

Confecciones Promujeres

Dulayne Mantilla Vargas
Laura Catalina Chávez Caballero

Presentado a:
Sonia Ruth Obando

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
Escuela Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN
Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios
Bucaramanga
Diciembre 2021

Contenido

	Pág.
Introducción	8
Objetivos.....	11
Objetivo General	11
Objetivo Especifico.....	11
Identificación de la Problemática	12
Innovación Social.....	16
Innovación.....	16
Impacto Social.....	18
Financiación	20
Mercado Objetivo.....	22
Factor Innovador	23
Factor Productivo	24
Modelo De Desing Thinking	26
Mapa Mental	26
Fase De Empatía.....	26
Fase de Definición.....	27
Fase Ideación.....	28
Fase Prototipado: Técnica Impact Mapping	28
Fase De Testeo: Elevator Pitch	30
Estrategias de Mercadeo	32

	3
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado	32
Grupo Objetivo.....	33
Identificar la Competencia.....	34
Aliados Clave del Modelo de Negocio	35
Acciones de Cooperación.....	38
Acciones de Cooperación como Alianzas Estratégicas.....	39
Estrategias De Mercado	39
Estrategia de Comunicación.....	40
Estrategia de Posicionamiento	40
Estrategia de Diferenciación	41
Social Media.....	41
Imagen de la Marca Y Slogan.....	42
Proyección Operativa Y Financiera	43
Recursos Operativos.....	43
Proyecciones de Distribución en Planta	48
Descripción de los Cargos.....	48
Organigrama.....	52
Proyección de Sueldos	53
Descripción de Equipos de Oficina.....	54
Procesos Preoperativos.....	55
Localización	56
Proyecciones De Ventas.....	57
Capital de Trabajo	59

Conclusiones..... 64

Bibliografía..... 67

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Porcentaje de género al ingreso del emprendimiento	14
Tabla 2. Demográfica	22
Tabla 3. Técnica Impact Mapping	28
Tabla 4. Elevator Pitch.....	30
Tabla 5. Capacidad instalada	43
Tabla 6. Insumos y materia prima.....	43
Tabla 7. Detallada infraestructura.....	44
Tabla 8. Descripción de maquinaria y elementos operativos.....	46
Tabla 9. Sueldos.....	53
Tabla 10. Equipos de oficina	54
Tabla 11. Costos preoperativos.....	55
Tabla 12. Cálculo de la demanda.....	57
Tabla 13. Proyecciones de ventas	57
Tabla 14. Punto de equilibrio.....	58
Tabla 15. Proyecciones de ingresos por ventas.....	58
Tabla 16. Proyecciones de ingresos por venta	59
Tabla 17. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual).....	59
Tabla 18. Flujo de caja mensual.....	61
Tabla 19. Saldos acumulados.....	62

Tabla 20. Inversión total	63
---------------------------------	----

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Tienda textil (2021)	16
Figura 2. Ideas provenientes	16
Figura 3. Magnate empresa (2016)	18
Figura 4. Modelo finanzas (2020).....	20
Figura 5. Mercado objetivo.....	22
Figura 6. Mapa mental empresarial.....	26
Figura 7. Slogan: “luce tu poder femenino con comodidad”	42
Figura 8. Planta	48
Figura 9. Organigrama empresarial	52

Introducción

Para crear un emprendimiento o un proyecto empresarial independientemente del su tipo, es de vital importancia construir adecuadamente la idea de negocio implementando cinco fases primordiales que esta conlleva. En este documento final se desarrolla cada una de estas etapas, las cuales durante el transcurso del diplomado fueron desarrolladas y estructuradas por las autoras de este escrito; la recopilación de estas da como resultado la proyección de una empresa de actividad comercial y productiva enfocada en la producción y confección de pijamas para mujeres, la cual, tiene como nombre “Confecciones Promujeres”.

La primera fase es la identificación de problemáticas sociales que con la creación del proyecto se busca aportar para la solución de esta. El desarrollo de esta actividad se enfoca y requiere de la creación de proyectos de emprendimiento social a partir de la identificación de necesidades del contexto para dinamizar soluciones sostenibles y sustentables, identificando en este caso la realidad que viven las mujeres afectadas por la situación económica tan desfavorable del país, que además de desempleadas o con pocos recursos económicos asumen la jefatura del hogar, los retos y las adversidades que deben enfrentar y vencer para sacar adelante a sus hijos, que se convierten en prioridad; y analizar detalladamente las posibilidades de trabajo y de educación que se brindan para que éstas puedan cumplir con su responsabilidad y superarse a sí mismas.

La segunda fase es sumamente importante, esta se denomina innovación social ya que, teniendo en cuenta que la industria manufacturera textil ha evolucionado desde la revolución industrial, cada vez es más automatizado, requiere mano de obra eficiente, lucrativo y, por ende, aumenta la existencia de empresas que se dedican a esta actividad comercial y productiva, es

decir, cada vez más aumenta la competencia. Por este último factor, es importante que en la organización que se va a emprender emplee un factor innovador, este factor es vital para que la empresa se mantenga en pie y obtenga clientes fieles por su originalidad, además, el hecho de que aporte positivamente en la sociedad contribuyendo en problemas sociales se convierte en una empresa de mayor interés por su impacto social, en este caso, las oportunidades que se brinda a las mujeres víctimas de la desigualdad de género.

En la tercera fase se encuentra la metodología “Desing Thinking”. Este método permite generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios y también nos orientada a la generación de soluciones dentro de un marco propuesto. Se divide en una serie de etapas, en las que estas aportan valor a las personas, ya que ha sido diseñado con ese fin, para que podamos detectar las problemáticas y generar soluciones.

Las estrategias de mercado hacen parte de la fase número. En esta parte, se trabaja la estructuración de estrategias de marketing orientadas a la competitividad del proyecto de emprendimiento social que hemos venido desarrollando en fases anteriores. Los caminos que tiene actualmente una empresa hoy en día para darse a conocer y llegar al público son múltiples, es por esto por lo que se debe implementar una buena estrategia de marketing, para lograr utilizar las herramientas de captar y fidelizar a los clientes a cambio de satisfacer sus necesidades. En esta etapa se describen los atributos del producto, el grupo de consumidores al que queremos llegar, el segmento al que se aplicara al proyecto se analiza los posibles competidores que existen en la región, se proponen estrategias de mercadeo tanto tradicionales como digitales para establecer la que más beneficie nuestros objetivos.

Por último, se desarrolla la proyección operativa y financiera de los recursos operativos y humanos que la empresa necesitará para ponerse en marcha. Este factor es un instrumento

importante para el control y toma de decisiones en la organización, permite decidir en qué y cómo se va a invertir el dinero teniendo en cuenta la materia prima e insumos que se requieren para transformarse en un producto, la maquinaria y los equipos implementados en la etapa productiva, todos aquellos equipos y materiales que se necesitan para construir las áreas administrativas, el número de empleados vitales para poder iniciar la empresa, etc. Así mismo, se conocerá la utilidad de ganancia de la empresa y el capital que se requiere para mantenerse de pie.

Objetivos

Objetivo General

Planear los recursos operativos, financieros y la valoración financiera para la puesta en marcha de proyecto de emprendimiento social sostenible y sustentable, Todo en base a fases anteriores en la cuales se tiene en cuenta factores que permitan que el emprendimiento social sea un éxito.

Objetivo Especifico

Identificar los recursos que son necesarios para poder llevar a cabo el proyecto tanto económico de infraestructura y humano para el proyecto.

Realizar la proyección operativa, financiera y administrativa.

Idea indicadores de evaluación de proyectos

Identificar e informar los factores productivos de la empresa.

Identificar procesos de marketing para el emprendimiento y a resultados del método Desing Thinking,

Identificar correctamente factores importantes, tales como los atributos y beneficios que ofrece el producto, el mercado objetivo al que va dirigido.

Identificación de la Problemática

La condición de pobreza que se evidencia en esta región de Colombia es preocupante, las necesidades de este sector son más amplias y difíciles de satisfacer, puesto que la mayoría de los programas que se han desarrollado han resultado poco efectivos o paternalistas, lo cual ha desencadenado círculos viciosos que han llevado a condiciones de miseria en estos pobladores.

Enfocarnos en el desarrollo social e integral de la comunidad afectada y desfavorecida del departamento, y enfatizarnos en las personas vulnerables por aspectos económicos como lo son las Mujeres Cabeza de Familia, que por su nivel de educación baja que no se les facilita un empleo decente, y que por tal motivo se encuentran en crisis debido a que son jefes de hogar y no están recibiendo un ingreso económico que permita pagar vivienda, alimentación, educación, recreación, y lo cual afecta a su núcleo familiar.

Por lo anterior se puede resumir que el total de población que reside en este municipio es de 169.588 personas, la densidad de población por km² es de 310, la población residente de la vereda es 983 persona, madres cabeza de familia 420.

De las 420, 818 mujeres que habitan en la localidad de Barro blanco, el 35,97% son hogares monoparentales (que cuentan con un solo padre). Para poner en marcha un proyecto, deberíamos preguntarnos- ¿qué presupuesto se necesita? o depende del Proyecto Actualmente Para trabajar y construir en un emprendimiento o proyecto social es muy importante las habilidades y capacidades del emprendedor, que es lo que define el aporte para estudiar con constancia y alcanzar el conjunto de causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas sociales que aquejan el entorno y tener como resultado una idea donde no limite si no que muestre una demanda potencial para construir.

A principios del pasado marzo 2020 nos vimos sorprendidos con una pandemia que nos exigió a reinventarnos con un escenario retador al 100%, sobre todo en negocios tradicionales donde sus opciones fueron decidir, emprender y crear nuevos negocios con pocos conocimientos y bajo presupuesto, lo cual podríamos verlo como un rebusque de oportunidades. Sin embargo, surgieron nuevas posibilidades para aquellos cuyo modelo de negocio tenían como base la tecnología o lo digital.

Con el pasado confinamiento más de 80 mil negocios formales, de diferentes sectores de la economía cerraron sus puertas definitivamente por cuenta de la pandemia. Tan solo el 25 % de los empresarios ha transformado sus actividades y acomodado sus prácticas de negocio. Mientras unos se han visto obligados a cerrar sus negocios, cerca de 159 emprendimientos aproximadamente se han creado en medio de esta pandemia y activación paso a paso.

Comprendemos como madres cabezas de familia, a aquellas mujeres que asumen el mantenimiento económico, educativo, motivacional y desarrollo humano de sus hijos.

Tales cifras y condiciones llevan a pensar que se deben plantear propuestas efectivas para disminuir la vulnerabilidad, en especial de las madres cabeza de hogar, puesto que ellas son quienes demandan mayor atención al asumir diferentes roles sociales (crianza de los niños, cuidado de familiares, satisfacción de necesidades básicas, entre otras) y una de las maneras es el empoderamiento popular para la creación de empresas, que les permita acceder a mejores recursos económicos y aprender a usar estos para el mantenimiento y crecimiento de la misma, además de buscar satisfactores sinérgicos que apunten al buen desarrollo de las personas.

Recomendaciones

1. utilización de sistemas de encuestas online.

2. Asistir a los diferentes eventos de emprendimiento que refieran con asesorías que brindan desde la gobernación y alcaldías, secretaria de Empleo y emprendimiento.

3. Asesorías financieras para la estructura organizacional de la idea del emprendimiento o negocio.

4. Y también asesoría con abogados para conocer los distintos eventos o situaciones que se presenten en el transcurso de la idea.

Tabla 1. *Porcentaje de género al ingreso del emprendimiento*

Causas	Femenino	Masculino
Pobreza	53%	No participación
Baja educación	Afinidad al proceso	Miedo a lo nuevo
Crisis laboral	Aprovechamiento	Desintegración
Ubicación geográfica	Acceso a los necesitados	Movilidad

Identificando la población y las necesidades, considero oportuno crear una empresa de confecciones, enfocado a la fabricación de pijamas para toda la familia, para lo cual se ha pensado como nombre confecciones promujeres, se constituirá una figura empresarial legalmente constituida ante la Cámara de Comercio. Además, es de gran importancia resaltar que la confección es una forma de generar nuevas fuentes de empleo a aquellas personas que cuentan con un aprendizaje bien sea empírico o estudiado, y que no se le han abierto puertas laborales. Para las familias día a día se ha fortalecido la venta de pijamas ya que la diversidad de estampados y modelos han cautivado al cliente, la gran parte de la población colombiana utiliza pijama, no solo a la hora de dormir, también para pasar el día en casa.

Otro objetivo es poder ayudar a madres cabeza de hogar que no trabajarían directamente con la empresa, es decir, vender al por mayor a un precio menor, el cual le permita que otras mujeres puedan distribuir nuestros pijamas y obtener sus ganancias. En este proyecto se prevé que no todas las mujeres tienen el conocimiento textil, por lo cual se ha pensado en capacitar estas mujeres por medio de instituciones públicas como el Sena el cual las capacitaría en:

- Comercialización de productos textiles. Confección y manejo de sus herramientas.
- Diseño básico de productos textiles asistido por computador (Optitex).
Diseño y patronaje de complementos (Marroquinería)
- TLC Colombia con Estados Unidos
- Materiales, insumos y maquinaria para la confección de ropa (pijamas).
Trazo, corte y confección.
- Trazo, corte y confección.
- La realización de este emprendimiento es de suma importancia ya que se busca: Mejorar las condiciones de vida 10
- Generar empleo y oportunidades de trabajo
- Necesidades básicas satisfechas (vivienda, educación, salud, nutrición)
Empleo formal
- Mejorar su estado anímico.

Con este emprendimiento se busca incentivar tanto a las madres cabezas de hogar como a entidades privadas y públicas, en propuestas de programas de acción social y capacitación, con el fin de aportarles y generarles conciencia en cuanto a una posible solución a sus ingresos bajos, fomentando el trabajo.

Innovación Social

Figura 1. *Tienda textil (2021)*



Nuestra empresa de confección de pijamas estará ubicada en el departamento de Santander lo cual se enfoca en aquellas mujeres vulnerables que no cuentan con un apoyo económico i niveles educativos, así mismo facilitarles una estabilidad económica generándoles un empleo donde puedan realizar o demostrar sus habilidades y conocimientos.

Innovación

Figura 2. *Ideas provenientes*



Crear en este tipo de empresas es muy importante y sobre todo pensar que es para beneficio de la comunidad femenina, el fundar esta empresa de pijamas para las mujeres del departamento de Santander surge para innovar un tipo de pijamas con todas las comodidades y calidad en los materiales teniendo en cuenta todo tipo de mujer de y lo más importante todo tipo de tallas que quieren ser parte de un mercado innovador para satisfacer sus necesidades y sobre todo que el producto tenga un excelente precio ya que es una necesidad diaria que todas las mujeres tenemos y que siempre vamos a utilizar sin importar la edad.

La idea de esta empresa es que siempre tenga la capacidad de producir e innovar sus pijamas ya que el mercado es exigente y sobre todo la competencia entre este tipo de empresas es bastante grande.

El principal objetivo para nuestra empresa es la innovación y alcanzar una ventaja competitiva, y así contar con más clientes y cuota de mercado

Cuando nos referimos a innovación no estamos focalizando los cambios solo a nivel tecnológico, sino que se puede innovar en muchos aspectos y áreas de la empresa. El sector que trabajamos para este proyecto pertenece a la confección de prendas de vestir y en este caso los pijamas y todo lo relacionado con prendas para dormir.

Al crear este emprendimiento, se tuvo en cuenta que para incursionar y sobre salir, debíamos tener un factor innovador y el cual se enfocara en la creación de pijamas con estilos novedosos y llamativos, innovando en sus telas y variados diseños.

Tiene diferenciadores que resaltan nuestros pijamas. Nuestros productos son vendidos al detal, pero también al por mayor. Nuestra estrategia principal es posicionarnos de manera rápida y viral en redes sociales y en el portal web.

Al tener el factor innovador, se persigue el objetivo sentir únicas a aquellas mujeres que les gusta la exclusividad, que buscan diseños únicos y diferentes a las que ya existen en el mercado y que quieren telas que permitan sentirse frescas y cómodas.

Como adicional a la innovación de exclusividad, será la oportunidad de que nuestras clientas nos den sus ideas frente a las prendas que desean, nosotros diseñaremos y confeccionaremos prendas que plasmen lo que nuestras clientas desean con un toque exclusivo patrocinado por nuestra diseñadora, este componente innovador, es estar dispuestas a satisfacer a las clientas con nuestros diseños y a su vez permitir que la mujeres que prefieran agregar, modificar o diseñar sus propias prendas con la ayuda de nuestra diseñadora.

Impacto Social

Figura 3. *Magnate empresa (2016)*



La idea de esta empresa es generar un impacto en la sociedad de manera directa en los niveles de empleo, crecimiento y desarrollo social y la economía para generar mayor competitividad y productividad, e impulsar una diferencia económica de la región. En un mundo tan profesional y abierto como en el que vivimos, queremos que esta empresa prospere y así transformar, es decir, estar atentos a los cambios del entorno y responder a con mejoras en

nuestros modelos producción, de organización, en la forma de distribuir y de presentar nuestros productos.

Uno de los modos de innovar en esta empresa es a través de la tecnología, por lo que muchas empresas cuentan con departamentos especializados en buscar ventajas competitivas que les diferencien en el mercado actual por eso nuestras tendencias serán muy importante para el impacto social y así en un futuro todas las mujeres que hagan parte de nuestra empresa puedan tener la oportunidad de desarrollarse con personas llegar a tener sus propios proyecto o emprendimientos capacitándolas y realizando convenios con instituciones que puedan apartar a este impacto social en nuestra comunidad santandereana

Nuestra empresa contara con un espacio amplio y personal capacitada con los mejores materiales para la producción de la as piyamas así poder disminuir la problemática de la desigualdad de las mujeres.

Son aquellos que crean efectos positivos, por este motivo cuando se pensó en este proyecto, partimos de generar un impacto social en madres cabezas de hogar, se busca generar este impacto de manera económica, laboral, familiar y personal.

Generando a estas mujeres un mejoramiento significativo para su desarrollo.

Proyectando que se lleve a cabo de una manera correcta, y en los que se pueden lograr resultados a mediano y largo plazo.

Queremos contribuir con la calidad de vida y bienestar, Aumentar las oportunidades para las mujeres cabeza de hogar y hacerles ver que contribuyen al mundo laboral y que sus oportunidades siguen. Todo esto por medio de este proyecto en el cual se podrán desempeñar laboralmente y cumplir todos los objetivos ya sea de manera directa o indirectamente.

Financiación

Figura 4. *Modelo finanzas (2020)*



Actualmente somos muchos los emprendedores que queremos crear nuestro propio negocio, pero en varios casos no contamos con el capital inicial ya que no es fácil pero tampoco difícil de conseguir, lo más probable es que a la hora de emprender y no contar con el capital financiero de arranque nos llegue a la mente como primera opción un crédito bancario, sin embargo, esto se ha ido modernizando a través del tiempo ya que han ido apareciendo alternativas innovadoras y nuevos recursos para lograrlo.

Antes de buscar alguna financiación debemos tener claro el plan de negocios y las características de nuestro proyecto, esto con la finalidad de escoger el financiamiento que más se adapte a las necesidades empresariales. Se deben planificar las necesidades primordiales del proyecto, establecer claramente cuánto dinero se necesita para emprender, qué se va a hacer con ese dinero y en qué se tiene que invertir.

Además, todo emprendedor se debe plantear si esa inversión es necesaria para iniciar el proyecto y en qué momento se puede devolver el dinero conseguido, con todo esto claro se debe iniciar la búsqueda de financiación para el proyecto.

Por todo esto nuestra empresa realizará la gestión con diferentes bancos y así poder obtener capital para iniciar este proyecto, se realizará un estudio de los diferentes bancos y poder

definir la comodidad de pagos e intereses una vez obtenido este capital se procederá a la compra de máquinas necesarias para iniciar la producción de los pijamas.

Es de vital importancia estos créditos para poder tener una vida crediticia como empresarios y así poder en un futuro llegar a tener más oportunidades para recursos en la empresa. Con el pasar del tiempo son más las personas que se han decidido a emprender un proyecto y para nosotros este punto se considera de gran importancia ya que debemos crear soluciones de financiación viables y cuidadosamente planificadas para nuestro proyecto, incorporando de forma razonable los riesgos potenciales.

Por eso es importante buscar alternativas que permitan que nuestro negocio no se endeude tanto, para poder ser sostenibles en medio del mercado en el cual queremos sobresalir.

Consideramos viable partir de que al iniciar el negocio sabemos que estamos dando la oportunidad a mujeres que no han trabajado durante mucho tiempo o no conocen nada sobre la confección, y por tal motivo se pensó en crear capacitación gratuita con el Sena, siendo esta una herramienta viable y que nos brinda otra oportunidad, la cual es postularnos al programa de emprendimiento que brinda el Sena, en el que generan apoyo económico a emprendimientos que generen empleos, ellos brindan un capital considerable.

Sabemos que la inyección de capital que necesitamos no será cubierta en su totalidad por esta entidad, por lo tanto, se ha ideado solicitar un préstamo bancario que nos permita cumplir la meta financiera. También se solicita ayuda pública (de la Gobernación de Santander) la cual está dispuesta a colaborar con ciertos enceres que nos pueden brindar como apoyo al proyecto.

Mercado Objetivo

Figura 5. Mercado objetivo



Nuestras clientas potenciales son mujeres entre 18 a 50 años y niñas entre los 1 a 17 años, de Bucaramanga y su área metropolitana. Donde las necesidades de nuestras clientas es el tiempo de realizar sus compras, prendas exclusivas, calidad y variedad. 9.3 Quién, dónde está y por qué compra el cliente Nuestras clientas son aquellas mujeres Santandereanas que desean portar prendas exclusivas, originales y de calidad, nuestras clientas comprarán por nuestra gran exclusividad y variedad.

Tabla 2. Demográfica

Geográfica	Demográfica
Colombia -Área metropolitana Bucaramanga 1.479	Edad: 18 a 50 años
km ² -Población Total 1.322.945 habitantes -	12 meses a 17 años
Densidad 1041.3 hab/km ² -Clima cálido	Género: Femenino - infantil

Al tomar esta decisión, nos basamos en un estudio de mercado (sobre el género) el cual nos permitió identificar que el género femenino es el consumidor con alta demanda sobre este producto.

Optimización de recursos. Si eliges los medios de comunicación, distribución y promoción adecuados, podrás comercializar tus productos de manera eficaz en el mercado.

Segmentación del mercado. Tu público objetivo quedará perfectamente localizado en cuanto a características culturales y de consumo puntuales.

Adaptación de los productos. Podrás conocer mucho mejor las leyes de la oferta y la demanda aplicadas de manera particular a tu negocio. De este modo, tus esfuerzos de marketing se podrán concentrar en satisfacer las necesidades concretas de cada segmento.

Generación de nuevas ideas. Teniendo más claro el público al que te vas a dirigir, podrás crear novedosas ideas de producto reduciendo los riesgos existentes y evitando la falta de información.

Determinación de la demanda potencial. Identificar si realmente existe una demanda de tus productos y qué tipo de personas estarán dispuestas a iniciar el proceso de compra. Lanzarse a la piscina sin agua sería un gran error.

Factor Innovador

Es importante el factor innovador en la organización ya que es el que nos identifica en el mercado como una empresa original a pesar de que existan otras empresas que se dedican a esta actividad comercial y productiva. En la cadena de productiva, es decir, durante la confección de pijamas empleamos nuevas tecnologías adecuándolas a cada etapa del proceso que inicia desde la atención al cliente hasta la automatización de esas actividades repetitivas durante el final del proceso de producción, como en el etiquetado y empaquetado del producto terminado. Nuestra prioridad es complacer el cliente y adelantarnos a las exigencias de ellos es parte fundamental de la implementación innovadora que incluye la economía 4.0 en el sistema productivo. Por esto, le

ofrecemos a nuestros clientes además de pijamas elaboradas con telas de excelente calidad, también, ofrecemos la oportunidad de que el cliente personalice su prenda eligiendo el estampado, color y el diseño entre los que manejamos. De esta manera, nuestra empresa brinda ese diferencial competitivo en el mercado.

Teniendo en cuenta que el objetivo social de la formación de esta empresa es ayudar a aquellas mujeres cabezas de hogar que se encuentren desempleadas, también a aquellas las cuales dentro de su círculo familiar sufran de violencia intrafamiliar y desigualdad de género, sin importar si tiene experiencia o conocimientos sobre este sector de manufactura. El objetivo es contribuir de manera positiva en la calidad de vida de las mujeres que carecen de oportunidades para comenzar en el campo laboral ofreciéndoles empleo, capacitaciones para fortalecer sus destrezas y de esta manera se conviertan en trabajadoras eficaces y eficientes para el beneficio del proceso productivo.

Nuestros objetivos respecto al impacto social son coherentes con las acciones que se llevarán a cabo para el cumplimiento de estos. Es necesario generar confianza y credibilidad en la empresa para recibir un buen interés por parte de la comunidad y posicionarnos por nuestra calidad y calidez humana en el mercado de esta industria.

Factor Productivo

Partiendo que, los factores productivos son todos aquellos recursos que son indispensables para la producción de bienes y servicios que ofrece una organización con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes. Para llevar a cabo el proceso de confección de pijamas se identifica tres factores productivos que inicia desde la transformación de la materia prima

mediante la mano de obra empleada por el recurso humano de la empresa usando las respectivas maquinarias necesarias hasta obtener el producto terminado.

a. Materia prima: Para la transformación de la materia prima se requiere variedad de telas, hilos, botones, etiquetas, agujas, resortes o elásticos, y para el proceso final de empaquetado, bolsas de empaquetado, cintas adhesivas y cajas. Esta materia prima es obtenida a través de los respectivos proveedores.

b. Mano de obra: Es el trabajo humano que se emplea en el proceso de producción para transformar la materia prima y obtener la prenda confeccionada y llevada al proceso final de empaquetado. Las máquinas sustituyen algunas de las labores del trabajador, especialmente en la manipulación de las materias primas e insumos que deben suministrarse. Sin embargo, para conseguir el debido funcionamiento de las maquinarias, los trabajadores encargados de cada máquina deben actuar sobre ella de manera eficiente y específica para poder manejarlas y controlarlas.

c. Maquinarias: Colombia no produce ningún tipo de maquinaria para la industria textil, por lo tanto, la maquinaria que se requiere es importada. Se emplea las siguientes máquinas: cinta de corte, fileteadora, máquina collarín, cerradora de codo, máquina para botones y ojaladora, máquina presilladora, multi agujas, máquina plana de dos agujas, máquinas de lavado, secado y planchadora.

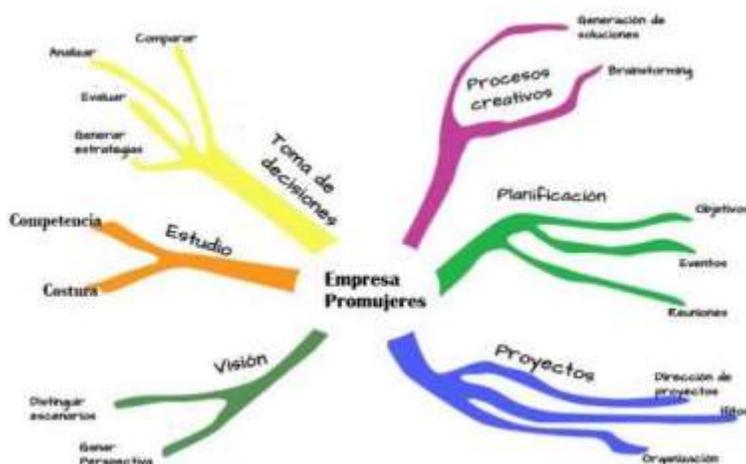
d. Mercado Objetivo: Nuestras prendas son pijamas destinadas exclusivamente a mujeres adolescentes y adultas ya que manejamos variedad de estilos y tallas a partir de la XS en adelante. La idea es comercializar nuestros pijamas a las mujeres de la ciudad de Bucaramanga, pero también el objetivo es expandirnos y hacernos conocer a nivel nacional e internacional con ayuda del uso de publicidad en las redes sociales y página web.

Modelo De Desing Thinking

Mapa Mental

El mapa mental es una herramienta que sirve para ayudar al desarrollo de un pensamiento y sus posibles conexiones con otros. Favorece la fluidez de ideas, ya que la mano y la mente trabajan juntas, apoyándose esta última por la herramienta visual.

Figura 6. Mapa mental empresarial



Fase De Empatía

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades, es por esto que comprendemos la situación por la que atraviesan las mujeres cabeza de hogar, en donde han sido confrontadas con múltiples procesos que han cambiado su realidad, en la mayoría de los casos se enfrentan a la transición de una familia patriarcal a una de jefatura femenina, lo que implica que tenga que cumplir roles a los cuales no se habían enfrentado, donde afectan factores como el desplazamiento, la optación a un nuevo territorio, la violencia, el desempleo, ser proveedora de su familia, entre otras. Esto puede deberse a que muchas mujeres

deciden tener un hijo y responder solas por él, se separan de su pareja, el padre de sus hijos no responde o por la muerte de sus parejas.

Tomar dicho rol, no esta tarea fácil, si bien presenta mejoras importantes en relación con el derecho a la educación, sigue mostrando condiciones de desigualdad en relación con los hombres. Por ejemplo, la tasa de desempleo entre las mujeres supera ampliamente a la de los hombres. Entendemos que la realidad a la que se enfrentan estas mujeres es una realidad con obstáculos más no con oportunidades.

Tal como describe el método Design Thinking: Debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades. Entendemos muy bien las situaciones por las que atraviesan y pensando en mejorar y dar calidad de vida a estas mujeres, decidimos crear un proyecto llamado confecciones promujeres.

Fase de Definición

En esta etapa nos basamos en la necesidad laboral que tienen las madres cabeza de hogar, ya que aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Recopilando datos, entendemos que la falta de oportunidad laboral ocasiona una brecha entre la sociedad, ya que estas madres no tienen forma de poder cubrir sus necesidades básicas como lo son: pagar un arriendo, llevar alimentación a sus hijos, poder suplir las necesidades básicas personales, llegando a ocasionar en muchas mujeres un estado anímico de depresión-tristeza.

Otro punto importante, es que a estas mujeres tener toda la carga, muchas de ellas no pudieron tener educación o aprender un arte para defenderse laboralmente, esto difiere de las oportunidades laborales de las que carecen.

Fase Ideación

Usamos la herramienta llamada Mapa de Oferta cuyo objetivo es sostener la conversación sobre la funcionalidad de una solución mediante herramientas visuales. Este mapa consiste en plasmar de forma visual las diferentes funcionalidades que un producto o servicio ofrece a un usuario final. Esto ayuda a sostener el diálogo sobre posibles mejoras de una solución, o su explicación final.

Fase Prototipado: Técnica Impact Mapping

Impact Mapping es un método sencillo, pero tremendamente eficiente para realizar una planificación estratégica de forma colaborativa y visual. ¿Es un mapa mental construido durante una discusión facilitada, buscando las mejores respuestas a cuatro preguntas consecutivas, Why?, Who?, ¿How?, ¿What? Esta técnica ideada por Gojko Adzic nació dentro del mundo del software, pero se puede aplicar en cualquier ámbito. Técnica sugerida por David Jiménez Sánchez.

Tabla 3. *Técnica Impact Mapping*

Objetivo	¿Quiénes?	¿Cómo?	¿Qué?
Como empresa queremos generar un impacto social positivo a la comunidad, contribuir con la calidad de vida y bienestar aumentando las oportunidades para las	La empresa está compuesta principalmente por los empleadores y empleados que hacen parte del talento humano divididos en: - El	Impacto social: Generación de empleo a mujeres cabezas de hogar desempleadas y víctimas de desigualdad de género.	Generación de empleo en distintas áreas de la empresa, en especial, en el área de producción. Capacitar a las mujeres que se han seleccionado

Objetivo	¿Quiénes?	¿Cómo?	¿Qué?
<p>mujeres cabeza de hogar y hacerles ver que contribuyen al mundo laboral y que sus oportunidades siguen. Todo esto por medio de este proyecto en el cual se podrán desempeñar laboralmente y cumplir todos los objetivos ya sea de manera directa o indirectamente.</p> <p>Además del impacto social y económico que se quiere lograr, queremos ofrecer un</p>	<p>director - La gerencia general - Área de producción: Esta área está subdivida por los siguientes departamentos: de mantenimiento.</p> <p>1. de producción y, 2. de almacén. - Área de comercialización: Está subdividida por los departamentos de:</p> <p>1. ventas y 2. publicidad.</p> <p>- Área de administración: Esta área está subdividida por dos departamentos:</p> <p>1. contabilidad: tesorería; y 2. compras: personal</p>	<p>Económico: Contribuir en la calidad de vida de muchas familias remunerando correctamente el trabajo de cada uno de los empleados.</p> <p>Educativo: Brindar capacitaciones a los empleados que no tienen conocimiento de este tipo de procesos productivos para que puedan cumplir sus responsabilidades laborales de manera eficiente. Además, obtendrán experiencia y con el transcurrir del tiempo perfeccionarán sus habilidades.</p>	<p>para hacer parte del talento humano de la empresa. Invertir de manera inteligente en la empresa.</p> <p>- Implementar los factores innovadores en la producción.</p> <p>Ofrecer un servicio de atención al cliente de calidad.</p> <p>Mantener los estándares de calidad en la fase productiva.</p>
			<p>Velar por la satisfacción de los clientes.</p>

Objetivo	¿Quiénes?	¿Cómo?	¿Qué?
producto de calidad y satisfactorio para nuestros clientes para crecer como empresa y seguir ayudando a muchas mujeres colombianas.			

Fase De Testeo: Elevator Pitch

El "Elevador Pitch", o "discurso del ascensor" se llama así porque nació de un reto: Si te encuentras al CEO de una empresa en el hall de un rascacielos, y ves que va a tomar el ascensor, debes subirte tú también y convencerle en el tiempo que el ascensor tarde en llegar a la última planta, para que te invite a su despacho y puedas seguir hablándole de tu proyecto. Tienes que convencer en menos de 2 minutos. Para ello, debes crear un discurso en el que digas cuáles son: tu cliente objetivo, la necesidad que vas a resolver, el nombre de tu producto, su categoría, su beneficio clave, y qué lo diferencia de la competencia.

Tabla 4. Elevator Pitch

Elementos	Características	PITCH
Público Objetivo:	Mujeres entre 18 a 50 años y niñas entre los 1 a 17 años,	A las niñas y mujeres mientras están en su casa les gusta sentirse cómodas y a la vez, bonitas. Por
Necesidad o problema:	Producción de pijamas cómodas y auténticas para mujeres.	esto, confecciones promujeres produce pijamas de gran variedad de

Elementos	Características	PITCH
Nombre del producto:	Confecciones Promujeres	estilos y telas para todas las niñas y mujeres de cualquier talla y edad.
Categoría:	Producción de prendas.	Además de ser pijamas de excelente calidad y económicas debido a que
Beneficio clave:	Comodidad y a la vez, original y auténtico.	tenemos un sistema de producción óptimo y eficaz, el cliente puede personalizarla y elegir el tipo de tela
Diferenciación:	Económico, puede ser personalizado por el cliente y es fabricado por mujeres cabezas de hogar.	y modelo que desea obteniendo una prenda auténtica y original fabricada por mujeres cabezas de hogar.

Estrategias de Mercadeo

Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado.

Las prendas están diseñadas por expertos en moda que poseen conocimientos actualizados sobre las tendencias nuevas.

Las telas son de alta calidad, brindamos la seguridad de que son prendas que tienen una vida útil alta debido a la excelente composición de sus propiedades y la calidad de ellas.

Manejamos en la etapa de producción manejamos maquinarias altamente capacitadas para realizar la confección de las telas de acuerdo con los diseños dejando finalmente un acabado resistente y de calidad.

Manejamos precios exequibles y justos, acorde a la calidad de prenda que fabricamos, uno de nuestros objetivos es confeccionar pijamas que independientemente de sus estratos sociales las personas puedan adquirirlas teniendo la seguridad de que su compra es de calidad y cumple con la relación de calidad-precio.

La presentación de su empaque es especial, manejamos bolsas y cajas personalizadas con nuestro logo junto a un mensaje de aprecio y agradecimiento con el fin de proteger el producto, además, hacerlo visualmente atractivo y agradecer a nuestros clientes por la confianza y la compra.

Debido a que nuestras prendas pueden ser personalizadas según la elección del cliente, esto hace que sean auténticas y originales.

Además de tener punto físico, hacemos uso de plataformas digitales como página web, cuenta de Instagram, Facebook y WhatsApp, también líneas telefónicas mediante las cuales los clientes y futuros clientes pueden contactarse para realizar sus pedidos. Contamos con suficiente

personal de recurso humano para ofrecer una atención inmediata o en el menor tiempo posible a través de los puntos de atención.

El uso de las pijamas es de alta demanda debido a los beneficios que conlleva vestir este tipo de prendas como permitir que el cuerpo se relaje y sentirse cómodo. Además de esa comodidad, las pijamas que fabrica confecciones promujeres brinda el beneficio de la autenticidad y personalidad en cada una de las prendas.

Grupo Objetivo

El grupo objetivo de mercado del proyecto es la comunidad de género femenino (adulto-infantil) colombianas, especialmente residentes en el departamento de Santander entre edades de 1-17 años y 18-50 años. Manejamos tallaje infantil desde la 4 hasta la 16 y para mujeres adultas desde la XS hasta la XXL.

Debido a que las pijamas son una prenda diaria usada por todas las personas, en nuestro caso es un producto designado a un grupo objetivo que son todas las personas de género o sexo femenino las cuales su tallaje esté entre las que manejamos y que, principalmente, usen este tipo de vestimenta. En cuanto a la capacidad de compra, nuestros precios son económicos y razonables así que cualquier persona que tenga un ingreso mínimo pueden adquirir el producto.

a. Segmentación: La segmentación de la empresa se realiza teniendo en cuenta las siguientes variables:

b. Demográficas Edad: Analizando las características y funciones que ofrece el producto se definió un rango de edad, dividida en dos etapas, la etapa de la infancia que está entre 1-17 años y la adultez, entre 18-50 años. En estos rangos la mayoría de las edades tiene hábitos

tecnológicos y económicos que son importantes para poder comprar, en especial el uso de internet, redes sociales y el impulso de comprar ropa.

c. Sexo: El producto está diseñado solamente para personas de género y sexo femenino, ya que las mujeres son más interesadas en este tipo de prendas que los hombres.

d. Geografía: La empresa está ubicada en la ciudad de Bucaramanga, Santander, Colombia, pero también con ayuda de las redes sociales e internet hay más posibilidades de cumplir el objetivo de extenderse y abarcar a nivel nacional en otros sectores del país y comercializar el producto a más alcance.

e. Psico Grafías: Clasificando a los consumidores en base a su personalidad y gustos, si son sensuales serias, alegres, conservadoras, relajadas, maduras, infantiles, depende de su personalidad hay pijamas con las que podrán identificarse y comprar.

Identificar la Competencia

a. Pijamas Lindos Sueños Está ubicada en Bucaramanga, Santander. Cra 33 #107-14 Local 204. Se dedica a la confección de pijamas para bebés, mujeres y hombres.

b. Pijamas En Bucaramanga Sexyfem Sexyfem ofrece una línea de Pijamas en Bucaramanga que le dan comodidad a tu vida dejando salir lo más sexy de ti. Son fabricantes de pijama para mujeres. Está ubicada en Floridablanca y Bucaramanga.

c. ii. Luz Marín Pijamas Diseñadora y fabricante de pijamas de todo tipo para mujeres, hombres y niños.

d. Pijamas Valeth Fabricantes de pijamas para Mujer, Hombre y Niños en Algodón; Satin, desde la talla 2 a la XXXL. Ubicados en Cra. 33 #52-49, Bucaramanga, Santander.

- e. Malala Pijamas Fabricantes de pijamas de todo tipo para mujeres, hombres, niños y bebés. Está ubicada en Cra 32D # 17-47 - San Alonso, San Gil, Santander.
- f. Pijamas Zaymi Es una empresa familiar fundada en el año 2000 es hoy en día uno de los líderes en el mercado de pijamas. Ubicada en CC Sanbazar, Bucaramanga, Santander.
- g. Pijamas Danielandres S.A.S La empresa Pijamas Daniel Andrés S A S se encuentra ubicada en la localidad de Bucaramanga, en el departamento de Santander. el domicilio social de esta empresa es carrera 17 33 27 lc 122 123. Fabricantes de pijamas de algodón para mujeres, hombres, niños y niñas.

Aliados Clave del Modelo de Negocio

Los aliados clave de un modelo de negocio se pueden identificar como personas, proveedores, empresas, redes de contacto u organizaciones de carácter público o privado que tiene relación directa con las actividades económicas del emprendimiento. Mediante los cuales se puede obtener beneficios mutuos que ayudan tanto al correcto funcionamiento de la empresa como al crecimiento de esta.

Teniendo en cuenta el anterior concepto, identificamos los aliados claves de nuestro modelo de negocio del proyecto de emprendimiento llamado confección promujeres y, son los siguientes:

- a. Mensajería Punto Ágil Express Bucaramanga Es una empresa de domicilio ubicada en el centro de Bucaramanga que presta el servicio en la ciudad y en toda su área metropolitana. El coste de adquirir vehículos, mantenerlos en buen estado y contratar personas para llevar a cabo el trabajo de entregarle al cliente su producto en buen estado a su lugar de domicilio o

donde se encuentren es mucho mayor al contratar una empresa eficiente que se encargue de despachar los pedidos.

b. Inter Rapidísimo Es una empresa de transporte de mensajería que trabaja para unir a toda Colombia a través de un ecosistema logístico y de comercio electrónico.

Debido a que nuestro objetivo no es solo comercializar nuestro producto en Bucaramanga y en su área metropolitana, sino extendernos a nivel departamental y nacional, es necesario crear una alianza con una empresa logística y eficiente para la realización de envíos a nivel nacional. Este aliado clave es uno de los más importante para lograr un nivel de alcance mayor de clientes y aporta significativamente en el crecimiento de la empresa.

La existencia de las relaciones con las empresas nombradas anteriormente genera una reducción grande en costos operacionales, optimiza el tiempo y esfuerzos en la parte de servicio de la empresa.

I. Casa Textil

Es una empresa textil ubicada en Bogotá con más de 40 años de experiencia en el mercado nacional distribuyendo textiles de calidad a todos los rincones del país, con más de 1.000 productos nacionales e importados reconocidos por sus bajos precios y alta calidad.

Casa textil es nuestro proveedor más importante ya que nos suministra materia prima la cual es de excelente calidad, económica y nos ofrece garantía de satisfacción, debido a que son fabricantes de gran variedad de telas están todas las que necesitamos para la elaboración de las pijamas, estas son: tela de tipo franela, franela estampada, satín licrado, algodón, algodón ligero, piel de durazno y encajes. Además, gracias a que adquirimos en gran cantidad y variedad de sus productos, los precios son más económicos.

Hacer que el proveedor más importante de la empresa, en este caso es el que nos suministra las telas, sea un aliado clave para nuestro negocio significa poder obtener esta materia prima a menor precio por medio de acciones estratégicas y que al final el beneficio sea mutuo. Al ser esto realidad, los costos de producción de materia prima directa disminuirán y como consecuencia, la utilidad de ganancia incrementaría.

II. Domicilios Y Mensajería - Multirapidos Bucaramanga

Es una empresa transportadora de domicilio ubicada en Avenida los Búcaros # 3 155 Ciudadela Real de Minas, Búcaros, Bucaramanga, Santander. Esta empresa ofrece su servicio en la ciudad de Bucaramanga.

III. Servientrega

Una de las empresas logísticas líderes en el país, ofrece en la mayoría de las ciudades del país servicios de transporte, entrega y logística. Además de ser eficiente, su logística es física y también digital, es decir, los clientes pueden tener seguimiento de sus pedidos y de esta manera se convierte en una empresa confiable.

Volver aliados claves este tipo de empresas logísticas es de gran utilidad para la empresa ya que realizar el proceso de transporte y logística es costoso por lo que hay que adquirir vehículos, conservarlos en buen estado, el gasto del combustible y el pago a los empleados que se encargan de este proceso, todo esto aumenta los costos operacionales del proceso; así que, subcontratar a una empresa que pueda hacerlo de manera eficiente es una buena estrategia y las dos partes resultan beneficiadas.

Acciones de Cooperación

Las empresas Confecciones Promujeres le delega los procesos logísticos a Servientrega y Multirapidos Bucaramanga, son empresas confiables y eficientes entonces nuestros clientes tendrán la seguridad de que su pedido llegará a su domicilio en perfecto estado y con garantías. Estas empresas se benefician de igual manera ya que es seguro que nuestra empresa se convertirá en cliente fijo y por lo tanto, tendrán ingresos fijos. Por medio de esta acción las dos partes resultan beneficiadas y los clientes satisfechos que es el principal objetivo.

Nuestros distribuidores hacen parte de los socios claves más importantes para la empresa por lo tanto que ellos adquieran al por mayor nuestros productos es de gran beneficio. Por consiguiente, una acción de cooperación para beneficiarlos de igual manera es designar precios al por mayor económicos permitiendo que ellos obtengan buenas ganancias.

a. Distribuidoras: Los distribuidores mayoristas o minoristas son socios intermediarios que se dedican a la compra y venta de los productos adquiridos con precios al por mayor, es decir, se dedican a comercializar los productos que nos compran. Es de gran beneficio para nuestra empresa ya que potencializa el alcance de nuestro producto porque más personas podrán adquirirlos.

b. Distribuidores Mayoristas: Los distribuidores mayoristas de nuestros productos son agentes intermediarios que se dedican en comprar y vender los pijamas al por mayor a otras empresas mayoristas quienes también comercializan al por mayor, y minoristas quienes venden el producto al detal. Este tipo de relaciones permite que nuestro producto se potencialice en el mercado debido a que el alcance de venta se multiplica y más clientes lo adquirirán.

Acciones de Cooperación como Alianzas Estratégicas

Las estrategias de cooperación son vínculos que nos permite como organización unirnos a otras empresas, donde existe cierto grado de intercambio y obtención de beneficios para cada una de las partes con el fin de fabricar y distribuir nuestro producto.

Realizar contratos con los entes de mensajería y envíos, donde se acuerde que las empresas confecciones promujeres solamente requerirá los servicios que ellos ofrecen, es decir, todos los envíos y domicilios que la empresa tengan que hacer las empresas Mensajería Punto Ágil Express Bucaramanga e Inter Rapidísimo serán los encargados de llevar el pedido realizado por los clientes a su lugar de domicilio. De esta manera, estas dos empresas prestadoras de servicio de transporte se benefician ya que tendrán ingresos fijos, y además, nuestra empresa reduce costos operaciones y a la vez los clientes estarán satisfechos.

Genera alianzas estratégicas con nuestro proveedor, Casa textil, nos permite reducir costes y mejorar los niveles de calidad en nuestros productos. Acordar obtener sus productos al por mayor de manera constante, en gran cantidades y variedad, y ellos nos ofrece descuentos.

Estrategias De Mercado

- Estrategia de comunicación
- Estrategia de Posicionamiento
- Estrategia de Diferenciación
- Además, Social Media: deberá describir la estrategia y acción desarrollando los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social
- Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo

- Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados:
- Imagen de marca y slogan
- Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.
- Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.
- Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.
- Vincular al Wix el blog que debe contener las acciones seleccionadas a aplicar en el proyecto de emprendimiento social.

Estrategia de Comunicación

Desarrollar una propia página web de la empresa y un aplicativo para que el cliente seleccione los productos que quiere comprar y la opción de realizar el pago en línea. En esta página se encontrará todos los estilos de pijamas que manejamos, con la información del tipo de tela y precio. Como también está la opción de personaliza, el cliente puede realizar un pedido y especificar las características.

Para la atención al cliente, además del punto físico y líneas telefónicas, se manejará la comunicación a través de mensajes por la aplicación de WhatsApp, Facebook e Instagram, en las cuales habrá una mejor interacción y comprensión entre el encargado de las ventas y el cliente.

Estrategia de Posicionamiento

Incluir el logo y nombre de la empresa en cada presentación del producto. Usar marquillas en las diferentes presentaciones cuando se empaca el producto, la etiqueta de la prenda debe tener el logo, el título y la descripción de las condiciones de uso y protección de la prenda.

Estrategia de Diferenciación

Ofrecer la opción a cliente de personalizar su producto con el diseño y color disponibles, además, puede elegir su estampado. Esta estrategia se lleva a cabo con el fin de que el cliente obtenga una prenda auténtica y original.

Social Media

La estrategia social consiste en crear una relación más estrecha entre empresa-cliente por medio de las redes sociales. Para llevar a cabo lo anterior, se implementan las siguientes acciones:

Publicar fotos de modelos usando pijamas: El propósito de esta acción es permitir que los clientes puedan observar cómo lucen las pijamas y es importante que las modelos sean de diferentes tallas para incluir, en general, a todas las posibles clientes, estas fotos se publican en las redes sociales y en la página web.

Subir contenido de fotos de los estilos y diseños que se realizan: El propósito de esta acción es permitir que los clientes puedan ver los productos cada vez que ingresen a la red social.

Por medio de encuestas en historias o comentarios en publicaciones, recopilar opiniones y sugerencias de los clientes: El objetivo de esta acción va relacionada directamente con el deber de satisfacer a los clientes, ya que tenemos en cuenta las opiniones y sugerencias sobre nuestro servicio y del producto en general, todo esto se lleva a cabo con el fin de mejorar.

Imagen de la Marca Y Slogan

Figura 7. Slogan: *“luce tu poder femenino con comodidad”*



Fuente: Elaboración propia

Presentación del enlace del Wix con todos los elementos solicitados:

- i. Imagen de marca y slogan
- ii. Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.
- iii. Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.
- iv. Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.
- v. Vincular al Wix el blog que debe contener las acciones seleccionadas a aplicaren el proyecto de emprendimiento social.

<https://confeccionespromuj.wixsite.com/website>

Vinculo blog: <https://econfeccionespromujeres.blogspot.com/2021/10/laestrategia-social-media-tiene-el.html>

Vinculo twitter: <https://twitter.com/CPromujeres>

Vinculo Instagram: <https://www.instagram.com/confeccionespromujeres/>

Vinculo Facebook: [https://www.facebook.com/Confecciones-Promujeres-](https://www.facebook.com/Confecciones-Promujeres-106173388537334)

106173388537334

Proyección Operativa Y Financiera

Recursos Operativos

Tamaño del proyecto y descripción de la capacidad instalada de la empresa

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

Tabla 5. *Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de medida
Área	110 metro cuadrados
% de espacio utilizado	89 metros cuadrados

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

Tabla 6. *Insumos y materia prima*

Concepto		Unidad de compra	Precio Unitario	Fuente/Proveedor
Telas	Franela	Metro	\$ 6.000	Casatextil
	Franela estampada	Metro	\$ 7.900	Casatextil
	Satín licrado	Metro	\$ 7.000	Casatextil
	Algodón	Metro	\$ 5.900	Casatextil

Concepto	Unidad de compra	Precio Unitario	Fuente/Proveedor
Algodón ligero	Metro	\$ 5.800	Casatextil
Piel durazno	Metro	\$ 5.000	Casatextil
Encaje	Metro	\$ 400	Casatextil
Hilos	Gramos	\$ 1.000	Kiloencajes
Cintas	Metro	\$ 200	Kiloencajes
Resorte	Metro	\$ 550	Kiloencajes
Broches	Docena	\$ 450	Kiloencajes
Bolsas para empacar	Centena	\$ 40.000	Samiplas
Botones	Docena	\$ 1.750	Kiloencajes

Es necesario manejar un sistema de inventario o stock para tener la información veraz de la cantidad de insumo y materia prima que entra y sale de la bodega donde se almacena los materiales antes de ser transformados para la producción de pijamas.

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

Tabla 7. *Detallada infraestructura*

Proceso	Maquinaria o recurso utilizado	Material	Descripción
Trazo	Lápiz y moldes elaborados por el diseñador	Tela	El trazo es el proceso de dibujar los moldes que componen las prendas que se van a cortar, las cuales deben tener una distribución ventajosa,

Proceso	Maquinaria o recurso utilizado	Material	Descripción
			aprovechando al máximo la tela.
Corte	Cinta de corte	Tela trazada con el diseño	Se lleva a cabo el proceso de corte de los moldes de las pijamas en un tiempo mínimo gracias a la precisión de cortes exactos que ofrece la máquina.
Confección	Máquina collarín	Tela cortada	
	Máquina para botones y ojaladora	Pijama ensamblada	Realiza ojales y enhebrar botones
	Máquina fileteador	Pijama ensamblada	Rematar el borde del tejido para evitar que se deshilache.
Lavado de pijamas	Máquina de lavado y secado	Pijama	Se llevan las prendas del área de confección a la lavandería para verificar la calidad
Estampado	Máquina termofijadora	Pijama	Se realiza el estampado personalizado a gusto del cliente
Empacar	Manualmente por el encargado	Producto	Se empaca individualmente cada pijama con sus respectivas bolsas.
Almacenaje	Manualmente por el encargado y estanterías	Producto terminado	Se almacena el producto de manera sistemática en los estantes del almacén

Proceso	Maquinaria o recurso utilizado	Material	Descripción
Despachar	Manualmente por el personal despachador	Producto terminado	De acuerdo a los pedidos y ventas, el despachador separa y envía al cliente final
Entrega al cliente	Servicio del aliado clave de logística y suministra productos en los estantes del punto físico	Producto terminado	La empresa logística aliada recoge los pedidos y los envía al lugar de domicilio o el cliente se dirige al punto físico y realiza su compra.

Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento del proyecto. Por ejemplo, tipo de maquinaria, condiciones del local es caso de ser un servicio, entre otros. Se debe hacer una proyección de la cantidad de recursos económicos y del porcentaje de aprovechamiento. Presentar la información en una tabla similar a la siguiente

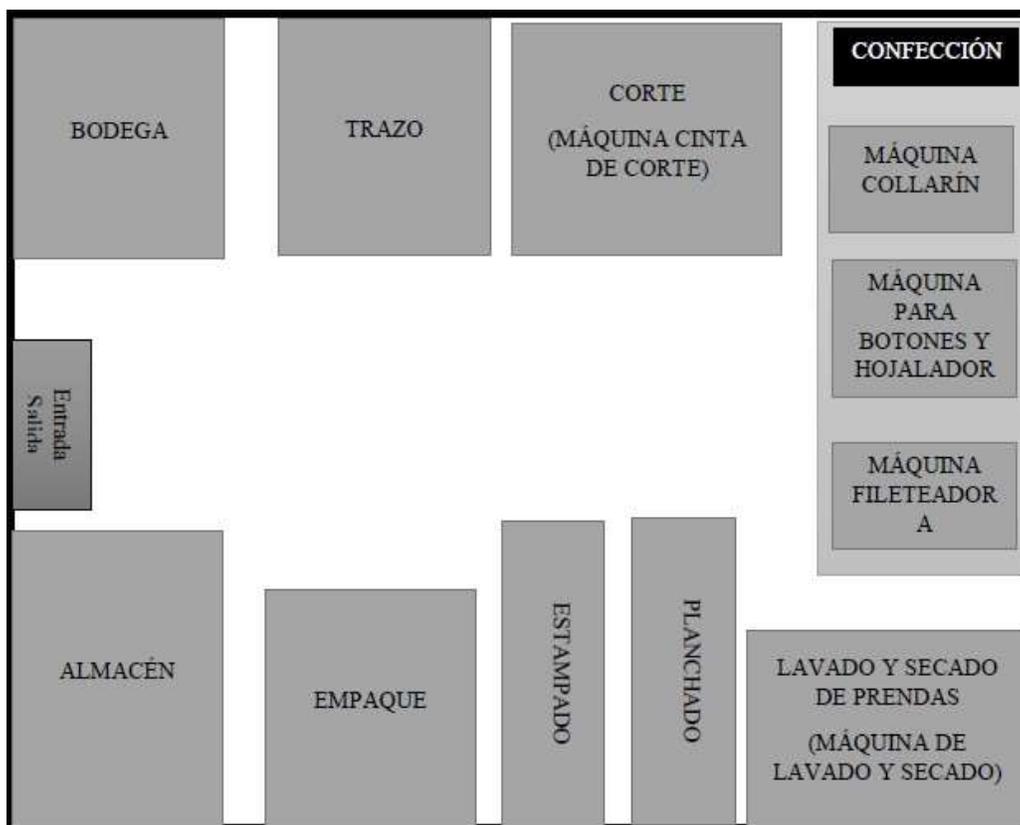
Tabla 8. *Descripción de maquinaria y elementos operativos*

Conceptos	Uso	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinarias y Equipos Operativos				
Cinta de corte	Corte de telas	2	\$ 301.000	\$ 602.000
Fileteadora	Rebordeo de pijamas	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
Máquina collarín	Confección de pijamas	2	\$ 1.900.000	\$ 3.800.000
Plancha	Planchar las telas	1	\$ 40.000	\$ 40.000
Máquina para botones y ojaladora	Realiza ojales y enhebrar botones	1	\$ 660.000	\$ 660.000

Conceptos	Uso	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinarias y Equipos Operativos				
Enhebrador de	Facilitar la puesta del hilo	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Agujas				
Guantes especial	Manejo de la cortadora	1	\$ 4.400.000	\$ 4.400.000
Máquina de lavado y	Lavar las prendas	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Secado				
Tijeras de papel	Corte de los moldes	2	\$ 2.200	\$ 4.400
Mesa de extendido	Para tender las telas	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Tijeras de tela	Corte de telas y otros	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Estantes	Ubicación de productos terminados y de materia prima	3	\$ 600.000	\$ 1.800.000
Mesas	Poner las maquinaria	9	\$ 200.000	\$ 1.800.000
Máquina termofijadora	Realizar estampados personalizados	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Total				\$ 20.225.400

6.2 Proyecciones de Distribución en Planta

Figura 8. Planta



Descripción de los Cargos

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

Jefe operacional: La persona designada para este puesto será el responsable de planear, organizar, dirigir y controlar el desarrollo de las actividades productivas, técnico administrativas, financieras y presupuestales; cumplir y hacer cumplir los lineamientos y políticas impartidas por el Directorio y el Consejo de Desarrollo Empresarial; coordinar, gestionar y supervisar el apoyo técnico financiero, así como la cooperación técnica nacional e internacional; coordinar,

supervisar y evaluar las actividades de los órganos de gestión, sistematizando su funcionamiento para el cumplimiento de los objetivos y garantizar el cumplimiento de los objetivos del Centro de Producción.

Jefe De Producción: La persona encargada del puesto de jefe de producción deberá controlar toda la producción verificando en cada área el trabajo y los materiales adecuados para logra producir bienes de acuerdo con los planes de producción con niveles de máxima calidad, utilizando con eficiencia los recursos asignados, evitando desperdicios y costos elevados.

Diseñador: El puesto de diseñador deberá realizar una creación o búsqueda de modelos, ya sea por medio del diseño propio, de revistas especializadas, de asistencia a ferias de moda o de viajes a los centros más importantes de la moda, con el único fin de cumplir con los requisitos del cliente, para dicha elaboración tomará en cuenta materiales, colores, bordados, estampados y acabados perfectos para la prenda.

Operarios De Corte: En dicho puesto el operario debe interpretar Fichas Técnicas y Órdenes de Trabajo para la organización del mismo, identificar y seleccionar útiles y herramientas adecuadas, realizar el tendido de telas, encimado, colocación de moldes y tizado correspondiente para montar y ajustar el herramental para el trabajo de corte, incluyendo la regulación, la tensión de la tela y la velocidad de corte de las herramientas.

Confeccionistas: Las personas encargadas de la confección deberán coser, armar la ropa a medida, unir piezas de tela con máquinas de coser y elaborar los determinados acabados. Por otra parte, las costureras ensamblan la ropa hecha a medida en base a los requerimientos del fabricante, diseño, tela y las medidas de ajuste. Otras tareas incluyen coser botones, cierres, hacer dobladillos y bajos, etc. De igual forma deberán confeccionar de forma oportuna y reparar

cuando corresponda, todas las piezas textiles utilizadas en la Empresa, garantizando la calidad de las unidades procesadas con la finalidad de maximizar la vida útil de las mismas.

Encargados De Lavadora De Prendas: La responsabilidad en el puesto de lavadora es el de recibir las prendas del área de confección para posteriormente llevarlas a lavandería, la persona encargada de este proceso deberá verificar si las prendas se decoloran o no tienen etiquetas; colocará las prendas en las lavadoras y procederá a lavar tomando en cuenta las cantidades de líquidos utilizados para dicho proceso, de igual forma colocar la cantidad de prendas de acuerdo a la capacidad de la lavadora, lavar las prendas en el tiempo especificado y luego colocarlas en la secadora tomando en cuenta las mismas especificaciones del lavado, secar las prendas en el tiempo determinado y entregarlas al área de empaque.

Encargados Del Estampados: Es la persona encargada de hacer estampados de muestras físicas y estampados para producciones, colaborar con el revelado de diseños, lavar y recuperar los cuadros, de igual forma es el encargado de preparar pinturas, hacer control de calidad de los estampados en las prendas. En su totalidad tomando en cuenta el manejo adecuado de los materiales que se utilizan para el desarrollo de la actividad designada en el proceso productivo.

Empacador: La responsabilidad en el puesto de empacador consiste en recibir las prendas del área de lavado para tender y planchar cada prenda, luego doblar la prenda y colocar los adhesivos de seguridad y las etiquetas en cada prenda, posteriormente empacar las prendas en fundas adecuadas y entregar al encargado del despacho de prendas contabilizando las cantidades de acuerdo con las tallas y verificando en la orden de producción.

Bodeguero: Responder por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación de los elementos y materiales entregados bajo custodia y administración, así como el inventario de

estos según normas actuales, llevando el control del material, equipo y herramienta que se tiene en bodega.

Despachador: La responsabilidad en el puesto de despachador consiste en recibir los productos empacados, clasificarlos de acuerdo con las tallas y a la categoría (primera, segunda y tercera mano), ordenar el producto y empacar en cajas para la entrega al cliente, de igual forma debe realizar el inventario de los productos sobrantes e informar al jefe de producción la entrega del pedido y los resultados del inventario.

Encargado De Ventas: El puesto de comerciante o vendedor consiste en ejecutar las acciones de comercialización de bienes y/o servicios de acuerdo con las normas establecidas por el Centro de Producción de la empresa, utilizar métodos y canales adecuados de comercialización, elaborar las nóminas de clientes actuales y potenciales para ser contactados y verificar el pedido para entrega al mismo.

Publicista Y Marketing: Principalmente, se encarga de diseñar, ejecutar y evaluar propuestas comunicativas dirigidas al público, desarrollar el proceso de la creación y producción de anuncios que componen la campaña publicitaria, analizar el mercado y proponer acciones acordes, manejar el contenido de las redes sociales, construir una identidad de marca para la organización, etc.

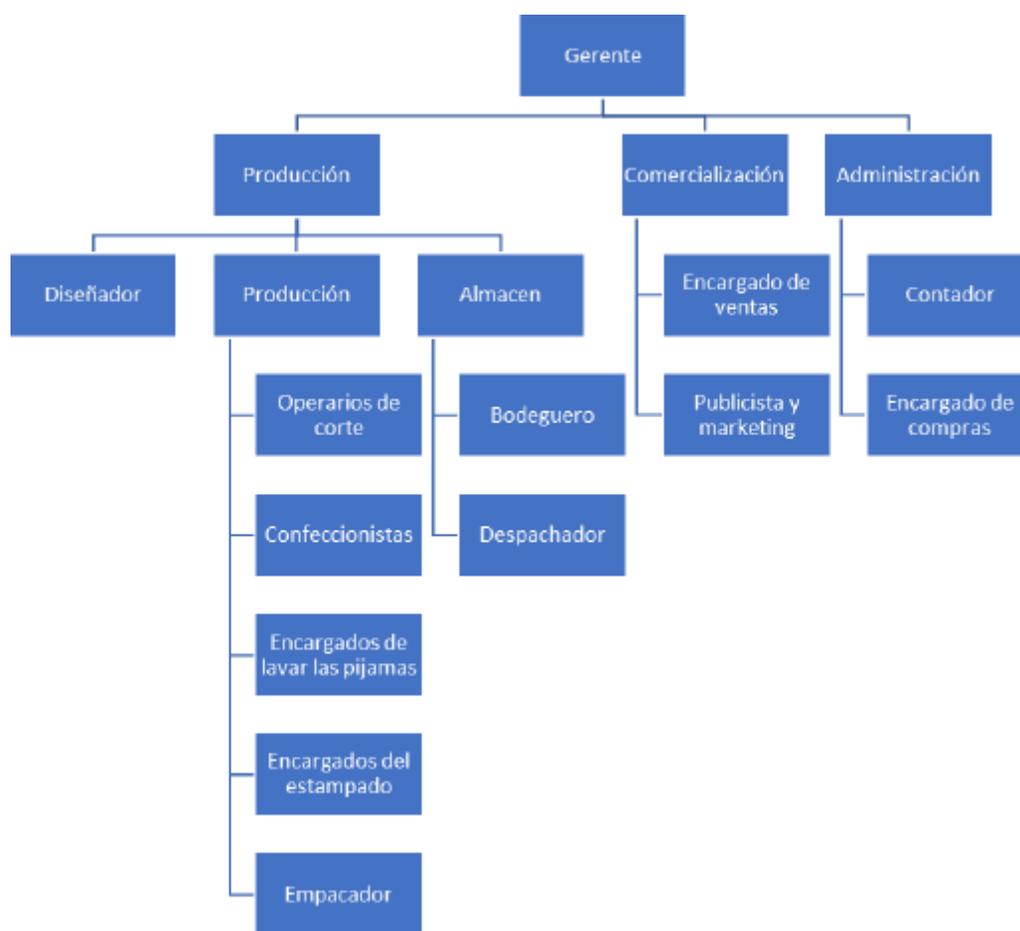
Contador: será responsable de controlar los fondos de la empresa, la cuenta de explotación, cuenta de pérdidas y ganancias, balances mensuales, cuenta de caja y bancos, salarios, comisiones, jornales, gastos desplazamiento, impuestos y retenciones, valoración por elementos de producción, seguridad social, inventariado de materiales y equipos, gastos generales: plan de valoración, imputación general, definición del coste de producto; en sí el

contador general tiene la responsabilidad de llevar toda la contabilidad de la empresa de acuerdo a los lineamientos que presenta la empresa

Encargado De Compras: La persona con el puesto de comprador será la persona encargada de la compra o adquisición de materiales e insumos para la producción y de igual manera materiales y útiles de oficina para la empresa, tomando en cuenta a los principales proveedores y el tiempo de entrega que el proveedor se demora en hacer llegar el pedido

Organigrama

Figura 9. *Organigrama empresarial*



Proyección de Sueldos

Tabla 9. Sueldos

Cargo	No. De personal	Sueldo	Aportes Parafiscales			Salario por empleado	Salario Total
			Caja Compensación				
			Familiar (4%)	ICBF (3%)	SENA (2%)		
Gerente	1	\$ 2.000.000	\$ 80.000	\$ 60.000	\$ 40.000	\$ 1.820.000	\$ 1.820.000
Jefe de producción	1	\$ 1.800.000	\$ 72.000	\$ 54.000	\$ 36.000	\$ 1.638.000	\$ 1.638.000
Diseñador	1	\$ 1.500.000	\$ 60.000	\$ 45.000	\$ 30.000	\$ 1.365.000	\$ 1.365.000
Operarios de corte	2	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 2.002.000
Confeccionistas	2	\$ 1.200.000	\$ 48.000	\$ 36.000	\$ 24.000	\$ 1.092.000	\$ 2.184.000
Encargados de lavadora de prendas	1	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 1.001.000
Encargados del estampado	1	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 1.001.000
Empacador	1	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 1.001.000
Bodeguero	1	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 1.001.000
Despachador	1	\$ 1.100.000	\$ 44.000	\$ 33.000	\$ 22.000	\$ 1.001.000	\$ 1.001.000
Encargado de ventas	1	\$ 1.300.000	\$ 52.000	\$ 39.000	\$ 26.000	\$ 1.183.000	\$ 1.183.000
Publicista y marketing	1	\$ 1.300.000	\$ 52.000	\$ 39.000	\$ 26.000	\$ 1.183.000	\$ 1.183.000
Contador	1	\$ 1.600.000	\$ 64.000	\$ 48.000	\$ 32.000	\$ 1.456.000	\$ 1.456.000

Cargo	No. De personal	Sueldo	Aportes Parafiscales			Salario por empleado	Salario Total
			Caja Compensación		ICBF (3%)		
			Familiar (4%)				
Encargado de compras	1	\$ 1.200.000	\$ 48.000	\$ 36.000	\$ 24.000	\$ 1.092.000	\$ 1.092.000
Totales	16	\$ 18.500.000	\$ 740.000	\$ 555.000	\$ 370.000		\$ 18.928.000

Descripción de Equipos de Oficina

Como su nombre lo indica se relaciona los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. En caso de ser un servicio, estarán en el numeral anterior.

Tabla 10. *Equipos de oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	5	\$ 400.000	\$ 2.000.000
Sillas de oficina	5	\$ 350.000	\$ 1.750.000
Computador	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000
Impresora multifuncional	3	\$ 1.900.000	\$ 5.700.000
Teléfonos	5	\$ 57.000	\$ 285.000
Dispensadora de agua	3	\$ 600.000	\$ 1.800.000
Muebles	3	\$ 500.000	\$ 1.500.000

Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesa larga para salón de reuniones	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Extensiones eléctricas	5	\$ 10.000	\$ 50.000
Total			\$ 21.785.000

Procesos Preoperativos

Se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.

Tabla 11. *Costos preoperativos*

Concepto	Valor
Constitución de sociedad	\$ 50.000
Certificado de uso del suelo	\$ 10.000
Registro mercantil	\$ 36.000
Certificado de existencia y representación legal a DIAN	\$ 6.200
Concepto de bomberos	\$ 50.000
SAYCO y ACINPRO	\$ 200.000
Secretaria de ambiente	\$ 90.000
Protección legal de la marca	\$ 970.000
Licencia de adecuación	\$ 500.000
Total	\$ 1.912.200

Localización

Descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto (bien o servicio) sustentando las ventajas y desventajas. Por ejemplo, vías de acceso, proximidad con los clientes, costos de los espacios, seguridad, disponibilidad de espacios, entre otros aspectos que considere claves.

Para el desarrollo del proceso de transformación, la instalación de la maquinaria y equipos, llevar a cabo la distribución de la planta y las instalaciones de las distintas áreas de la empresa se dispone un territorio ubicado en Bucaramanga, Santander, con dirección Cra 35 #156-90 Cabecera.

Ventajas:

El sector en el que está localizado es comercial y empresarial

Genera una mayor proximidad con los clientes debido a que es un sector visitado con continuidad y existe una mayor probabilidad de que los clientes se dirijan al punto físico de la empresa

Es un sector con seguridad alta y constante vigilancia por las calles

Dispone de espacios e infraestructuras amplias

Desventajas:

Los costos de arrendamiento son un poco altos

Proyecciones De Ventas

Tabla 12. *Cálculo de la demanda*

Población objetivo	50.000 F
Consumo promedio (mensual o anual)	60.000 anual
Total consumo	3.000.000
Porcentaje de captura	30%
Total demanda potencial	9.000.000

Tabla 13. *Proyecciones de ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	24.000	24.433	25.252
Enero	1900	1900	1910
Febrero	2050	2050	2200
Marzo	2050	2050	2070
Abril	1900	1900	1910
Mayo	2500	2560	2600
Junio	2100	2100	2600
Julio	1500	1502	1502
Agosto	1700	1702	1600
Septiembre	2300	2360	2400
Octubre	1300	1320	1360
Noviembre	2200	2400	2500
Diciembre	2500	2589	2600

En los meses de mayo, septiembre, noviembre y diciembre la demanda es estacionaria debido a las fechas especiales tales como el mes de la madre, del amor y la amistad, y regalos en época navideña como también por el clima que se presenta en los últimos meses del año.

1. Precio De Venta

Tabla 14. *Punto de equilibrio*

	Año 1
Total costos fijos	279.300.000
Total costos variables	516.005.000
Número de unidades	24.000
Costo total promedio unitario	33.137,71
Costo promedio unitario	11.638,01
Costo variable unitario	21.500,58
Precio de venta sin IVA	38.108
Precio de venta con IVA	45349
Margen de utilidad promedio	12.211
Punto de equilibrio en unidades	22.872

2. Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 15. *Proyecciones de ingresos por ventas*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Servicios públicos	\$ 1.680.000	\$ 24.000.000
Salarios empleados	\$16.835.000	\$ 202.020.000
Arrendamiento	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Servicio de aseo	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Total		\$ 274.020.000

Tabla 16. *Proyecciones de ingresos por venta*

	Año 1	Año 2	Año 3
Total ventas	24.000	24.433	25.252
Descuentos por ventas	20	22	23
Ventas netas	23.980	24.411	25.229
% de ventas a contado	75%	80%	81%
% de ventas a crédito	25%	20%	19%

Tabla 17. *Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)*

	Ventas esperadas miles											
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total ventas	900	050	050	900	500	100	700	300	300	500	200	500
Ventas netas	1000	049	049	900	499	100	699	299	299	450	170	500
% de ventas a contado	%0	%1	%2	%9	%7	%5	%2	%6	%7	%5	%5	%0
% de ventas a crédito	%0	%9	%8	%1	%3	%5	%8	%4	%3	%5	%5	%0

Capital de Trabajo

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula: $NWC = CA - CL$. Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los

pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

1. Remuneraciones del personal
2. Materias primas e insumos
3. Agua, electricidad
4. Alquiler local
5. Teléfono
6. Internet
7. Seguros
8. Comisiones
9. Publicidad
10. Otros

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

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total egresos	67.533.395	65.435.927	65.435.927	62.533.395	74.143.520	66.403.437	54.793.313	58.663.354	70.273.479	50.923.270	68.338.458	74.143.521
Flujo mensual (ingresos- egresos)	4.871.805	12.685.473	12.685.473	9.871.805	21.126.480	13.623.363	2.368.688	6.120.246	17.374.921	- 1.382.870	15.499.142	21.126.479

Tabla 19. Saldos acumulados

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujomensual	4.871.805	12.685.473	12.685.473	9.871.805	21.126.480	13.623.363	2.368.688	6.120.246	17.374.921	1.382.870	15.499.142	21.126.479
Flujo mensual acumulado	4.871.805	17.557.278	30.242.751	40.114.556	61.241.036	74.864.399	77.233.087	83.353.332	100.728.253	99.345.383	114.844.525	135.971.004

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

No se requiere un monto de capital debido a que el flujo mensual de los meses que parten desde enero hasta septiembre los valores es positivo, es decir, los ingresos de la empresa son suficientes para cubrir los diferentes tipos de gastos realizados. Debido a que en el mes de octubre se proyectan ventas menores, por efecto, el flujo mensual resulta ser un valor negativo, pero ya existe un flujo acumulado con el que se designará cierto valor para poder financiar el déficit.

a. Inversiones

Tabla 20. *Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 20.225.400
	Equipo de oficina	\$ 12.544.000
	Materia prima e insumos	\$ 464.405.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	\$ 550.000
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 15.000.000
	Gastos legales de constitución	\$ 1.912.200
	Marketing	\$ 2.000.000
	Arriendo	\$ 2.000.000
	Sueldos	\$ 18.500.000
Total		\$ 536.586.600

Fuentes De Capital De Inversión: para conformación del dinero necesario para empezar a operar y poner en marcha la empresa se emplean las siguientes fuentes de capital:

1. Préstamo bancario
2. Inversión personal:
 1. Venta de inmuebles
 2. Ahorros personales.

Conclusiones

Las mujeres cabeza de familia frente a la sociedad, sobreviven de manera precaria, debido, entre otros, a la ausencia de instrumentos que permitan cuantificar y cualificar la especificidad de sus necesidades, unido ello, a su bajo nivel educativo y su alejamiento de una economía que las beneficie. Hemos generado bases para poder generar un análisis al proyecto en el que me base, poder mirar desde otra perspectiva como se puede contribuir a estas mujeres y la forma en que se puede llevar a cabo, es un método minucioso en el cual se evalúan muchos puntos y en los que se busca realizar alianzas de entidades que no generen un cobro al contrario que sean benefactoras.

En el desarrollo tenemos claro el factor de innovación, el sentido de pertinencia de la organización, determinar correctamente los factores productivos que permiten la creación de un proceso productivo capaz de generar productos terminados de calidad y de manera optimizada, identificar un mercado objetivo del cual es correcto afirmar que se puede esperar una viable la adaptación de la empresa en el mercado, todo lo mencionado anteriormente es la base para que una empresa iniciando su emprendimiento avance y prospere hacia el éxito.

Buscamos por medio del el método o proceso Design thinking, mejorar nuestro proyecto y buscar soluciones en las que realmente nuestro “público objetivo” por así llamarlo, se encuentran más notables, creando resultados más cercanos a solucionar los problemas identificados. Al aprender de este método podemos observar que también lo podemos aplicar para muchos ámbitos tanto laboral como personal, y con estos resultados ideamos forma de que las ventas nos orienta a la importancia de estructurar estrategias de marketing, idear una buena estrategia de marketing nos ayuda a definir la visión, misión y objetivos comerciales, y describe los pasos que debes seguir para alcanzar estos objetivos, ya que nos proporciona un enfoque y

una dirección, identificando las mejores oportunidades al igual que las herramientas que podemos utilizar eficazmente, permitiéndonos ahorrar tiempo y dinero. Se quiere lograr construir una sólida reputación sobre nuestros productos y se lograra por medio de estrategias que permitan ganar una ventaja en medio del mercado competitivo al que nos enfrentamos. De estas estrategias se obtendrán resultados que nos permitirán alcanzar los objetivos trazados e implementar las estrategias acordadas para impulsar el proyecto en el cual hemos venido trabajando.

El desarrollo de esta actividad fue una parte importante sobre nuestro emprendimiento social en el cual venimos trabajando desde comienzos del semestre, donde comprendimos que la proyección financiera es un instrumento importante utilizado para el control y toma de decisiones a futuro de una organización, basándose en la situación financiera actual o de años anteriores con el fin de pronosticar los ingresos, gastos e inversiones que tendrá la empresa o negocio en un tiempo determinado, y con los estados financieros se realiza un diagnóstico de la situación de la compañía usando como herramientas el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos de los mismos, teniendo como conclusión que con la proyección se deben tomar las soluciones más idóneas para el porvenir de la empresa.

Se logro exponer varias alternativas para generar varios ingresos basados específicamente en un plan de marketing que promueva el aumento de clientes; pero también se propuso la reducción de costos y reducción de pasivos.

También ejecutamos que esta proyección se desarrolla de un modo resumido o más detallado según las necesidades del análisis. Así, se puede proyectar el total del activo operativo neto, o bien cada uno de los rubros; y la ganancia operativa, o bien cada ítem relevante de

ingresos y costos operativos y se tuvo en consideración las consecuencias que tienen las decisiones operativas y financieras la política comercial y de producción.

Bibliografía

- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre
- Bassi, C. (2013). Ejercicio físico con máquinas: ¿una práctica saludable? EROSKI CONSUMER.
- Carlos, P. S. (2017). Emprendimiento, conceptos y plan de negocios. México: Pearson educación.
- Cltilde Hernández Garnica, C. A. (2017). fundamentos de marketing. México: facultad de contaduría y Administración división de investigación. Obtenido de <http://www.ebooks7-24.com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/?il=4404&pg=35>
- De Barrera Ernesto. La empresa social y su responsabilidad social. Revista Innovar. No. 30, abril 2007. ISSN: 0121-5051. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>
- Gary Arsmtrong, P. K. (2017). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.
- Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012. ProQuest Ebook Central. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>
- Juárez, F. (2018). Principios deel Marketing. Universidad Del Rosario.
- Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-_5IVg83w

- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Mestre, M. S. (2015). Marketin: conceptos y estrategia 6ta. edición. Difusora Larousse-Ediciones Piramide.
- Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Millennials, los que más asisten a gimnasios en Colombia. (2019). Potafolio.
- Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>
- Paús, F., & Macchia, L. (2014). Marketing Viral en medios sociales: ¿Qué contenido es más contagioso y por qué? Ciencias administrativas, (4), 67-82.
- Pérez, S. G. (2016). Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación (pp.31-100). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.5102422&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Ramos, E. M. (1992). El uso de los medios de comunicación en marketing y publicidad (Vol. 8). Ediciones AKAL. <https://designthinking.es/inicio/index.php>