la ciudad de Cali, Valle. El teléfono de Confecciones Vie S A S es el 6025541448. Esta empresa fue constituida como sociedad por

acciones simplificada y se dedica a la confección de prendas de vestir excepto prendas de piel de esta manera Confecciones Vie es una empresa con más de 20 años de experiencia en el mercado, dedicada a la confección de prendas de vestir, uniformes escolares y dotaciones empresariales que resaltan la identidad de las instituciones. ofreciendo excelente calidad a excelentes precios siendo así una de las competencias sostenible, que puede llegar a un público similar a la nuestra empresa Visen.

Confecciones Nicolle Cali su dirección carrera 45 esquina Calle 14 c #14b – 61 código postal: 760036 Ciudad: Cali, Valle del Cauca país Colombia se dedica a la confección y comercialización de prendas de vestir y bordados.

Surtidora Moda Fresca La surtidora moda fresca es una empresa dedicada a la confección de la moda y estilo en blusas, camisetas, faldas, jeans, pantalones y vestidos diseñados para satisfacer tus necesidades ropa, mujer, hombre, niña, niño ubicada en la calle 14 # 7 - 48, Santiago de Cali modafresca.com.co.

De esta manera podemos analizar que las tres empresas serian nuestros posibles competidores ya que tienen una visión similar a la empresa Visen, sin embargo, nuestro emprendimiento cuenta con estereotipó. que marca la diferencia y suple necesidades de brindar una mejor calidad de vida a las mujeres cabeza de familia y de esta manera se brindara la mejor atención y confecciones satisfaciendo nuestros clientes para que nuestra empresa Visen sea una de las mejores en el mercado competitivo.

Aliados Clave

Franquicias de moda

Para fortalecer la imagen y el éxito de nuestra marca, acceder a nuevos clientes que no habíamos tenido la oportunidad de atraer antes, lo que es fundamental para el crecimiento, incentivar la creación de nuevas oportunidades de negocio, mejorar la reputación de la marca y fomentar el crecimiento de la empresa.

Entidades financieras

Acceso a nuevos recursos, incremento de capacidades financieras, que permitirá fortalecer las relaciones con clientes y proveedores, mejora la capacidad para licitar en grandes contratos Proveedores de tela, marroquinería y bisutería. Es fundamental tener alianzas con proveedores de telas, para obtener entregas oportunas, mejorar calidad y reducir costos. Alianzas estratégicas con proveedores y socios, para obtener productos de mayor calidad para comprar materias primas a granel, lo que reduce costos y mejora la eficiencia en la adquisición. Compartir infraestructura logística, como almacenes y sistemas de transporte, cuyo objetivo sea reducir costos y mejorar la distribución de productos. Alianza estratégica con proveedor de maquinaria industrial: reduciría los costos de mantenimiento, accederíamos maquinarias en todo momento en óptimas condiciones y tecnología de vanguardia, servicio de reparación o remplazo instantáneo, garantizaríamos que la producción continúe, evitando retrasos en reparaciones, esto exige menos gastos de mantenimiento en comparación a maquinaria propia.

Adquisición Conjunta de Materias Primas

Existe la posibilidad de realizar alianzas estratégicas con otras empresas para la adquisición de materias primas, lo que reduce costos y mejora la eficiencia en la adquisición.

Diseñador gráfico y fotográfico

Para diseño, impresión de piezas publicitarias y avisos, además de la toma de fotografía de modelos de marca.

Estrategias

Tabla 1

Estrategias de mercadeo en canal tradicional y digital

Estrategia	Objetivo ¿Qué queremos lograr?	Actores ¿Qué o Quienes intervienen?	Acciones ¿Cómo lo lograremos?	¿Cuándo?	
				Fecha de inicio	Fecha final
Comunicación.	Establecer proceso de comunicación con el cliente en donde no solo se infirme, sino también se invite a participar, se sienta escuchado y sea bidireccional	Servicio al cliente Publicidad	Para el canal tradicional. Diseñar catalogo modificable con los principales modelos de la marca Visen en donde el usuario pueda diseñar un modelo a su estilo.	12- Nov	30 Mar.
		Ventas y operación Clientes	Para el canal digital. Crear una aplicación en donde el usuario pueda ingresar y con un tutorial y acompañamiento de los expertos pueda diseñar su propio modelo que desee plasmas en sus prendas	18 dic	30 mar
Posicionamiento	Generar identidad de la marca Visen identificando el sentido social	Servicio al cliente Administradores Instituciones y comunidad en general	Para el canal tradicional. Realizar un desfile de modas con sentido social, con hombres y mujeres del sector a quienes se les enseñaría a modelar para que desfilen con prendas Visen y así dar a conocer la marca y contribuir al desarrollo de la personalidad de los participantes, involucrando a toda la comunidad en general.	12 nov	30 mar
		Publicidad Ventas y Operación Patrocinadores Autoridades	Para el canal digital. Dar a conocer en redes sociales y medios digitales, las experiencias de los colaboradores al hacer parte de la marca Visen, y como su vida se ha transformado al tener un empleo que los dignifique, contando con el impulso publicitario de los influencers más destacados del momento.	12 nov	30 mar

Diferenciación	Establecer como razón de ser para Visen, las personas, trabajadores desde gente y para gente	Servicio al cliente Publicidad Ventas y operación Administrativos.	Para el canal tradicional. Para las colaboradoras que no puedan dejar sus niños en casa, como parte del salario emocional se dará la opción de guardería para los niños, mientras trabajan. Para el canal digital. En encargado de publicidad diseña un programa de respuestas rápidas y automáticas a través de un software, para dar respuesta a los requerimientos de los clientes en medios digitales, escalando al área encargada.	12 nov	30 mar
				12 nov	30 mar

Nota. La tabla presenta las distintas estrategias de mercadeo que se aplican para la comunicación, posicionamiento y diferenciación.

Prototipos Redes Sociales

Video publicitario en YouTube Tiene como intención invitar al usuario a encontrar en Visen, la posibilidad de comprar ropa a la moda, venciendo el paradigma de que la moda no es para ellos, ya sea por plata o porque simplemente a los estratos bajos no los tienen en cuenta en estas tendencias.

Link modelo de publicidad YouTube [Publicidad YouTube Visen](#)

Publicidad de nueva colección Tiene la intención de dar a conocer la nueva colección que no está dirigida a un sector exclusivo, es para todos.

Publicidad descuentos Tiene la intención de premiar a los usuarios que hacen su compra online, con el propósito de que conozcan la página y las redes sociales y de igual manera la compartan y recomienden con sus cercanos.

Figura 15
Imagen publicidad digital

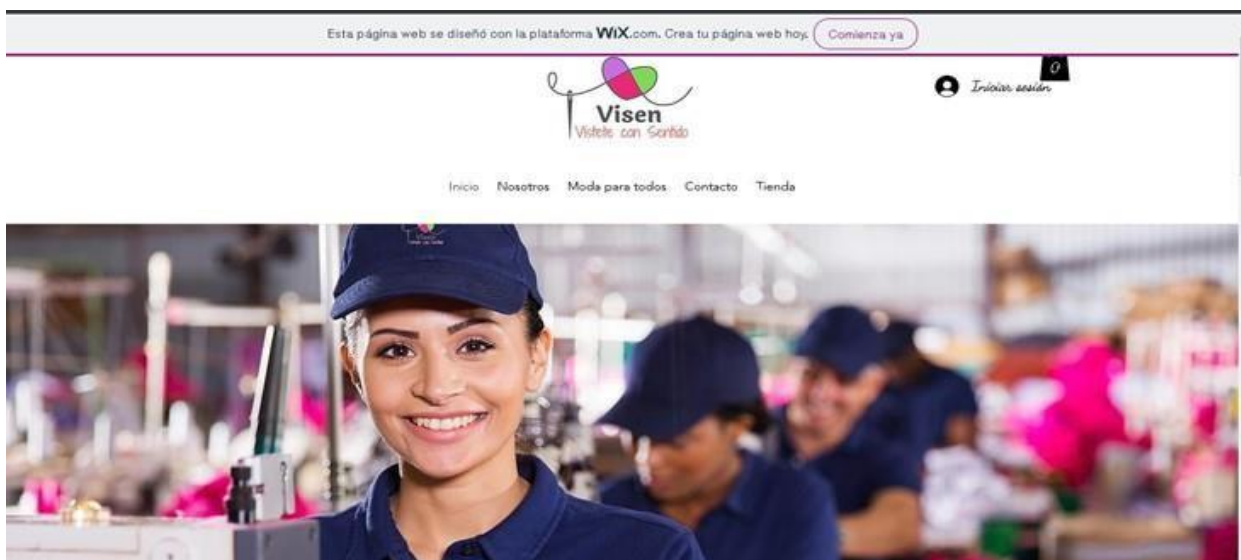


Fuente. Elaboración propia (2023).

Página Web proyecto de emprendimiento

Link página Web Visen [Visen, Vístete con sentido](https://www.visen.com)

Figura 16
Página Web Visen 1



Fuente. Elaboración propia (2023).

Figura 17
Página Web Visen 2



Fuente. Elaboración propia (2023).

Post LinkedIn

LinkedIn como red social, nos permite mostrarnos como proyecto de emprendimiento y a su vez difundir por medio de post las contrataciones y el respectivo reclutamiento de mujeres y madres cabeza de hogar que deseen mejorar su calidad de vida por medio de un empleo digno; especialmente en las zonas más vulnerables como la comuna 14 de la ciudad de Cali.

Figura 18

Imagen publicidad LinkedIn



The image is a LinkedIn advertisement for 'Visen'. On the left, there is a photograph of a woman with curly hair, wearing a light blue button-down shirt over a black turtleneck, with her hands clasped. The background of the ad is white with a large green abstract shape. In the top right corner, there is a logo for 'Visen' with the tagline 'Vístete con Sentido'. The main text in large, bold, black letters reads 'ÚNETE A NUESTRO EQUIPO'. Below this, in smaller bold black text, it says 'Solicitamos confeccionistas que deseen aumentar sus ingresos desde la comodidad de su casa.' At the bottom, it says '¡Envíanos tu currículum!' and features a green rounded rectangular button with the website 'Visenvisteteconsentido.es' in white text.

Fuente. Elaboración propia (2023).

Post Facebook

Facebook como red social, nos permite llegar a cientos de prospectos interesados en incrementar sus ingresos por medio de la comercialización de prendas a bajo costo y excelente calidad en telas y confort. Se difunde post especialmente para los pequeños comerciantes ubicados en la comuna 14 y sus alrededores.

Figura 19

Imagen publicidad digital emprendimiento




Fuente. Elaboración propia (2023).

Proyección de los Recursos Operativos y Financieros

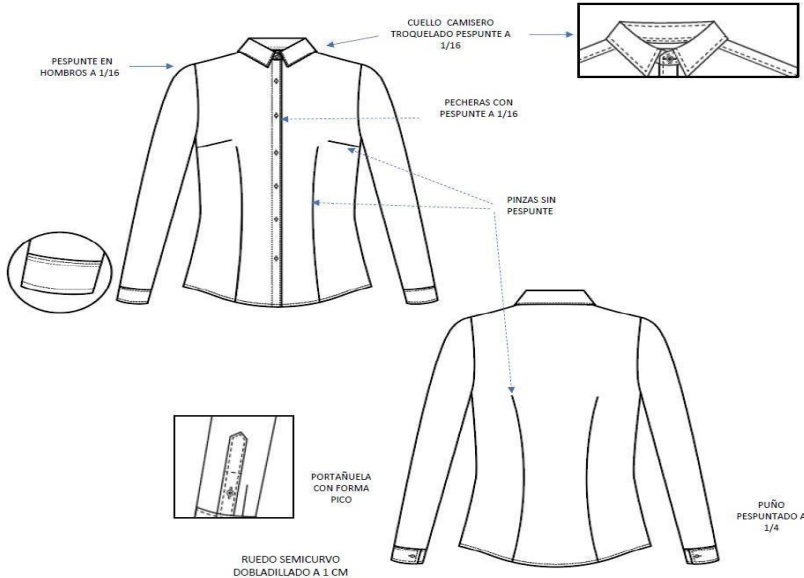
Fichas de Producción

Tabla 2

Ficha de producción blusa femenina modelo 1


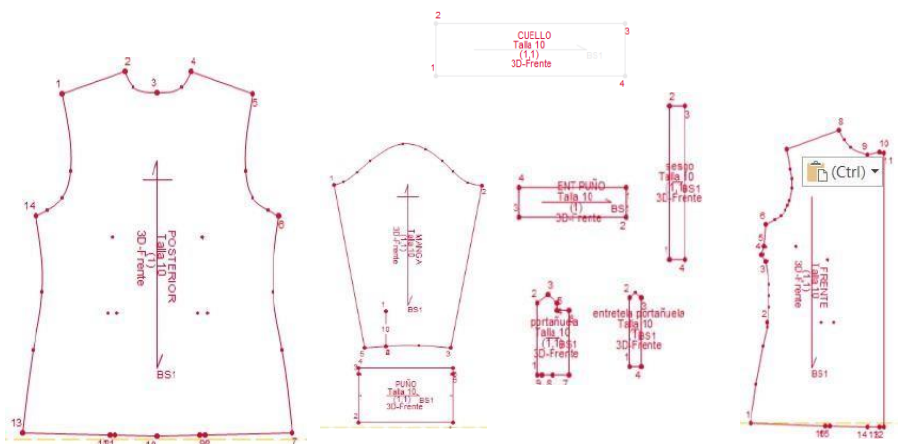
 Ficha de producción					
referencia	v-001-001-23	prenda	blusa f	fecha de solicitud	11/11/2023
molde	01-v	línea	Femenina	fecha de elaboración	25/12/2023
diseñador	Jeison Astudillo	talla inicial	M	año de lanzamiento	2023
evaluado	Ingrid Álvarez	empaque	Doblado		

Descripción de la prenda: blusa femenina manga larga, pechera, botones en la parte central, botones en extremos de la manga, cuello tipo ejecutivo, puño con punta cuadrada, parte superior ancha, parte inferior slim, con pinzas diagonales y largas, ruedo semicurva con dobladillo.



Nota. La tabla presenta la ficha técnica de la blusa femenina modelo I, donde se detallan aspectos del diseño.

Tabla 3
Ficha de producción blusa femenina modelo 2

 Ficha de producción					
referencia	v-001-001-23	prenda	blusa f	fecha de solicitud	11/11/2023
molde	01-v	línea	Femenina	fecha de elaboración	25/12/2023
diseñador	Andres Vallejo	talla inicial	M	año de lanzamiento	2023
evaluado	Lina Villalba	empaque	Doblado		
Descripción de la prenda: blusa femenina manga larga, pechera, botones en la parte central, botones en extremos de la manga, cuello tipo ejecutivo, puño con punta cuadrada, parte superior ancha, parte inferior slim, con pinzas diagonales y largas, ruedo semicurva con dobladillo.					
					
Descripción de las piezas					
Piezas	Tela	Cantidad	Piezas	Cantidad	Tela
Frente	Seda	2	Puños	2	Seda
Espalda	Seda	1	Entretela pechera	1	Lino
Cuello	Seda	1	Entretela cuello	1	Lino
Mangas	Seda	2	Entretela Puño	2	Lino
Perilla de manga ext	Seda	2	Entretela manga	2	Lino
Perilla de manga int	Seda	2			

Nota. La tabla presenta la ficha técnica de la blusa femenina modelo II, donde se detallan aspectos del diseño.

Tabla 4*Ficha de producción blusa femenina descripción de la prenda*

Ficha de producción					
referencia	v-001-001-23	prenda	blusa f	fecha de solicitud	11/11/2023
molde	01-v	línea	Femenina	fecha de elaboración	25/12/2023
diseñador	Andres Vallejo	talla inicial	M	año de lanzamiento	2023
evaluado	Lina Villalba	empaquete	Doblado		
Descripción de la prenda: blusa femenina manga larga, pechera, botones en la parte central, botones en extremos de la manga, cuello tipo ejecutivo, puño con punta cuadrada, parte superior ancha, parte inferior slim, con pinzas diagonales y largas, ruedo semicurva con dobladillo.					
Tabla de medidas prenda terminada					
medidas	Descripción de	Tolerancia	m/38	Como medir	
a	ancho de cuello	-1	58	desde pegue de cuello a orillo de ruedo	
b	ancho de dobladillo ruedo	0	3	de orillo a orillo	
c	ancho de pecho	-1	62,5	desde vértice superior unión hombro hasta ruedo	
a	ancho de portañuela externa	0	7	por la línea de punta cuello	
b	ancho de portañuela interna	0	2	de orillo a orillo	
c	ancho de puño	0	7,5	desde unión de punta de cuello hasta incluyendo banda	
a	ancho espalda	-0,5	40	por la costura de pegue de cuello de mora a mora	
b	ancho mora de cuello	-0,5	12	por la línea de unión de hombro de escote hasta sisa	
c	ancho pechera	-1	46	sobre costura pegue de manga	
a	contorno de cintura	-1	55	desde unión hombro hasta boca manga en línea recta	
b	contorno de escote	-0,5	14	desde la punta portañuela hasta pegue de puño	
c	contorno de pecho	0	3	de orillo a orillo	
a	contorno de puño	-0,5	9	desde caja de portañuela hasta pegue de puño	
b	contorno de sisa	0	0,7	de orillo a orillo	
c	contorno ruedo	-0,5	21	de orillo a orillo puntas puño	
A	largo centro espalda	0	6,5	desde orillo inferior hasta orillo superior	
B	largo centro frente	0	1,5	de inicio a final de preñe	
c	largo de costados	-1	86	desde pegue de puño hasta ruedo sobre la costura de cierre de lateral	
A	largo de portañuela externa	+/- 0.5	47	medir en línea recta de costado a costado	
B	largo de portañuela interna	-1	95	a 2 cm de la sisa hacia abajo en línea recta de orillo a orillo prenda extendida	
c	largo de talle	-1	83	medir en línea recta en la parte más encurvada de un orillo a otro	
A	largo hombro	-1	102	medir en línea recta ruedo de orillo a orillo prenda extendida	
B	largo manga	0	1	de orillo ruedo a costura	
c	medida de preñe	+/- 0.5	35,5	medir en línea recta de sisa a sisa	
A	punta de cuello	-1	62	medir en forma vertical, de orillo inferior hasta terminación de pinza	

Nota. La tabla presenta la ficha técnica de la blusa femenina, donde se detallan aspectos del diseño.

Tabla 5
Ficha de producción blusa femenina insumos

Ficha de producción					
referencia	v-001-001-23	Prenda	blusa f	fecha de solicitud	11/11/2023
molde	01-v	Línea	Femenina	fecha de elaboración	25/12/2023
diseñador	Jeison Astudillo	talla inicial	M	año de lanzamiento	2023
Evaluado		Empaque	Doblado		
descripción de la prenda: blusa femenina manga larga, pechera, botones en la parte central, botones en extremos de la manga, cuello tipo ejecutivo, puño con punta cuadrada, parte superior ancha, parte inferior slim, con pinzas diagonales y largas, ruedo semicurva con dobladillo.					
Insumos					
código	tipo de insumo	Descripción	consumo	unidad de medida genérica	observaciones y/o recomendaciones
c1256324821	marquilla	talla tejida alfanumérica	1		blanca // pegar centrada en el escote
c00200305045	botón	botón pasta 4 orificios // 28 líneas	9	líneas	transparentes
Telas, entretelas, sesgos					
código	tipo de insumo	descripción - composición	consumo	unidad de medida	observaciones y/o recomendaciones
00021	tela	oxford // algod 55% - pol - 45%	1,12	metro	unicolor
20213	entretela	32%termoadhesiva-68 % poliam-viscosa	0,14	metro	blanca
hilos e hilazas					
código	tipo de insumo	descripción	consumo	unidad de medida	observaciones y/o recomendaciones
r3	hilo	pespuntos	41,29	mts	tono blanco
r4	hilaza	amarre y filete	49,63	mts	tono blanco
requerimientos de calidad-anexos					
* al revisar la calidad de la prenda en confección, se debe verificar apariencia de costuras, pespuntos derechos, sin empates, simetría de piezas, sin saltos de costura, sin piques de costura					
* calibrar máquinas,					
* conservar simetría en las piezas (cuello en puntas y moras, puños, costados, mangas, portañuelas)					
* dobladillos parejos					
* las costuras deben quedar limpias, sin recogidos					
* no hacer empates y conservar pareja la costura en los pespuntos					
* ojales derechos y centrados					
* retirar todos los stickers, la prenda se debe entregar limpia, sin hebras					
* verificar medidas según tabla de patronaje					
* verificar y utilizar plantillas que envía patronaje					

Nota. La tabla presenta los aspectos de la producción de blusa femenina, donde se detallan aspectos de insumos.

Descripción de Costos Fijos y Variables

Tabla 6

Costos variables

		Costos Variables			
Nombre del producto	Blusa F	Unidad de Costeo		Docena	
Referencia	V-001-001-23	Venta mensual unidades		20	
Precio de venta	\$ 175.000				
Materia prima	Unidad de compra	Costo por unidad	Unidades utilizadas	Costo Total	
Seda	Metro	\$ 3.000	18	\$ 54.000	
Lino	Metro	\$ 2.400	10	\$ 24.000	
Botones	Docena	\$ 540	6	\$ 3.240	
Hilo	Tubo 100 m	\$ 200	12	\$ 2.400	
Hilaza	Tubo 100 m	\$ 150	12	\$ 1.800	
Etiquetas	Unidad	\$ 60	12	\$ 720	
Marquilla	Unidad	\$ 50	12	\$ 600	
Costo total de materias primas				\$ 86.760	
Precio de venta				\$ 175.000	
Margen de contribución				\$ 88.240	
Porcentaje de Margen de ganancia				49,58%	
(% Promedio del mercado de Casas de Modas)					

Nota. La tabla presenta los costos fijos y variables.

Capacidad Instalada

Tiempo promedio de operación en la confección de pijamas

Tabla 7

Proceso de blusa femenina

Tipo proceso blusa	Tiempo
Corte	0,5
Costura	1
Bordado	0,16
Empacado	0
Total	1,66

Nota. La tabla presenta el tiempo de fabricación de una blusa.

El tiempo promedio para la confección de una blusa es de 2,6 horas; los turnos son de 9 horas diarias durante 5 días a la semana, suspendiendo la producción los sábados y domingos.

Por lo anterior, el tiempo disponible para la producción de blusas a la semana es:

Tiempo disponible 9h / días X 5 días /Semana = 45 horas a la semana

Tabla 8
Costos unitarios y totales de insumos

Descripción	Cantidad	Costo Uni	Costo Total
Escritorios	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Mesas de corte	3	\$ 2.100.000	\$ 6.300.000
Sillas	8	\$ 2.000.000	\$ 16.000.000
Archivador	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Sueldo	8	\$ 1.800.000	\$ 14.400.000
Prestaciones sociales	8	\$ 1.132.000	\$ 9.056.000
Gastos de oficina	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Publicidad	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Computador	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
Software	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Internet	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Maquinaria para producción	8	\$ 3.000.000	\$ 24.000.000
Arriendo	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total Primer Año			\$ 81.136.000

Nota. La tabla presenta el total de costos unitarios y totales de los distintos insumos utilizados.

Con la disponibilidad de tiempo del producto y la duración promedio de producción, se obtienen la capacidad instalada de la planta en la producción de blusas:

Número de unidades Tiempo disponible de pijamas / Tiempo requerido

Número de unidades 45 horas ÷ 2,6 horas = 17 unidades por semana

El proceso de confección de blusas se va a realizar de manera unitaria y cada proceso es desempeñado por una sola operaria que tendrá disponibilidad del 100% para este producto, es decir una sola operaria será la encargada de realizar todos los procesos que intervienen en la producción de esta prenda corte, costura, marcado etc. Por lo anterior, la producción mensual promedio de blusas es de 68 unidades.

Infraestructura

Visen cuenta con máquinas de confección, corte de última tecnología lo cual facilita tener un producto de excelente calidad, todo esto con ayuda de un grupo de madres cabeza de hogar capacitado y calificado, brindando la oportunidad de enseñanzas para personas que estén interesadas en aprender manejo de máquinas de confección esto es una especial fuente de ayuda a la comunidad ya que personas que quieran trabajar y no estén capacitadas pueden prepararse sin ningún costo y obtener un puesto estable en la empresa.

Dentro de la infraestructura esta cuenta con espacios diseñados para el área de almacenamiento de las materias primas como lo son telas, herrajes y bisuterías

Área de confecciones con 8 operarias las cuales están capacitadas para el manejo de máquinas planas, fileteadoras, de ojales y de botones.

Área de corte, el cual cuenta con mesas de extendido de 3m x 2m de longitud, con maquina cortadora circular.

Área de limpieza y empaque del producto final

Área de almacenamiento o logística para realizar el despacho al cliente final.

Además de estas áreas de producción la empresa cuenta con un área administrativa y oficinas destinadas a realizar todas las operaciones administrativas y ventas online.

Proyección de Ventas

El mercado objetivo para las prendas diseñadas y comercializadas por Visen, Vístete con Sentido, son hombres y mujeres entre los 20 y 60 años, habitantes de la comuna 14 de la ciudad de Cali, reconocida popularmente por ser de alto de riesgo, pero también habitada por hombres y mujeres que desean construir sus sueños desde el buen camino, por ello como responsabilidad

social Visen contrata mujeres cabezas de familia, para desempeñarse como operarias de cada colección que está dirigida a estas comunidades con escasos recursos pero con la aspiración de vestir al mejor estilo de las grandes marcas.

Datos destacados del mercado.

Gustos En cuanto a la forma de vestir más de un 80% de esta población tienen gustos extravagantes, ya que no tienen asesoría o acompañamiento a la hora de combinar prendas, definir si son acordes al color de piel, la estatura, la contextura, el clima o la ocasión, por ello Visen, le permite tener acceso a los clientes a esta información a través de talleres, eventos, publicidad y tips.

Preferencias Aunque desean vestir de la mejor manera terminan optando por lo que el bolsillo les permita, que en la gran mayoría de los casos son prendas de baja calidad o por el contrario recurren a endeudarse a través de créditos, para acceder a prendas de alta calidad, pero con altos costos, por esa razón Visen, busca poner al alcance de todos, las mejores prendas a costos más económicos

Motivos de compra Las motivaciones de compra más que técnicas o lógicas son emocionales, por ejemplo, los padres desean comprarles a sus hijos, lo que ellos no tuvieron, o por ejemplo los jóvenes desean vestir de la forma como ven a sus artistas preferidos.

Costumbres La falta de educación financiera, lleva a la gente a no saber manejar o invertir el dinero, o invertir en sí mismos, principalmente en estas comunidades, por eso Visen acompaña y asesora a sus clientes en temas como estos.

Cálculo de Demanda

Tabla 9

Proyección operativa

Población objetivo	
Consumo promedio anual por persona	5 prendas
Habitantes comuna 14	150.000 habitantes
Total consumo	750.000 prendas
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	6.4%
Total demanda potencial	48.000 prendas

Nota. La tabla presenta la proyección operativa de la demanda del producto.

Proyecciones de ventas (unidades)

Tabla 10

Proyección operativa anual por prendas

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	31.500	37.500	48.000
Enero	1.500	2.000	2.800
Febrero	1.500	2.000	2.800
Marzo	2.500	3.000	3.800
Abril	2.500	3.000	3.800
Mayo	4.500	5.000	6.200
Junio	3.500	4.000	4.800
Julio	2.500	3.000	3.800
Agosto	1.500	2.000	2.800
Septiembre	2.500	3.000	3.800
Octubre	1.500	2.000	2.800
Noviembre	2.500	3.000	3.800
Diciembre	5.000	5.500	6.800

Nota. La tabla presenta la proyección de ventas de prendas para los primeros tres años.

La demanda estacional se presenta en los meses de mayo por el día de las madres y en diciembre por la temporada navideña donde las ventas de ropa crecen un 40% aproximadamente.

Precio de Venta

Punto de Equilibrio

Tabla 11
Presupuesto de ventas

1 Datos y previsiones	Blusa ella	Pantalón ella	Vestido ella	Camisa él	Pantalón él	Polo él
Costes por cada unidad (total unidad)	12.500	15.200	13.100	11.200	12.700	10.600
Costes no unitarios (total)	6.976.744	10.697.674	7.325.581	5.785.255	7.002.522	4.856.778
Costes variables en % (total unidad)	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Margen deseable (%)	49%	49%	49%	49%	49%	49%
Previsión de venta total (unidades)	8.870	7.910	6.530	9.350	7.910	7.430
I.V.A. o similares a aplicar	19%	19%	19%	19%	19%	19%
2 Cálculo del Precio	Con IVA					
Precio propuesto	38.563	48.042	41.278	34.303	39.430	32.663
¿Es aceptable por el mercado?	SI	SI	SI	SI	SI	SI
¿Es comercialmente adecuado?	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Precio decidido	38.563	48.042	41.278	34.303	39.430	32.663
Precio ajustado						
Ventas	287.443.278	319.340.668	226.508.734	269.525.012	262.096.395	203.938.483
Costes variables	139.619.328	152.166.067	108.193.873	131.672.501	126.666.640	99.151.848
Costes fijos	6.976.744	10.697.674	7.325.581	5.785.255	7.002.522	4.856.778
Total Costes	146.596.072	162.863.741	115.519.454	137.457.756	133.669.162	104.008.626
Resultado	140.847.206	156.476.927	110.989.280	132.067.256	128.427.234	99.929.857
Margen	49,00%	49,00%	49,00%	49,00%	49,00%	49,00%
Contribución	18,32%	20,36%	14,44%	17,18%	16,71%	13,00%

Nota. La tabla presenta el presupuesto de ventas para cada uno de los distintos productos.

Tabla 12
Rendimiento total

<i>Rendimiento Total</i>	
Ventas	1.568.852.571
Costes variables	757.470.257
Costes fijos	42.644.554
Total Costes	800.114.811
Resultado	768.737.760
	48,28%
	2,72%
	51,00%
	49,00%

Nota. La tabla presenta el rendimiento total de las ventas con el respectivo resultado.

Proyección de Ingresos

Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)

Tabla 13

Proyección de ventas anual por ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3
Total ventas	7.379.788.500	8.785.462.500	11.245.392.000
Descuentos por ventas	10%	10%	10%
Ventas netas	6.641.809.650	7.906.916.250	10.120.852.800
% de ventas a contado	70%	70%	70%
% de ventas a crédito	30%	30%	30%

Nota. La tabla presenta la proyección de ventas para los próximos tres años.

Capital de Trabajo

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. Visen como proyecto de emprendimiento social requiere para su producto los siguientes rubros: remuneraciones del personal, materias primas e insumos, agua, electricidad, alquiler local, teléfono, internet, seguros, comisiones, publicidad y otros.

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

Tabla 14
Flujo de caja mensual

0	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ventas	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375	\$614.982.375
Total ingresos	\$ 7.379.788.500											
Egresos												
Compra material prima e insumos	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000	301.200.000
Remuneración personal operativo	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000	\$ 23.456.000
Gastos generales de operación												
Remuneración administrativos	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Gastos de administración	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000	\$ 1.580.000
Gastos financieros												
Gastos de marketing	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Otros gastos												
Total egresos	\$ 329.836.000											
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$ 285.146.375											

Nota. La tabla presenta el flujo de caja para los doce meses del primer año.

Tabla 15*Saldos acumulados por mes*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	D
Flujo mensual	\$285.146.375										
Flujo mensual											
Acumulado											

Nota. La tabla presenta los saldos mensuales

Inversión Inicial

Visen cuenta con un aporte inicial por parte de sus socios los cuales son 5, cada uno con un aporte de \$9.000.000 millones de pesos, por otro lado, cuenta con un capital semilla de \$28.000.000 millones de pesos, lo anterior para dar inicio al emprendimiento Visen.

Tecnología

Tabla 16*Inversión inicial en tecnología*

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Software	2	150.000	300.000
Plan de internet	1	80.000	80.000
Total			\$380.000

Nota. La tabla presenta la inversión que se tendrá recursos tecnológicos

Maquinaria y Equipo

Tabla 17

Inversión inicial en maquinaria y equipo

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Maquinaria de Producción	8	3.000.000	24.000.000
Mesas de corte	3	2.100.000	6.300.000
Total			\$30.300.000

Nota. La tabla presenta la inversión en compra de equipos.

Muebles y Enseres

Tabla 18

Inversión inicial en muebles y enseres

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Escritorios	2	250.000	500.000
Sillas	8	2.100.000	16.800.000
Archivador	1	400.000	400.000
Computador	2	250.000	500.000
Total			18.200.000

Nota. La tabla presenta la inversión en compra de muebles y enseres.

Instalaciones y Puesta en Marcha

Tabla 19

Inversión inicial en instalaciones

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Gastos legales de constitución	Varios		2.000.000
Marketing	Varios		1.200.000
Arriendo	1		1.500.000
Sueldos	8	1.800.000	14.4000.000
Gastos de oficina	1	2.400.000	2.400.000
Otros			
Total			21.500.000
Total		\$70.380.000	

Nota. La tabla presenta la inversión en la instalación y puesta en marcha.

Conclusiones

Una vez identificada las diferentes problemáticas que afectan nuestra sociedad, sin duda se evidencia la necesidad de cambio y de poder aportar desde nuestro rol, a través de ideas que pueden revolucionar y hacer cambios positivos en nuestra comunidad, los cuales nos puedan generar rentabilidad y generar a su vez progreso y solución a las problemáticas que afectan a las personas o el medio ambiente, este tipo de análisis me permite ver más allá de las limitaciones que muchas veces le llamamos falta de oportunidades, donde realmente

En la actualidad es de crucial importancia generar impacto positivo en la sociedad por medio de los emprendimientos sociales. La sociedad requiere cambios significativos que generen empleos y a la vez contribuyan con el crecimiento y desarrollo de la comunidad afectada. Por otro lado, en nuestro país existen innumerables problemáticas sociales de las cuales debemos concientizarnos como generadores de cambio, por lo anterior, nace nuestro proyecto el cual busca mitigar problemáticas sociales como la pobreza, desigualdad, precariedad y otros factores que día a día impactan de manera negativa el desarrollo de nuestro país.

En conclusión, la innovación social es una forma de generar un cambio positivo en la sociedad, involucrando a los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a sus problemas. La innovación social se apoya en la tecnología para mejorar los procesos y las actividades humanas, así como para impulsar el desarrollo económico y social de un país. La innovación social requiere de una visión creativa y transformadora que busque el bienestar colectivo.

El manejo de la herramienta Design Thinking es importante porque nos permite resolver problemas de forma creativa e innovadora. El design thinking se basa en la empatía con el usuario, la definición del problema, la generación de ideas, el prototipado y el testeado.

Esta metodología nos ayuda a entender las necesidades reales de las personas y a diseñar soluciones que se adapten a ellas.

Una vez realizada la presente actividad podemos concluir la importancia y a la vez analizamos muy bien la necesidad que hay en una propuesta de desarrollo que aborde lo humano y lo considere como el eje de desarrollo social, primero las personas, porque son lo más importante en la educación. Los grupos poblacionales vulnerables, como las familias monoparentales, han aprendido de todas sus necesidades y se han convertido en grandes administradoras de recursos, además desean fervientemente iniciar sus propios negocios, puesto que han sido explotadas en muchas ocasiones por su condición familiar. Es por que emprender un negocio es necesario tener una misión y una visión clara, para impactar de la mejor manera el mercado y poder brindar mejores oportunidades de salir adelante y que todas las familias vivan una vida digna de igualdad y muy equitativa.

De la misma manera podemos concluir que la aplicación y uso de desing thinking ya que es una de las metodología de diseño de resolución de problemas mediante la cual es posible desarrollar soluciones centradas logrando que de una forma innovadora llevar a través de su herramienta muy eficaz muchos proyectos de innovación social entre ellos nuestro proyecto Visen, Vístete con Sentido en el cual nos hemos enfocado y hemos adquirido mucho conocimientos vasados en estrategias y explorando tácticas más imaginativas y creativas identificando, organizando, recopilando y ordenando toda la información de nuestro importante emprendimiento social con la esperanza de brindar mejores oportunidades a las madres cabeza de familia .

Es satisfactorio ver que por medio de una idea de innovadora se pueda ayudar a mujeres emprendedoras para que consigan sus ingresos económicos sin tener que dejar a sus hijos al cuidado de terceros.

Cada etapa del proceso en el proyecto del emprendimiento social se debe realizar de una manera amena y sujeta a los cambios que el avance demande, y eso se cumple perfectamente en la metodología desing thinking, porque se necesita que el cliente haga parte del proceso y eso se logra con amabilidad y conexión, es decir con empatía.

Como lo indica el capítulo 3, es indispensable para toda unidad de negocio contar con un panorama amplio a cerca de las diferentes variables que intervienen en el proceso de un emprendimiento social. La herramienta Canvas nos permitió identificar los factores que influyen el crecimiento de Visen, ya que en este aplicativo logramos concretar la propuesta de valor para nuestro proyecto, las actividades clave para crecer, los recursos clave necesarios, la relación con los clientes, la segmentación de Visen, la estructura de costos y por último la fuente de ingresos.

La fase 5 del presente proyecto de emprendimiento nos permitió como equipo identificar factores los cuales permitieron ampliar nuestra visión a la hora de tomar decisiones importantes para Visen; cada elemento que conforma una unidad de negocio es indispensable en el proceso de crecimiento de todo proyecto, el reconocer los posibles competidores, fortalezas, debilidades y oportunidades de nuestro entorno no solo nos permite crear planes de acción sino también crecer en el mercado como una marca diferencial la cual busca el bien común en la sociedad y aporta de manera positiva en la calidad de vida de los habitantes de Cali y sus alrededores.

Con el desarrollo de la proyección de los recursos operativos hemos logrado obtener muchos conocimiento en identificar y proyectar los recursos operativos y financieros necesarios para un emprendimiento social y en nuestro caso nuestro emprendimiento Visen enfocado en contribuir con la mitigación y problemáticas de falta de empleo de las madres cabeza de familia de la comuna 14 en la ciudad de Cali todo este proceso en la construcción de este proyecto que como grupo nos hemos focalizado ha sido muy enriquecedor motivante, que nos ha permitido como personas integrarnos, conocernos y relacionarnos, compartir ideas y diferencias, y como estudiantes y futuros profesionales nos ha fortalecido en diversas áreas desconocidas dentro de nuestro proceso de aprendizaje. Las diversas herramientas del marketing que están actualmente a la vanguardia son tan importantes conocerlas, interpretarlas e implementarlas en nuestro diario vivir, en el desarrollo de nuestro ámbito personal y laboral, como también en nuestro proceso emprendedor, esas áreas de formación emprendedora las fortalecimos mediante el desarrollo de este importante diplomado y el conocimiento que adquirimos es un plus importante para no dejar escapar esos métodos informáticos y tecnológicos que contribuyen a mejorar todos los aspectos de un proyecto social.

Referencias Bibliográficas

Admin. (2023, 14 septiembre). Técnicas de innovación - Design thinking en español. Design Thinking en Español, la primera plataforma online en difundir contenido libre en español sobre el método Design Thinking e innovación.

<https://designthinking.es/tecnicas-de-innovacion/>

Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio!. Grupo Editorial Patria. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>

Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social. Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>

Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social. Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1 (2019).
[;https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858](https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858)

- Giraldo Oliveros, M., Esparragoza, D., Acevedo Navas, C. (2017). Gerencia de marketing. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439>
- Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>
- Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X., Vicente Díaz, M. (2021). Marketing para abogados. Wolters Kluwer España. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>
- Level Communications, H. Maciá, F., Santoja, M. (2018). Marketing en redes sociales. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>
- Mejía, A. M. (2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Objeto_virtual_de_Informacion_OVI]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/21685>
- Organización de las Naciones Unidas. (s.f) Objetivos de desarrollo sostenible. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s. f.). UNDP. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Pacheco Coello, C. E. (2021). Metodología en casos reales de evaluación de proyectos. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/174907>
- Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Editorial Universidad Adventista del Plata. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

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

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

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

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380)

Vega Guerrero, J. (2019). "Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento

social" La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias

económicas y administrativas. En: Colombia ISBN: 978-958-651-633-4 ed: Sello

Editorial UNAD, v. , p.131 - 151 ,2019.

<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/114/111/561>

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

training model for developing social entrepreneurship. Un model formatiu per al

desenvolupament de l'emprenedoria social. Educar, 57(1), 97–116. [https://doi-](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153)

[org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153)