

Transformar Moda Proyecto de Emprendimiento Social

Estudiantes:

Marcela Suarez González

Milena Fajardo Merchán

Luz Angela Páez Beltrán

Edwing Santiago Mazo

Deiscy Cicuamia

Tutora: Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, contables, económicas y de negocios

Diplomado de profundización para las tecnologías del marketing

para el emprendimiento social

Junio 2023

Resumen

"Transformar Moda" es un proyecto emprendedor con un enfoque social, sostenible y sustentable, que tiene como objetivo abordar la pobreza en la localidad de Bosa. que busca ofrecer oportunidades de desarrollo a las madres cabeza de hogar a través de un modelo de negocio innovador en el sector textil. Se basa en la reutilización de prendas usadas, con las que se fabrican productos de lencería para el hogar de alta calidad, generando empleo y contribuyendo al desarrollo integral de la comunidad. Para lograrlo, se implementarán estrategias de marketing que permitan diferenciarnos de la posible competencia y posicionar el producto en el mercado. Así mismo, se establecen alianzas estratégicas con clientes claves y se utilizan diversos canales de comunicación para promover la marca y los productos.

El proyecto se llevará a cabo en varias etapas, comenzando con la recolección de prendas usadas, donadas por la comunidad, se obtiene el respaldo de las autoridades locales y se establece un centro de acopio, donde se contrata personal que facilita el proceso de transformación y se busca ampliar nuestro segmento de mercado hacia nuevos clientes en el sector de la confección, además se contribuye a la lucha contra el cambio climático y se fomenta a la sostenibilidad medioambiental. Esperamos que el impacto sea significativo en la comunidad, fortaleciendo la autonomía económica y mejorando la calidad de vida de cada individuo.

Palabras Claves: Innovación social, emprendimiento social, proyecto social, impacto transformador, innovación transformadora.

Tabla de contenido

Resumen.....	2
Introducción	11
Objetivos.....	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos	13
Formular la Problemática Social.....	14
Límites	15
Problemática para Solucionar	15
Objetivo Social.....	17
Caracterización de la población.....	19
Modelo de negocio sostenible.....	20
Innovación Transformadora.....	21
Población beneficiada	22
Valor social y modelo de negocio.....	23
Modelo Design Thinking	24
Empatizar	24
Definición	25
Ideación.....	27

Prototipar.....	29
Testeo	30
Propuesta de valor.....	32
Socios Claves	32
Actividades Claves	32
Recursos Claves	32
Propuesta de Valor	32
Relación y segmentación con el cliente	32
Canales	33
Estructura de Coste	33
Fuentes de Ingreso	33
Diseñar Estrategias de Marketing	35
Atributos y beneficios del producto.....	35
Marca, Imagen y Slogan	36
Grupo objetivo del proyecto	37
Segmentación	38
Segmento Geográfico.....	38
Segmentación Demográfico.....	38
Segmentación Conductual	39

Segmentación Psicográfica	39
Identificar la competencia.....	39
Textiles JJ Telas S.A.S	39
Decofabrics	39
Ocean Blue Home	40
Dukassa	40
Identificar los aliados clave.....	41
Proponer estrategias de Mercadeo	42
Creación de contenido de calidad	42
Uso de las redes sociales.....	42
Email Marketing	42
Publicidad en línea	42
Estrategia de comunicación	43
Estrategia de Posicionamiento	43
Estrategia de Diferenciación.....	44
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....	44
YouTube	44
Facebook.....	44
Twitter.....	44

LinkedIn.....	45
Link Pagina Web.....	45
Proyección operativa y financiera.....	49
Tamaño del proyecto	49
Disponibilidad de insumos.....	49
Descripción de maquinaria	50
Máquinas planas	50
Máquinas Fileteadoras	50
Máquinas Cerradoras	50
Máquina contadora de metros o unidades.....	50
Realizar las proyecciones de distribución en planta	54
Personal Administrativo	55
Gerente General	55
Secretaria General.....	55
Personal Operativo.....	55
Jefe de producción	55
Operativos.....	55
Equipos de oficina	57
Procesos preoperativos	57

Ventajas y desventajas de la localidad.....	60
Proyecciones de ventas	60
Proyecciones ingresos por ventas	65
Capital de trabajo	66
Inversiones	70
Conclusiones	71
Bibliografía	73
Anexos	77
Encuestas.....	77
Carta Aval	86
.....	87

Lista de Figuras

Figura 1 Ubicación.....	14
Figura 2 Reutilización y Transformación Textil.....	16
Figura 3 Índice de Pobreza	17
Figura 4 Medición Población.....	19
Figura 5 Porcentaje de Hogares	20
Figura 6 Matriz DOFA.....	24
Figura 7 Personas.....	26
Figura 8 Ideación	28
Figura 9 Prototipar	29
Figura 10 Apuntes de Testeo	30
Figura 11 Marca, Imagen y Slogan.....	36
Figura 12 Pagina Web.....	45
Figura 13 Link Pagina Web	46
Figura 14 Información Transformar Moda.....	46
Figura 15 Productos	47
Figura 16 Contáctanos	47
Figura 17 Información Ubicación	48
Figura 18 Boceto Empresa.....	54

Figura 19 Organigrama	56
Figura 20 RUT	57
Figura 21 Cámara de Comercio	58
Figura 22 Hilo Universal	58
Figura 23 Papelsa	59
Figura 24 Ubicación.....	59

Lista de Tablas

Tabla 1 Modelo de Negocio.....	34
Tabla 2 Aliados y Acciones Estratégicas.....	41
Tabla 3 Capacidad instalada	49
Tabla 4 Descripción de Maquinaria.....	54
Tabla 5 Sueldos.....	56
Tabla 6 Descripción de Equipos	57
Tabla 7 Calculo de la Demanda.....	61
Tabla 8 Proyecciones de Ventas	62
Tabla 9 Precio de Venta.....	62
Tabla 10 IPC	63
Tabla 11 Punto de Equilibrio	63
Tabla 12 Costos Fijos	64
Tabla 13 Costos Variables	64
Tabla 14 Proyecciones de Ventas Mensuales	65
Tabla 15 Proyecciones de Ventas Anuales	66
Tabla 16 Flujo de Caja.....	69
Tabla 17 Inversión Total.....	70

Introducción

“Transformar Moda”, es un emprendimiento social, sostenible y sustentable, el cual se plantea como opción para disminuyendo la problemática identificada en la localidad de Bosa, con el objetivo de analizar la información y comprender mejor los conceptos de lo que es un emprendimiento social y cómo llevarlo a cabo, contrarrestando la pobreza, brindando así elementos para un mejor desarrollo y crecimiento integral, en este caso para madres cabeza de familia, obteniendo como resultado un modelo de negocio diferente que permita potencializar el consumo textil a través de un proceso transformador e innovador y dando cumplimiento con los objetivos sociales propuestos.

Lo que se busca con el desarrollo de este proyecto es dar a conocer puntos claves que nos permita compensar las desventajas de la población vulnerada, favoreciendo el medio ambiente y logrando un desarrollo psicosocial a favor de la comunidad en un periodo de tiempo determinado, priorizando la propuesta de valor social como plan estratégico en nuestro modelo de negocio.

Posteriormente se realizará la propuesta de valor, en el cual se aportarán ventajas considerables dando a conocer a los interesados o posibles clientes nuestros productos como lo es la lencería para el hogar, lo que queremos ofrecer con el desarrollo de nuestro trabajo es brindar oportunidades de crecimiento económico, social e integral, que garantiza el éxito y el beneficio de nuestro proyecto, mediante convenios comerciales con clientes claves y estratégicos que nos ayuden a hacer reconocidos por nuestro trabajo de calidad minimizando las dificultades sociales en un periodo de tiempo determinado.

Se identificarán las estrategias de marketing a aplicar en nuestro emprendimiento, teniendo en cuenta sus atributos, marca, imagen, segmentación de mercado, posibles competidores, aliados estratégicos, canales de comunicación, posicionamiento, diferenciación, entre otros.

Finalmente se proyectará los recursos operativos y financieros necesarios para la propuesta de nuestro emprendimiento social “Transformar Moda”, en el cual se identificarán las instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción, precio y proyecciones de ventas, capital de trabajo e inversiones, esto con el fin de poder calcular cuál será las ganancias y resultado de nuestro proyecto.

Objetivos

Objetivo General

Consolidar y estructurar la propuesta de emprendimiento social como respuesta a la problemática identificada, con componentes innovadores, a partir de una propuesta de valor social, que promueva la ejecución y consecución mediante planes estratégicos y programáticos

Objetivos Específicos

Identificar la problemática a trabajar en la localidad de Bosa, que nos permita optimizar nuestro proyecto social, teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo social que brinde beneficios a la comunidad y a la población vulnerable

Reconocer los planes estratégicos para sostenibilidad y sustentabilidad de nuestro proyecto teniendo en cuenta las etapas diferenciales del modelo de negocio que nos permite dar a conocer una propuesta innovadora.

Diseñar estrategias de marketing consolidadas, que permitan tener un reconocimiento y diferenciación ante nuestros posibles competidores, a su vez analizar el enfoque financiero y operacional que garantice la viabilidad de nuestro emprendimiento social.

Formular la Problemática Social

Bosa es la localidad No. 7 del Distrito Capital de Bogotá, la cual se encuentra ubicada en el suroccidente de la ciudad. La Localidad de Bosa se ubica en la periferia sur de la ciudad, y presenta un territorio plano formado por depósitos aluviales del río Bogotá y el río Tunjuelo; la cuenca del río Tunjuelo constituye el espacio ambiental contenedor de cerca de dos millones y medio de personas de bajos ingresos. Por otra parte, la cuenca del Tunjuelo ha sido receptora de los usos que generan un mayor impacto ambiental: el relleno sanitario, la explotación minera en ladera y en el valle aluvial del Tunjuelo, Esta zona se constituye en la zona de mayor exclusión de la ciudad y explicativa de las condiciones de segregación socio espacial. La localidad está situada a una altura de 2548 metros sobre el nivel del mar con un área de 24.22 km².

Figura 1

Ubicación



Figura 1 Ubicación

Fuente. Colaboradores de Wikipedia. (2023). Bosa (Bogotá). Wikipedia, la enciclopedia libre.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Bosa_\(Bogot%C3%A1\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Bosa_(Bogot%C3%A1))

Límites

Norte: Río Tunjuelito y Camino de Osorio, con la localidad de Kennedy

Sur: Autopista Sur, hasta la calle 77j, con Ciudad Bolívar y el municipio de Soacha (Cundinamarca).

Este: Río Tunjuelito, con la localidad de Kennedy.

Oeste: Río Bogotá, con los municipios de Soacha y Mosquera (Cundinamarca). (BOSA, s.f.).

Problemática para Solucionar

La pobreza es una de las grandes condiciones que afectan a la localidad de Bosa donde nuestro objetivo son las madres cabeza de hogar, teniendo en cuenta que este impacto de alto nivel en el desarrollo social y el crecimiento integral genera problemas intrafamiliares, marginación social, falta de valores morales y ética, inseguridad, temor, vulnerabilidad, deterioro social. Para centrarnos en el tema definiremos algunos aspectos y significados: la pobreza es una condición socioeconómica en escasez de recursos lo cual conlleva a no satisfacer las necesidades prioritarias como alimentación, vivienda, educación, salud y servicios públicos de suministro, tales como agua, luz, gas y por otro lado tenemos la escasez de trabajo.

Figura 2

Reutilización y transformación textil



Figura 2 Reutilización y Transformación Textil

Fuente. [Iribarren, G. F., & Iribarren, G. F. (2020). Moda circular es reciclaje de textiles. Gabriel Farias Iribarren | Industria Textil, Moda y Retail | Blog #1 Aprovisionamiento de Moda. Industria Textil y Retail. Artículos <https://gabriefariasiribarren.com/moda-circular-es-reciclaje-de-textiles>

El sector textil tiene una relevancia muy importante para permitir un avance económico y social centrado en el sector de Bosa la paz, donde se desarrollará este proyecto social. Lo que se busca con este emprendimiento es reutilizar prendas lo que conlleva a lograr la transformación de textiles como lo es la lencería para el hogar y generando nuevas opciones en el sector de la confección generando diversas alternativas en el mercado y logrando una cobertura de empleo sobre la población vulnerada (Madres cabeza de familia) que en un periodo de tiempo determinado les permitirá satisfacer sus necesidades y las de sus familias. Se dará una solución pronta a una parte primordial de la comunidad, la reutilización de prendas viejas, rotas, desgastadas como lo son por ejemplo las camisas, camisetas, busos, chaquetas, jeans, entre otros. Lo cual nos permite la elaboración de nuevas prendas brindando la misma consistencia, elasticidad, resistencia y comodidad después de su proceso, garantizando una alta demanda de

las prendas, con un bajo nivel de oferta y competencia. Realizándose con un proceso sencillo de transformación, lo que a su vez permite establecer acciones estratégicas enfocándonos en diversos segmentos de mercados, facilitando la toma de decisiones y logrando una organización de crecimiento social e integral para la comunidad.

Objetivo Social

De acuerdo con la problemática planteada por la falta de oportunidades laborales y el impacto de los bajos recursos de las madres cabeza de hogar en Bosa lo que buscamos con nuestro proyecto social es lograr minimizar los altos niveles de pobreza que encontramos en diferentes sectores del país, centrándonos específicamente en Bosa y sus alrededores, de acuerdo a estadísticas del DANE entre el 2018 y el 2022 el nivel de pobreza ha aumentado, “se evidencia que el 31 % de las personas se encuentran en vulnerabilidad monetaria, es decir que viven con un ingreso diario que oscila entre la línea de pobreza, es decir entre 11.801 y 23.017 pesos al día. En 2021, la pobreza multidimensional en el país fue de 16,0%” (DANE, 2023)

Figura 3

Índice de pobreza multidimensional - IPM



Figura 3 Índice de Pobreza

Fuente. DANE - Pobreza y condiciones de vida. (s. f.).

Las personas necesitamos un margen de ganancia que nos permita cubrir nuestras necesidades básicas mensuales para poder subsistir entre alimentación, servicios, gastos básicos entre otros, es por ello que este proyecto se centra en trabajar con madres cabezas de familia que no cuentan con la posibilidad de tener un trabajo fijo que les avale un sustento mensual y que les beneficie contrarrestando líneas de pobreza a las que se encuentran sometidas por falta de conocimientos, experiencia y oportunidades, así mismo se busca tener igualdad social, implementado herramientas estratégicas de protección social Implementado herramientas estratégicas de protección social como:

Hacer frente a la crisis contribuyendo a la generación de empleo con trabajos dignos y de calidad.

Fortalecimiento al capital humano.

Mejorar la calidad de vida y sus necesidades básicas.

Contrarrestar la desigualdad.

Lograr la transformación social de la localidad, lo que a su vez contribuye a decrecer los índices de vulnerabilidad cooperando al desarrollo económico, social, intelectual de la localidad de Bosa y su entorno.

Al disminuir la pobreza en el sector de Bosa - La Paz se contribuye para tener un mejoramiento en la calidad de vida, teniendo en cuenta las carencias de la localidad consecuencia de la problemática que los aqueja, pocos habitantes de la comunidad tienen la oportunidad de acceder a trabajos, lo que conlleva a que haya un incremento de población desempleada. Teniendo las posibilidades de mejorar la educación se contribuye a que cada una de las madres cabeza de familia se interesen por buscar opciones para obtener oportunidades que a su vez ayuden a fomentar ideas innovadoras en pro de nuestro emprendimiento, a su vez se

busca en un periodo determinado ser eficiente, funcional y sostenible que permita a estas mujeres obtener oportunidades y buena calidad de vida.

Caracterización de la población.

Nos enfocaremos en las madres cabeza de Hogar de Bosa, La Paz, específicamente en sus necesidades de desarrollo familiar y social. La pobreza en esta parte de Bogotá es alarmante (según la CCB), y lo que se busca con el emprendimiento de reutilización de prendas es beneficiar la población vulnerable en temas laborales y de adquisición, actualmente en la localidad encontramos 273.307 hogares, aproximadamente con cerca de tres personas por hogar, cerca del 51% son mujeres, y cerca del 11% son madres cabeza de familia. (según el DANE)

Figura 4

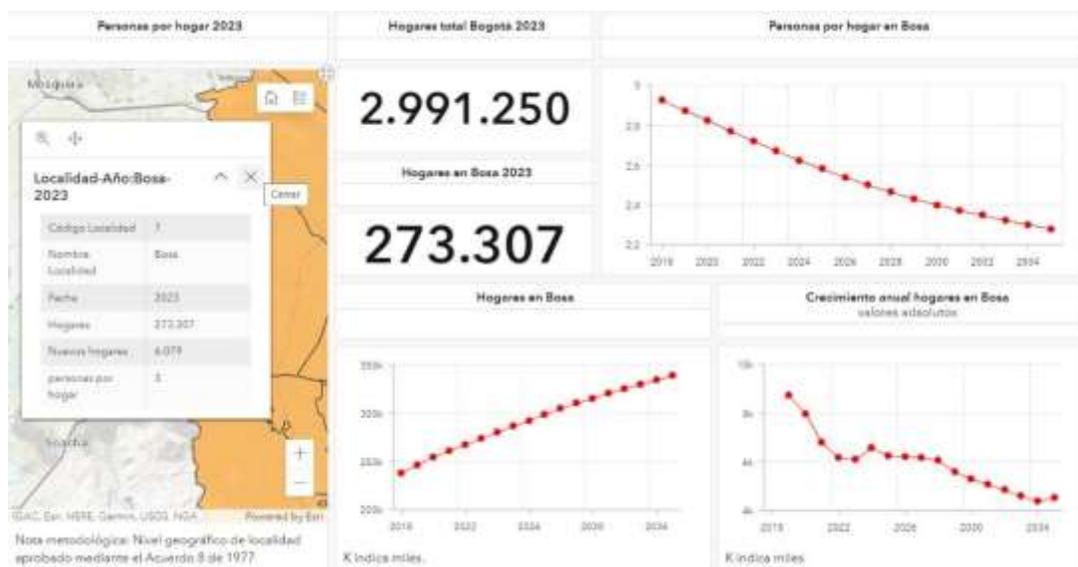
Medición Población

POBLACION DE BOSA		726293
MUJERES 51%	HOMBRES 49%	MADRES CABEZA DE HOGAR 11%
370410	355883	40745



Figura 4 Medición Población

Fuente. Autoría Propia (2023)

Figura 5**Porcentaje de hogares Bosa***Figura 5 Porcentaje de Hogares*

Fuente. [Módulo Hogares]. (2022). Recuperado de

<https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=e3f7da17b0784cb1bf9bcf80bf79aa65>

Modelo de negocio sostenible

De la mano de las autoridades competentes lo que queremos conseguir a corto plazo es empezar a recolectar la ropa que desechan, usando el voz a voz para que los demás integrantes de la comunidad contribuyan para obtener el material y lograr la consecución de este proyecto social, contando con la autorización de la Alcaldía Local de Bosa y la Junta de Acción Comunal suministrarnos un lugar dentro de sus instalaciones como centro de acopio inicial que permita la recolección de la ropa, donde la gente se pueda acercar a donar por lo tanto se ofrecerá la posibilidad de realizar un intercambio de beneficios para la comunidad juvenil mediante trabajo social.

A largo plazo obtener el personal que nos ayuda en el proceso de transformación y construcción de esta ropa y así lograr nuestro objetivo que es brindar empleo a las madres cabeza de familia ubicadas en el barrio Bosa La Paz y sus alrededores.

A su vez con los materiales sobrantes buscar opciones de trabajo con nuevos clientes del sector de la confección que permita garantizar el aprovechamiento de cada residuo, que a largo plazo ayuda a compensar gastos adicionales y financieramente se tendría un crecimiento económico que llevado con responsabilidad permite incorporar nuevas estrategias de mercado.

Innovación Transformadora

Este proyecto surge para lograr la innovación de prendas de alta calidad con materiales que se pueden reutilizar como lo son las camisas, camisetas, busos, chaquetas, jeans, entre otros brindando la misma consistencia, elasticidad, resistencia y comodidad después de su proceso, garantizando una alta demanda de las prendas, con un bajo nivel de oferta y competencia, centrándonos en el sector confeccionista de lencería para el hogar.

Es importante creer en este tipo de emprendimientos sociales y más pensar que es para beneficio de la comunidad femenina.

La principal meta es que nuestro emprendimiento siempre cuente con la capacidad de recolección e innovación de los textiles, ya que dependemos de la respuesta obtenida por la comunidad, a su vez la reutilización del textil favorece la lucha contra el cambio climático y es respetuoso con el medio ambiente. Darle cumplimiento a este proyecto asegura el empleo al público objetivo y está enfocado o especializado en la clasificación manual, esencial para otorgarle una segunda vida a la prenda que garantiza bajo costo vs. calidad y durabilidad

Población beneficiada

La población beneficiada en este emprendimiento social de reciclaje textil, serán las Madres cabezas de familia. Tanto en beneficio de oportunidades laborales como en tema de ventas de los productos a un precio asequible, a mayor demanda aumentó de oportunidad laboral. Basándonos en las cifras de desempleo ofrecidas por el DANE a enero de 2023 donde el incremento fue de 14.5% (DANE, 2023), a su vez se debe tener en cuenta el incremento que hubo en el porcentaje del trabajo informal del 42.2% en el último trimestre del año 2022 (DANE, 2022), lo que se puede deducir que 1.775 de estas mujeres aproximadamente cuentan con un trabajo informal, en ese orden de ideas la población beneficiada puede ser cerca de 2.430 mujeres cabeza de familia.

Valor social y modelo de negocio

Se llevará a cabo la ejecución de este proyecto partiendo del mejoramiento de la calidad de vida de las personas vulneradas en la localidad de Bosa, brindándoles métodos de aprendizaje, oportunidad de innovación, desarrollo y crecimiento social e integral, buscando alternativas de transformación con material textil reciclado, incursionando en un mercado con poca oferta y gran demanda como lo es el sector de la lencería para el hogar, por otra parte, contribuye al cuidado del medio ambiente. El proyecto nos permite tener un acuerdo comercial inicial con la empresa Modanova S.A.S (Almacenes Brissa) donde se realiza la modificación de cada una de las prendas donadas en nuestro centro de acopio mediante la modalidad del servicio de maquila para la elaboración de productos como cubrelechos, edredones, cobijas, forros para cojines, forros para plumones, decoraciones, entre otros. A mediano y largo plazo con empresas confeccionistas de colchones u otros implementos para el hogar.

En convenio con Modanova estos productos serán entregados directamente a la compañía para su comercialización, los cuales suministran las maquinarias en comodato, dos máquinas planas, dos máquinas fileteadoras, dos cerradoras, así como los moldes que se necesitan para la elaboración de cada uno de los productos que requieren. Con las empresas confeccionistas de colchones se harán convenios comerciales para la venta de los residuos textiles.

Inicialmente se cuenta con ocho personas, que reciben las prendas, las abren, las clasifican según el material, hacen los cortes y los cierres de acuerdo a los moldes entregados, realizan el control de calidad y empaacan, directamente la empresa viene a recoger los productos terminados una vez a la semana, todo este proceso se realizará en un espacio de 100 Mts² suministrado por la Junta de Acción Comunal de Bosa, ya que uno de los emprendedores es habitante del sector y socializo nuestro proyecto con los miembros de la comunidad que

pertenece a la junta administradora local y se logró un acuerdo programático para ejecutar nuestro emprendimiento en cumplimiento con los permisos y autorizaciones necesarias que exige la Alcaldía Menor.

Modelo Design Thinking

Empatizar

Se considera importante y esencial el tener una metodología consolidada y clara para lograr la ejecución de este proyecto, es por ello que se utiliza la Matriz DOFA, esta herramienta nos permite visualizar los pros y los contras que se pueden presentar en el desarrollo de nuestro emprendimiento social.

Figura 6

Técnica Matriz FODA

Técnica: Matriz FODA
Se usa en Empatía e Ideación

Proyecto: Transformando Morla
Código: 110011_17
Fecha: 26 marzo 2023

<p>Fortalezas Factores internos favorables</p> <ul style="list-style-type: none"> Innovación del proyecto con materiales textiles reciclados Proyecto Autosostenible Inversión mínima por convenio comercial con cliente estratégico Prestación de servicio de maquilado – convenio comercial Operatividad a bajo costo para la iniciación del proyecto Proceso sencillo de elaboración para nuevos productos y de fácil almacenaje Buena demanda, baja oferta, baja competencia 	<p>Oportunidades Factores externos favorables</p> <ul style="list-style-type: none"> Beneficiar a las madres cabeza de familia de la localidad de Bosa y sus alrededores Generación de empleo Programas de capacitaciones con entidades adscritas a la alcaldía local de Bosa (Cámara de Comercio, ICBE, SENA, ARI) Ampliación del centro de acopio y aumento en la oferta de empleo Diversificación de materiales en el centro de acopio a largo plazo Expansión a nuevos clientes del sector colchonero
<p>Debilidades Factores internos desfavorables</p> <ul style="list-style-type: none"> Depende de terceros para su ejecución (Junta de Acción Comunal, Alcaldía Local de Bosa, Autoridades Competentes, líderes zonales) La rentabilidad del proyecto depende de la respuesta de la comunidad Meno de obra empírica no calificada Capacidad limitada del centro de acopio Condición de vulnerabilidad de la población (social, personal) 	<p>Amenazas Factores externos desfavorables</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de interés de las madres cabeza de familia para ejercer su labor en el proyecto social Falta de respuesta por parte de la comunidad al centro de acopio para la consecución de prendas No cumplir las expectativas de volumen y calidad exigidas por los clientes Curva de aprendizaje operativa y logística Grandes empresas con modelos de negocios similares acaparen el mercado.

Anotaciones:

dingo

Figura 6 Matriz DOFA

Fuente. Autoría Propia (2023)

Este emprendimiento tiene como finalidad sensibilizar y capacitar a nuestros colaboradores y a su vez a todas las partes interesadas y participantes de la comunidad de Bosa, la paz (Junta de acción comunal, Alcaldía Local de Bosa, autoridades competentes, clientes) que permitan, avalen y apoyen el inicio y cumplimiento del proyecto, beneficiando a las madres cabeza de familia, dando a conocer los efectos favorables que va a generar el proyecto, como oportunidad laboral, programas de capacitación, protección del medio ambiente e ideas de innovación.

Al analizar las fortalezas y oportunidades del proyecto, encontramos una base firme que permite la consecución de actuar en un mercado que no cuenta con una competencia directa, asumiendo la oportunidad de tener un alto porcentaje en la demanda de sus productos y generar un crecimiento significativo ilimitado en la producción de nuevas prendas para el sector al que nos dirigimos, convenio con Juntas de Acción Comunal de otras localidades para la adquisición de diversos materiales en un periodo prolongado, ampliación en el centro de acopio extendiendo su capacidad de producción a mediano y largo plazo y elevar la cifra de vinculación laboral de las madres cabeza de familia, permitiéndoles trabajar en el mismo sector en donde habitan sin incurrir en gastos adicionales de traslados, con horarios flexibles que las comprometa a ejecutar sus funciones sin afectar el cuidado con su familia.

Definición

Es una herramienta para caracterizar en base a una descripción a las madres cabeza de hogar o a la comunidad en general. Se contempla para:

Tener información de calidad sobre nuestros usuarios y poder acceder a ella fácilmente.

Tener la oportunidad de acoplar las acciones estratégicas de acuerdo a las necesidades y prioridades de cada uno de nuestros grupos o tipos de clientes, logrando así una respuesta positiva por parte de ellos.

Básicamente, caracterizar o segmentar a nuestros usuarios, consiste en identificar los grupos que comparten características entre sí y que son de interés de nuestro emprendimiento.

Figura 7

Técnica Personas

Técnica: Personas
Se usa en Empatía e Ideación

Proyecto: Transformar Moda
Tiempo: 11:00:11 17
Fecha: 21 de Marzo del 2023

<p>Nombre: Marcela Suarez</p> 	<p>Info: Marcela es una ama de casa, vive con sus dos hijos, Ana y Daniel. Es Viuda. Actualmente vive en una casa en la localidad de Bosa muy humilde y sencilla. Pero En un ambiente feliz y tranquilo. Siendo cabeza de familia es una mujer luchadora y organizada.</p>	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ayudar a sus hijos a progresar Tener su propio hogar Viajar y conocer mas culturas
<p>Frases: Excelencia y Disciplina</p>	<p>Personalidad: Social/Extrovertida/Organizada</p>	<p>Frustraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sentirse obstruida en temas económicos. Quizás no ayudara a sus hijos en temas de necesidades básicas
<p>Edad: 38</p> <p>Profesión: Ama de Casa</p> <p>Estado: Viuda</p> <p>Ciudad: Bogotá</p> <p>Arquetipo:</p>		

© 2023 Dingo. Todos los derechos reservados. Este documento es propiedad de Dingo y no debe ser distribuido, copiado, reproducido o publicado sin el consentimiento escrito de Dingo. Dingo es una marca registrada de Dingo en España. Dingo es una marca registrada de Dingo en Colombia. Dingo es una marca registrada de Dingo en México. Dingo es una marca registrada de Dingo en Chile. Dingo es una marca registrada de Dingo en Argentina. Dingo es una marca registrada de Dingo en Perú. Dingo es una marca registrada de Dingo en Ecuador. Dingo es una marca registrada de Dingo en Venezuela. Dingo es una marca registrada de Dingo en Bolivia. Dingo es una marca registrada de Dingo en Paraguay. Dingo es una marca registrada de Dingo en Uruguay. Dingo es una marca registrada de Dingo en Brasil. Dingo es una marca registrada de Dingo en Uruguay. Dingo es una marca registrada de Dingo en Chile. Dingo es una marca registrada de Dingo en Argentina. Dingo es una marca registrada de Dingo en Perú. Dingo es una marca registrada de Dingo en Ecuador. Dingo es una marca registrada de Dingo en Venezuela. Dingo es una marca registrada de Dingo en Bolivia. Dingo es una marca registrada de Dingo en Paraguay. Dingo es una marca registrada de Dingo en Uruguay. Dingo es una marca registrada de Dingo en Brasil.

dingo

Figura 7 Personas

Fuente. Autoría Propia (2023)

Nuestro emprendimiento está dirigido a las madres cabeza de familia, este target de personas son las beneficiadas y priorizadas por manejar un perfil similar, permitiendo que sean incluidas en procesos laborales que genera cambios relevantes en sus condiciones de vida, y desde su rol se conviertan en un segmento estratégico que contribuya al desarrollo integral de la

comunidad, teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos específicos que queremos abordar en este proyecto:

Conocer la realidad de vida de las madres cabeza de hogar, ofreciendo alternativas de cambio y auto superación cambiando la perspectiva que la sociedad tiene frente a ellas y del entorno que las rodea.

Conceder la participación e inserción de las madres en diversos campos laborales

Brindar la oportunidad de demostrar sus capacidades, habilidades y responsabilidades al ejecutar acciones en pro de la comunidad

Ideación

Tiene como finalidad recopilar, analizar y generar ideas viables para nuestro emprendimiento, generando productos nuevos e innovadores a partir del reciclaje de material textil abarcando diferentes mercados en el sector de la confección, minimizando la problemática de la localidad de Bosa, presentando un proceso creativo teniendo en cuenta el antes, el durante y el después según el estudio de campo realizado.

Figura 8

Técnica Customer Journey

Figura 8 Ideación

Fuente. Autoría Propia (2023)

Cómo se logra evidenciar los resultados obtenidos de la encuesta inicial vemos que el 100% de las personas entrevistadas aprueban y ven el proyecto como una alternativa viable e interesante a mediano plazo, el 60% están de acuerdo en adquirir estos productos reciclados de alta calidad a bajos costos y que contribuye a la protección del medio ambiente al minimizar el porcentaje del material reciclado y el 100% consideran que el proyecto si beneficia a las madres cabeza de familia que son nuestro público favorecido en este emprendimiento y así ser rentable y autosostenible.

Prototipar

La técnica utilizada mediante el storyboard o guion gráfico consiste en analizar e indicar el proceso que se realiza con el material textil reciclado desde que se recibe en el centro de acopio hasta la entrega del producto final con nuestro cliente objetivo, ejecutando las ideas iniciales de nuestro proyecto de manera acertada con el fin de mitigar desaciertos buscando ventajas sobre nuestros posibles competidores y creando nuevas oportunidades de negocio.

Figura 9

Técnica Storyboard o guion gráfico



Figura 9 Prototipar

Fuente. Autoría Propia (2023)

De acuerdo con los resultados arrojados de la encuesta vemos que el 60% de las personas adquieren ropa nueva cada año, el 60% la bota, el 80% no conoce alternativas de reciclaje textil, el 80% está de acuerdo en donarla y empezar a generar conciencia para beneficiar al medio

ambiente y el 80% está dispuesta a adquirir ropa reciclada de alta calidad. En la actualidad muchas personas no son conscientes y desconocen los beneficios que trae el reciclaje de ropa tanto para el medio ambiente como para la comunidad, es por ello por lo que nuestro proyecto tiene grandes oportunidades para desarrollar, innovar e incentivar nuevos procesos de transformación de las prendas que a su vez contrarrestan la afectación al ecosistema, generando oportunidades de cambio tanto laborales como sociales.

Testeo

En la fase de testeo, nuestro objetivo consiste en observar si las ideas que hemos generado y desarrollado están obteniendo los resultados deseados, también evidenciamos qué funciona del emprendimiento y los posibles cambios que se deben ejecutar, para cumplir las expectativas requeridas por el cliente.

Figura 10

Técnica Apuntes de Testeo

Técnica: Apuntes de Testeo		Proyecto: Transformar Moda	
Se usa en Testeo		Equipo: 110011 17	
Busca para más info		Fecha: 23 de mar. de 23	
Que funciona: Nueva moda para la confección de nuevas prendas. Potencializar el consumo textil a través de un proceso transformador. Atrae atención a nuevos usuarios por nuevos estilos.	Que se puede mejorar: Diseños personalizados a solicitud de cada cliente. Entregas a domicilio para facilitar y satisfacer a cliente. Marketing digital.	Preguntas: ¿Cuántos puntos de venta tienen? ¿qué cobertura de venta tienen? ¿calidad y garantía de productos? ¿periodos de lanzamiento nuevos productos?	Ideas: Crear APP para nuevas alternativas de venta. Diseños exclusivos.

Figura 10 Apuntes de Testeo

Fuente. Autoría Propia (2023)

En esta etapa se tendrán en cuenta indicadores que a mediano y largo plazo estimen el crecimiento de la tasa de reciclaje, lo que conlleva a que el nivel de producción aumente y genere conciencia en el uso de prendas recicladas transformadas, en consecuencia, los podemos medir teniendo en cuenta:

Volumen de ventas

Margen de contribución

$MC = PVU - CVU$

MC: Margen de contribución

PVU: Precio de venta por unidad

CVU: Costo variable unitario

Porcentaje de eficiencia operativa = $\frac{\text{Cantidad de unidades recaudadas}}{\text{Cantidad de unidades despachadas}}$

Estos indicadores se tienen como guía para saber la eficiencia que tiene nuestro emprendimiento en un periodo determinado

Propuesta de valor

Socios Claves

Al contar con socios estratégicos se generará viabilidad en la ejecución de nuestro proyecto de manera concluyente y permanente.

Actividades Claves

Desarrollar planes programáticos estratégicos que permitan el cumplimiento práctico de las actividades a realizar.

Recursos Claves

Representación de los activos que conlleva la fabricación de los productos a ofrecer.

Propuesta de Valor

Desarrollar una idea de negocio de impacto en la localidad de Bosa La Paz basado en la creación innovadora suministrado para el sector de lencería para el hogar y empresas del segmento de confección textil, con material reciclado de alta calidad como lo son el dacrón, poliéster, algodón, lino, nylon, mezclillas logrando la fabricación de cubrelechos, cobijas, edredones, forros para cojines, forro para plumones, entre otros; con un alto porcentaje de rentabilidad generando oportunidades laborales para nuestras madres cabeza de hogar en situación de vulnerabilidad, a su vez ocasionando un cambio social basado en la disminución de la pobreza.

Relación y segmentación con el cliente

Nuestro emprendimiento busca brindar un beneficio significativo a corto, mediano y largo plazo Al tener un convenio comercial con Modanova, nos da como valor agregado un aporte mínimo al capital inicial, ya que contamos con el aval directo de empresas fabricantes, suministrando la maquinaria requerida para la confección de los productos,

al igual que con las empresas confeccionistas de colchones se harán alianzas para la venta de los residuos textiles, donde se les solicitará un certificado de disposición final para estar exentos de responsabilidad de salubridad. Al contar con aliados estratégicos permite tener un valor diferencial, ya que tendremos alta demanda, baja oferta y competencia, para así satisfacer las necesidades requeridas por nuestros clientes, a nivel operativo siendo competentes en temas de calidad y garantías de nuestros productos.

Canales

Aprovechando los canales de marketing se obtendrá el reconocimiento en la comunidad del emprendimiento y la actividad social realizada por nuestro equipo de trabajo; y a su vez los canales de distribución nos permitirán minimizar gastos ya que son convenios directos con nuestras empresas aliadas.

Estructura de Coste

Se tienen en cuenta de una forma organizada los costos fijos y los costos variables en los que incurre el proyecto social.

Fuentes de Ingreso

Formas de pago diversos que se perciben por la venta de nuestros productos y residuos textiles.

Tabla 1

Modelo de Negocio

Modelo de Negocio				
Socios claves -Junta de Acción Comunal de Bosa -Alcaldía Local de Bosa -Comunidad de Bosa -Modanova /Almacenes Brissa -Grupo de Emprendedores	Actividades claves -Definir la inversión inicial -Reuniones con cliente estratégico -Reunión con la Alcaldía y Junta de Acción Comunal logrando acordar un convenio en pro de nuestro emprendimiento -Socialización con la comunidad y madres cabezas de familia -Prototipar el modelo de negocio mediante el servicio de maquilado -Proyecciones de ventas -Proyección de ingresos y gastos	Propuesta de valor Proyecto innovador que se destaca por diseños novedosos prestando el servicio de maquila para el sector de lencería para el hogar con materiales textiles reciclados de alta calidad, generando oportunidades laborales a una comunidad abnegada como lo son las madres cabeza de familia	Relación con el cliente -A corto plazo se logra convenio comercial con Modanova (Almacenes Brissa) prestando servicio de maquilado teniendo en cuenta la proyección de entrega semanal por unidades. -A mediano y largo plazo se presta el servicio de maquilado a diferentes clientes referenciales para el segmento de confección	Segmento de clientes -Modanova / empresa de lencería para el hogar - Empresas confeccionistas de colchones
	Recursos claves -Centro de Acopio -Recursos Humanos -Máquinas Planas -Maquinas Cerradoras -Maquinas Fileteadoras -Moldes -Mobiliario -Material reciclado textil, hilos		Canales *Distribución -Empresa Logística privada TCC, convenio comercial directo con Modanova -A mediano y largo plazo empresa logística privada convenio directo *Comunicación -Voz a Voz -Redes Sociales -Flyers -Cartelera noticias Junta de Acción Comunal y Alcaldía Local de Bosa	
Costos Fijos -Salarios -Servicios Públicos -Arriendo centro de Acopio a largo plazo	Estructura de coste Costos Variables -Insumos -Publicidad -Costos de producción -Mantenimiento -Empaque		Fuentes de Ingreso -Convenio comercial Modanova -Medios de pago, efectivo, debito, crédito, transferencias electrónicas -Venta de residuos textiles a empresas confeccionistas - colchoneros	

Tabla 1 Modelo de Negocio

Nota. Herramientas estrategicas de nuestro Modelo de Negocio. Fuente. Autoría Propia

Diseñar Estrategias de Marketing

La lencería para el hogar hecha con ropa reciclada es un producto innovador y respetuoso con el medio ambiente que ofrece varios atributos y beneficios para los consumidores.

Atributos y beneficios del producto

Sostenibilidad: la lencería para el hogar hecha con ropa reciclada se produce utilizando prendas de vestir usadas y desechadas, lo que reduce la cantidad de residuos que se envían a los vertederos.

Originalidad: cada pieza de lencería es única, ya que se confecciona con prendas de vestir diferentes.

Variedad: hay una amplia variedad de prendas de vestir que se pueden utilizar para crear la lencería para el hogar, lo que significa que se pueden producir diferentes diseños y estilos.

Calidad: a pesar de estar hecha con ropa reciclada, la lencería para el hogar es de alta calidad y duradera.

Comodidad: la lencería para el hogar es suave, cómoda y transpirable, lo que la hace perfecta para usar en la cama o en el sofá.

Reducción de residuos: al comprar lencería para el hogar hecha con ropa reciclada, los consumidores están ayudando a reducir la cantidad de residuos que se envían a los vertederos.

Ahorro de recursos naturales: la producción de ropa a partir de materiales nuevos requiere una gran cantidad de recursos naturales, como agua y energía. Al utilizar ropa reciclada para producir la lencería para el hogar, se reducen los requisitos de estos recursos.

Apoyo a la economía circular: al comprar lencería para el hogar hecha con ropa reciclada, los consumidores están apoyando la economía circular, que promueve la reutilización y el reciclaje de productos y materiales.

Conciencia ambiental: comprar lencería para el hogar hecha con ropa reciclada es una forma de demostrar una actitud proactiva hacia el medio ambiente y ayudar a reducir la huella de carbono.

Marca, Imagen y Slogan

Figura 11

Marca, Imagen y Slogan



Fuente. Autoría Propia (2023)

Grupo objetivo del proyecto

El mercado objetivo para la lencería para el hogar hecha con ropa reciclada podría ser definido como consumidores conscientes del medio ambiente y preocupados por reducir su huella ecológica al comprar productos sostenibles. Estos consumidores pueden incluir tanto hombres como mujeres de diferentes edades y niveles socioeconómicos que buscan productos de alta calidad que sean respetuosos con el medio ambiente.

VARIABLES importantes para identificar y medir este mercado objetivo podrían incluir factores demográficos como edad, género, ingresos y nivel educativo. Además, variables psicográficas como valores ambientales, estilo de vida y actitudes hacia la sostenibilidad también podrían ser relevantes.

Para acceder a este mercado objetivo, es importante considerar canales de comercialización que se alineen con los valores de sostenibilidad de los consumidores, como tiendas especializadas en productos ecológicos, ferias de productos orgánicos y tiendas en línea enfocadas en productos sostenibles. También podría ser útil utilizar técnicas de marketing ecológico que resalten las características sostenibles y recicladas de la lencería para el hogar, y que destacan cómo los consumidores pueden contribuir al cuidado del medio ambiente al elegir este tipo de productos.

Las características de la lencería para el hogar hecha con ropa reciclada podrían atraer a un grupo diverso de consumidores conscientes del medio ambiente y que valoran la sostenibilidad. Algunos ejemplos de consumidores que podrían estar interesados en estas características incluyen:

Consumidores conscientes del medio ambiente: Aquellos que buscan formas de reducir su huella de carbono y minimizar su impacto en el medio ambiente. La lencería hecha con

ropa reciclada podría atraer a estos consumidores al ofrecer una alternativa sostenible a los productos convencionales.

Consumidores éticos y socialmente responsables: Aquellos que valoran la justicia social y buscan formas de apoyar a las comunidades locales. La lencería hecha con ropa reciclada podría atraer a estos consumidores al promover la reutilización y el reciclaje de materiales, lo que puede reducir el desperdicio y la contaminación.

Consumidores interesados en la moda sostenible: Aquellos que buscan productos de moda que sean sostenibles y éticos. La lencería hecha con ropa reciclada podría atraer a estos consumidores al ofrecer una opción de moda sostenible y ética para su hogar.

Consumidores conscientes del presupuesto: Aquellos que buscan opciones de compra asequibles. La lencería hecha con ropa reciclada podría atraer a estos consumidores al ofrecer una opción de alta calidad a un precio más bajo que los productos nuevos.

Consumidores que valoran la calidad y la durabilidad: Aquellos que buscan duraderos que no se desgasten fácilmente. La lencería hecha con ropa segmentación.

Segmentación

Segmento Geográfico

Colombia, Bogotá, Localidad de Bosa – La Paz, ubicada en el suroccidente del país

Segmentación Demográfico

“Basándonos en las cifras de desempleo ofrecidas por el DANE a enero de 2023 donde el incremento de desempleo fue de 14.5% (DANE, 2023), 4.205 mujeres de la localidad estarían sin trabajo, a su vez se debe tener en cuenta el incremento que hubo en el porcentaje del trabajo informal del 42.2% en el último trimestre del año 2022 (DANE, 2022), lo que se puede deducir que 1.775 de estas mujeres aproximadamente cuentan con

un trabajo informal, en ese orden de ideas la población beneficiada pueden ser cerca de 2.430 mujeres cabeza de familia”. Mujeres madres de familia, de 18 años en adelante, divorciadas o solteras, desempleadas,

Segmentación Conductual

Mujeres madres de familia vulneradas, que buscan oportunidades laborales para tener ingresos fijos que le permitan cubrir y mejorar sus necesidades básicas y las de su familia.

Segmentación Psicográfica

Mujeres vulnerables que tienen un alto interés para obtener un desarrollo integral tanto personal como profesional, con grandes habilidades e ideas innovadoras que son un valor agregado que favorece nuestro proyecto social.

Identificar la competencia

La competencia que tendremos en nuestra región, son organizaciones que satisfacen la necesidad de ofrecer lencería para el hogar.

Textiles JJ Telas S.A.S

Esta empresa se especializa en la fabricación de edredones, sabanas, toallas y todo lo relacionado con el hogar, expandió su mercado en la dotación para hoteles, hospitales e instituciones, por ello es la adquisición de mayor innovación, conocimiento y aceptación por los clientes.

Decofabrics

Es una empresa con más de 10 años de trayectoria en el mercado de textiles, los materiales que usan en la lencería de hogar además de decorar y hacer más cómodo el uso

también deben proveer resistencia, facilidades de limpieza y durabilidad, en cuanto a los edredones, manteles, cubrelechos, sabanas y todos los productos textiles para el hogar.

Ocean Blue Home

Fue creada en 2003 en Bogotá, son especialistas en diseñar, producir y comercializar lencería y decoración para el hogar, la pasión de esta empresa es generar espacios de innovación y diseños donde han crecido en la industria nacional e internacional.

Dukassa

Con más de 17 años de experiencia como fabricantes de lencería como sábanas, toallas, duvet entre otros textiles para el hogar y para el sector hotelero, esta empresa comercializa mediante la tienda online para que los clientes puedan disfrutar de los productos como los anteriores mencionados.

Identificar los aliados clave

Tabla 2

Aliados y Acciones Estratégicas

Aliados	Acciones estratégicas
Modanova, Industria Real S. A	Compañía social que aportará el equipo de maquinaria, como lo son dos máquinas planas, dos máquinas fileteadoras, dos cerradoras y una máquina contadora de metros. Al ser un emprendimiento inicial sería complejo lograr un capital para la inversión de esta herramienta de trabajo indispensables para la ejecución del producto y al estar aliados con esta empresa no tendremos esta necesidad de compra por lo mencionado anteriormente.
Empresa confeccionista de colchones	Esta empresa efectuará la venta de residuos del textil y al estar aliados con ellos nos brinda un valor diverso y así alcanzaremos una rentabilidad significativa en la demanda de los productos y una mínima competencia.

Tabla 2 Aliados y Acciones Estratégicas

Nota. Descripción de nuestros clientes potenciales y estratégicos. *Fuente.* Autoría Propia

Proponer estrategias de Mercadeo

Existen varias estrategias de marketing digital que pueden ayudar a una empresa de lencería para el hogar a comunicarse y cautivar a su audiencia. Algunas de las estrategias más comunes incluyen:

Creación de contenido de calidad

La creación de contenido relevante y de calidad puede ayudar a una empresa de lencería para el hogar a destacarse en línea y a atraer a su público objetivo. Esto puede incluir blogs, vídeos, imágenes, guías de compra y otros tipos de contenido que sean útiles e interesantes para los clientes potenciales.

Uso de las redes sociales

Las redes sociales son una herramienta poderosa para llegar a los consumidores y construir una comunidad en línea. La empresa de lencería para el hogar puede utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest para compartir imágenes de productos, historias de clientes satisfechos, consejos y trucos de decoración y más.

Email Marketing

El email marketing es una herramienta eficaz para llegar a los clientes existentes y potenciales. La empresa de lencería para el hogar puede enviar correos electrónicos que promocionen nuevas líneas de productos, ofertas especiales, descuentos y otros incentivos para los suscriptores del boletín.

Publicidad en línea

La publicidad en línea permite a la empresa de lencería para el hogar mostrar anuncios a su público objetivo

Estrategia de comunicación

Nuestra estrategia se implementará a través de canales de comunicación vía internet ya que es lo más consumido por la población y posibles clientes, en este caso YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter, dando a conocer nuestro emprendimiento de reciclaje de textil siendo transformado en lencería para el hogar. El presupuesto pasaría hacer algo mínimo ya que se manejan vía internet con las redes ya mencionadas “canales”, esto nos reducirá costos ante una posible inversión.

De esta manera tendremos como objetivo buscar la comercialización y posicionamiento de nuestros productos a ofrecer, incentivando la calidad e innovación de este bien, además motivar a la población a reciclar y darle la oportunidad tanto a este material, mitigando la contaminación del medio ambiente y que las madres cabeza de hogar sean beneficiadas de forma laboral.

Estrategia de Posicionamiento

Se busca ofrecer productos de lencería para el hogar a base de materiales reciclados, con un alto porcentaje de comercialización, de uso permanente; ofreciendo a las madres cabeza de familia - población beneficiada, oportunidades laborales que conlleva un impacto social favorable para la comunidad de Bosa. La innovación es fundamental para la evolución de los productos teniendo en cuenta las tendencias en el mercado y adaptándolas a los gustos del cliente, que a su vez permita una expansión del proyecto social no solo con los convenios comerciales iniciales, si no con empresas confeccionistas diversificando sus mercados, con esto nos damos a conocer no solo en la localidad de Bosa, también abarcamos zonas con las que podemos llegar a acuerdos fructíferos que incrementaron los

ingresos de nuestro emprendimiento. Apostamos a ofrecer productos transformados de calidad y durabilidad siendo este nuestro factor diferenciador a un costo asequible:

Estrategia de Diferenciación

Se busca generar diferenciación ante la competencia a través de la venta de productos de lencería para el hogar personalizados y con larga durabilidad a través del reciclaje de textiles que han sido desechados, dándoles una nueva oportunidad y transformándose en productos innovadores, ofreciendo a la población de Bosa y sus alrededores, productos según los gustos del cliente. La atención al cliente y reconocimiento de nuestra marca serán el eje central del proyecto que les brindará a nuestros clientes la seguridad y confianza para adquirir nuestros productos de lencería para el hogar a un buen precio y calidad.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales

YouTube

Se realizarán videos en el cual se busca mostrar la presentación de la empresa, dar a conocer los beneficios y/o características de nuestro emprendimiento y se enviarán pautas publicitarias para visualización de nuestros clientes.

Facebook

Se presentarán fotografías y/o imágenes del emprendimiento a ofrecer, recepción de mensajes y comentarios acerca de la opinión de los clientes para una mejora constructiva.

Twitter

Se dará a conocer el emprendimiento con fotografías y características según lo deseen los clientes; así mismo se tendrá la recepción de mensajes y comentarios acerca de la opinión de los clientes para una mejora constructiva.

LinkedIn

Nos ayudará a crear conciencia y compromiso con sus consumidores, clientes y empleados. Se compartirán contenido, imágenes, video y texto a través de un feed para información, promoción y/o publicidad para los clientes y socios potenciales de la marca.

Figura 12

Página web Transformar Moda



Figura 12 Pagina Web

Fuente. Autoría Propia (2023)

Link Pagina Web

<https://edwsanmaji.wixsite.com/transformar-moda>

Figura 13

Link página Web Transformar Moda



Figura 13 Link Pagina Web

Fuente. Autoría Propia (2023)

Figura 14 Información sobre transformar moda



Figura 14 Información Transformar Moda

Fuente. Autoría Propia (2023)

Figura 15 Información sobre productos

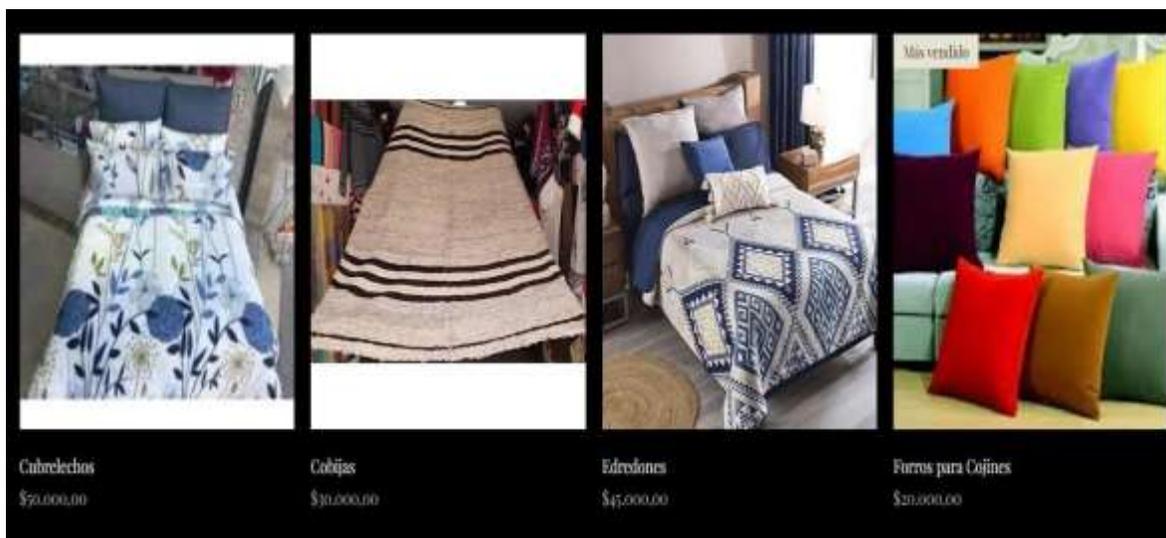


Figura 15 Productos

Fuente. Autoría Propia (2023)

Figura 16 Información contáctanos

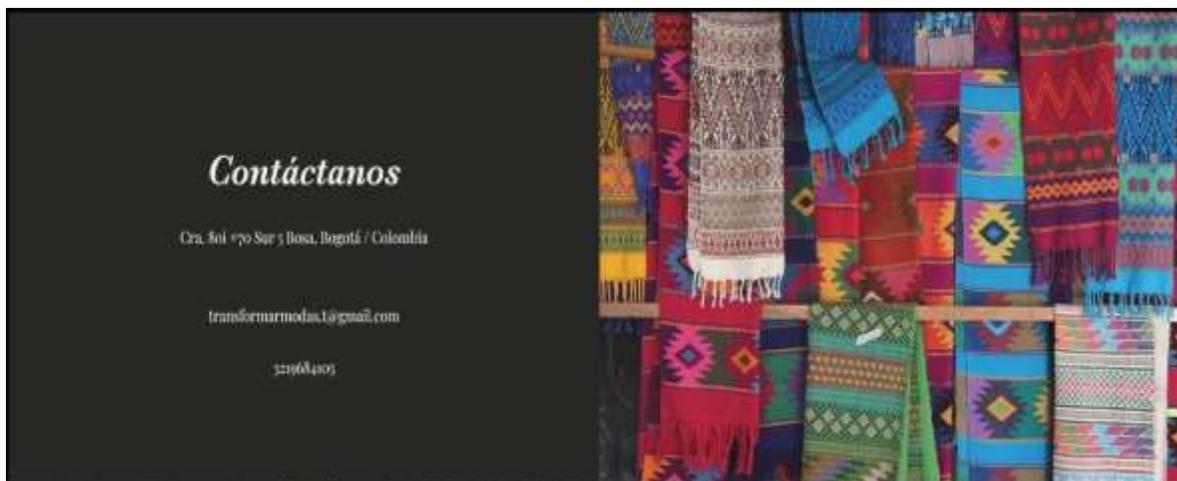


Figura 16 Contáctanos

Fuente. Autoría Propia (2023)

Figura 17 Información ubicación



Figura 17 Información Ubicación

Fuente. Autoría Propia (2023)

Proyección operativa y financiera

Tamaño del proyecto

Teniendo en cuenta el aval de la Alcaldía menor y la Junta de acción comunal de Bosa, para ejecutar nuestro proyecto social, inicialmente tenemos un espacio de 100 Mts², al interior de las instalaciones de la JAC., adecuando 7 Máquinas, 1 Escritorio con su Computador, 1 Baño y las áreas de Materia prima, Producto terminado y Desechos.

Tabla 3

Capacidad instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	100 mts ²
% de espacio utilizado	80%

Tabla 3 Capacidad instalada

Nota. Dimensión de la superficie operacional. *Fuente.* Autoría Propia

La dimensión de la superficie del local corresponde a 100 m² con una ratio de ocupación de 80%; porque los equipos, materias primas y producto final deben disponer de una adecuada capacidad para que nuestros colaboradores puedan realizar sus operaciones plenamente.

Disponibilidad de insumos

El material textil reciclado es aportado por la comunidad de Bosa, gracias a los diversos canales de comunicación utilizados en nuestro emprendimiento, el cual es conducido al centro de acopio y recibido de manera permanente, a su vez tenemos una proyección de compra mensual de hilos de diferentes tonos, calibres, elongación y resistencia.

Descripción de maquinaria

Máquinas planas

Es una de las máquinas más utilizadas ya que permite hacer costuras básicas en la mayoría de las prendas. Tiene como principal función la de entrelazar un hilo superior con uno inferior a través de la tela haciendo una costura recta. Sirve tanto para tejido plano como para tejido de punto. (Lafayette, 2020)

Máquinas Fileteadoras

Este tipo de máquinas funciona con un mecanismo que permite entrelazar un hilo y dos hilazas, un tipo de costura llamado sobrehilado que consiste en rematar el borde del tejido para evitar que se deshilache. Se utiliza principalmente en tejido de punto, aunque también puede ser usada en tejido plano. (Lafayette, 2020)

Máquinas Cerradoras

Son máquinas especialmente utilizadas para confeccionar el cerramiento de camisas, mangas, chaquetas, jeans, entre otros. Utiliza 3 agujas y es capaz de hacer hasta 7.000 puntadas por minuto. Se utiliza en tejidos de tipo plano. (Lafayette, 2020)

Máquina contadora de metros o unidades

Máquinas que permiten contar la cantidad de metros o unidades de los productos de una forma rápida y eficiente.

Tabla 4*Descripción de maquinaria y elementos operativos*

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
----------	----------	----------------	-------------

Maquinas Planas	2	\$ 1.700.000	\$ 3.400.000
-----------------	---	--------------	--------------



(Máquinas Titus, n.d.)

Maquinas Fileteadoras	2	\$ 2.400.000	\$ 4.800.000
-----------------------	---	--------------	--------------



(Máquinas Titus, n.d.)

Maquina Contadora de metros o unidades	2	\$ 500.000	\$1.000.000
--	---	------------	-------------



(Tela De Contador Precisa Para
Obtener Resultados Precisos Con Las
Mejores Ofertas: Alibaba.com, n.d.)

Hilos	12	\$ 6.000	\$ 72.000
-------	----	----------	-----------



(M vahe merdinian sa, 2019)

Tijeras	3	\$ 15.000	\$ 45.000
---------	---	-----------	-----------



(Tijeras Corneta Metálica 9 Pulgadas

Acero Inoxidable – Maquinas De

Confección, n.d.)

Desbaratador	3	\$ 3.000	\$ 9.000
--------------	---	----------	----------



(2pcs Descosedor Con Manija De

Plástica Herramienta De De, n.d.)

Tizas	4	\$ 500	\$ 2.000
-------	---	--------	----------



(Tiza De Sastre, Paquete De 12, Tiza De Tela, Tiza De Costura, n.d.)

Total			\$ 9.328.000
-------	--	--	--------------

Tabla 4 Descripción de Maquinaria

Nota. Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos

Realizar las proyecciones de distribución en planta

Figura 18 Boceto empresa confecciones

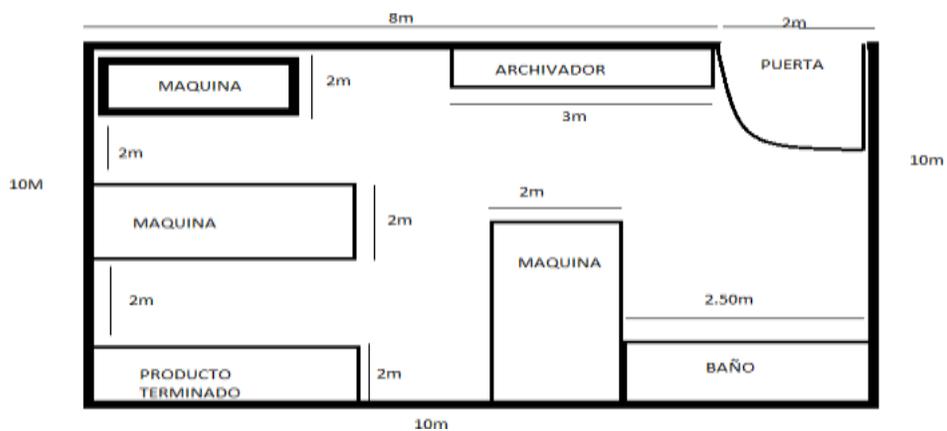


Figura 18 Boceto Empresa

Fuente. Autoría Propia (2023)

El tamaño total de Transformar Moda es de 100 m² y la distribución de la superficie se realizó de la siguiente manera: Maquinaria (50m²), Materia prima (10 m²), Producto Final (10%) y Desechos (10%).

Personal Administrativo

Gerente General

Tiene la responsabilidad de dirigir la organización de nuestro proyecto, liderando al equipo de trabajo y organizando las actividades con el fin de cumplir con los objetivos estratégicos establecidos para el cumplimiento de nuestro plan de trabajo.

Secretaria General

Gestionar y hacer el debido seguimiento al servicio prestado a nuestros clientes potenciales, así como la adecuada atención a los requerimientos realizados por los colaboradores del emprendimiento y agentes externos, adicional a esto se encargará de gestionar la parte contable y financiera de nuestro emprendimiento

Personal Operativo

Jefe de producción

Dirige, planifica y coordina la producción de nuestro emprendimiento, gestionando de forma ordenada los insumos textiles y todo lo necesario para lograr la fabricación de los productos de una manera rápida y eficaz, garantizando los niveles de calidad necesarios.

Operativos

Son las personas que reciben las prendas, las abren, las clasifican según el material, hacen los cortes, los cierres y se encargan de empacar los productos terminados. Según la expansión de nuestro emprendimiento se tendrá en cuenta la contratación de nuevas trabajadoras a un mediano y largo plazo.

Figura 19 Organigrama

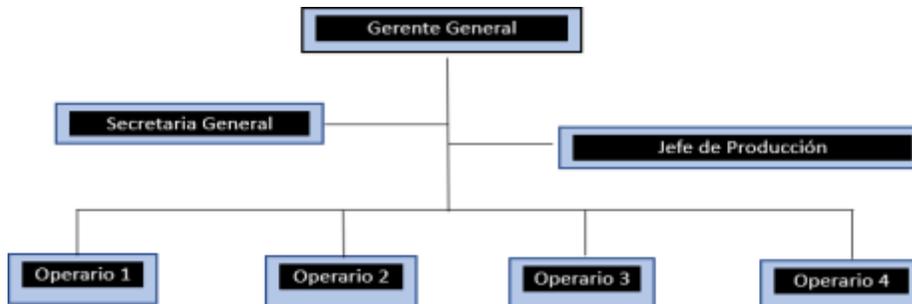


Figura 19 Organigrama

Fuente. Autoría Propia (2023)

Tabla 5

Sueldo por persona

Salario minimo	\$	1.160.000,00
Auxilio de transporte	\$	140.606,00
Total	\$	1.300.606,00
Aportes parafiscales		
Sena	\$	23.200,00
ICBF	\$	34.800,00
Caja de compensacion	\$	46.400,00
Total parafiscales	\$	104.400,00
Seguridad social		
Salud	\$	98.600,00
Pension	\$	139.200,00
Arl	\$	6.055,20
Total seguridad social	\$	243.855,20
Prestaciones sociales		
Prima de servicios	\$	108.383,83
Auxilio de cesantias	\$	108.383,83
Intereses sobre cesantias	\$	13.006,06
Vacaciones	\$	48.372,00
Total prestaciones sociales	\$	278.145,72
Costo total mensual	\$	1.927.006,92

Tabla 5 Sueldos

Nota. Sueldos y Aportes Parafiscales. Fuente. Autoría Propia

Equipos de oficina

Tabla 6

Descripción equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computador Portátil	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Impresora	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Esferos	3	\$ 2.000	\$ 6.000
Papel	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Lápiz	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Total			\$ 3.039.000

Tabla 6 Descripción de Equipos

Nota. Descripción precios Equipos de Oficina. *Fuente.* Autoría Propia

Procesos preoperativos

Para iniciar labores en una empresa de lencería para el hogar, es necesario realizar una serie de acciones preliminares. A continuación, se describen algunos pasos clave: Obtener los permisos y licencias necesarios ante autoridades competentes para operar legalmente.

Figura 20 RUT

Figura 20 RUT

Fuente. Inicio de sesión. (n.d.-b). <https://www.dian.gov.co/Transaccional/GuaServiciosLinea>

2. Registrar la empresa: Es necesario registrar nuestro emprendimiento en Cámara Y Comercio.

Figura 21 Cámara y Comercio.



Figura 21 Cámara de Comercio

Fuente. De Comercio De Bogotá, C. (n.d.). *Descargue formularios en línea - Cámara de Comercio de Bogotá.* <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-renovaciones/Descargue-formularios>

3. Establecer proveedores: En el caso de nuestro emprendimiento de lencería para el hogar, es importante establecer relaciones comerciales con proveedores de hilos y otros suministros necesarios para la producción. Es importante seleccionar proveedores confiables y de alta calidad.

Figura 22 Hilo universal



Figura 22 Hilo Universal

Fuente. (Hilanderías Universal – Hilanderos Por Excelencia, n.d.)

Figura 23 Fábrica De Papel



Figura 23 Papelsa

Fuente. (Papelsa, 2021)

Estos son algunos de los pasos que se deben tomar al iniciar una empresa de lencería para el hogar. Es importante investigar y cumplir con todos los requisitos legales y regulatorios y establecer una base sólida para el éxito del negocio.

Figura 24 Ubicación

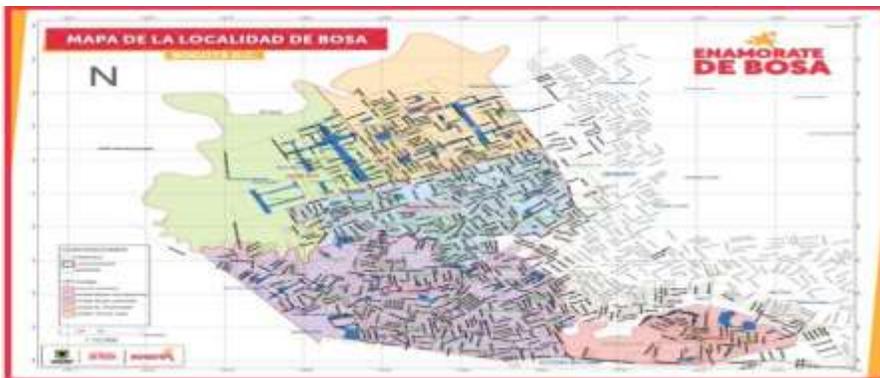


Figura 24 Ubicación

Fuente. Autoría Propia (2023)

Mapas. (s/f). Gov.co. Recuperado el 22 de mayo de 2023, de <http://bosa.gov.co/mi-localidad/mapas>

Bosa es la localidad No. 7 del Distrito Capital de Bogotá, la cual se encuentra ubicada en el suroccidente de la ciudad. La Localidad de Bosa se ubica en la periferia sur de la ciudad, y presenta un territorio plano formado por depósitos aluviales del río Bogotá y el río Tunjuelo. La localidad está situada a una altura de 2548 metros sobre el nivel del mar con un área de 24.22 km²

Ventajas y desventajas de la localidad:

Recuperación del comercio local

Generación de empleo

Mejoras en vías de acceso

Amplitud de la localidad

Ubicación estratégica

Arrendamientos asequibles

Inseguridad

Contaminación Ambiental

Contamos con una vía alterna que nos conduce a la planta de nuestro principal cliente Modanova (Almacenes Brissa), ya que se encuentran ubicados a 35 minutos de nuestro centro de acopio; con los diferentes clientes del sector colchonero gran parte están centralizados sobre la vía principal de Soacha lo que nos facilita el acceso a sus instalaciones.

Proyecciones de ventas

Al contemplar las proyecciones de ventas podremos predecir las demandas lo cual nos da una idea de cuántas unidades se podrían vender para así poder adelantarnos a la producción, se estipulan vender 1.800 Unidades mensuales. la proyección de nuestras ventas nos puede ayudar a definir objetivos fuera de nuestras inversiones, como por ejemplo contratar a nuevos miembros del equipo, adquisición de herramientas, maquinarias o insumos, etc. Al revisar nuestras ventas mensuales y multiplicarlo por la población objetivo tendríamos proyección de 73.341.000 para así poder llegar a nuestro mercado objetivo.

Tabla 7***Cálculo de la demanda***

Población objetivo	40.745
Consumo promedio mensual	1.800 P/m
Total consumo	
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	95%
Total demanda potencial	73.341.000

Tabla 7 Calculo de la Demanda

Nota. Cálculo de la Demanda, teniendo en cuenta población objetiva y consumo promedio. . *Fuente.* Autoría Propia

Nota: Se tiene en cuenta el costo por unidad menos el costo de producción que se requieren para la fabricación de nuestros productos, lo que nos da como resultado la ganancia bruta, a su vez se tienen en cuenta los costos fijos como son servicios públicos, publicidad, sueldos, mantenimiento entre otros, el total de estos los dividimos por la ganancia bruta y este lo dividimos por 30 días para precisar cuántas unidades debemos vender y no generar pérdidas.

Tabla 8**Proyecciones de ventas (unidades)**

Datos Básicos (Lencería Para el Hogar))			
Ventas Estimadas para 2023:	12.600		
Unidades			
Precio de Venta estimada	50.000		
Incremento en ventas Anual	12%	1,12	
Ventas contado	40%		
Ventas crédito	60%		
Plazo Clientes	60 días	60	Rotación de 6 veces al año, es decir, de manera mensual se van a recuperar las ventas

Tabla 8 Proyecciones de Ventas

Nota. Proyecciones de Ventas estimadas para el 2023. . *Fuente.* Autoría Propia

El incremento de las ventas anuales se estipula con el aumento del IPC que se tiene un promedio de 12%. Al realizar las ventas se tendrán en cuenta las de contado y las de crédito, lo cual se determinará que sea de 40% sean de contado y 60% a crédito con un plazo máximo de 60 días para tener un flujo de caja mes a mes

Tabla 9**Precio de venta**

Precio Venta	
2023	\$50.000
2024	\$51.550
2025	\$53.200

Tabla 9 Precio de Venta

Nota. Precio de Venta por unidades estimadas para los próximos tres años. . *Fuente.* Autoría Propia

Para las ventas estimadas del 2023 tomamos el consumo mensual de 1.800 und y lo multiplicamos por los meses faltantes del año que son 7 y nos da las ventas estimadas de 12.600 und contemplando que las ventas de cada unidad están en un promedio de \$50.000.

Tabla 10

IPC

IPC Proyectado		
2023	12,82%	1,128
2024	12,83%	1,128
2025	12,84%	1,128

Tabla 10 IPC

Nota. Índice de precios de Consumo proyectado para los próximos tres años. . Fuente. Autoría Propia

El IPC para el año 2023 la variación fue del 12,82%.

Tabla 11

Punto de equilibrio

	Año 1
Total costos fijos	\$17.117,00
Total costos variables	\$300.000
Número de unidades	12.600
Costo total promedio unitario	\$1.382
Costo promedio unitario	\$500
Costo variable unitario	\$23,8
Precio de venta sin IVA	\$42.016,80672
Precio de venta con IVA	\$50.000
Margen de utilidad promedio	\$16.164,71
Punto de equilibrio en unidades	1093,74

Tabla 11 Punto de Equilibrio

Nota. Calculo para definir los ingresos de la compañía para cubrir gastos fijos y variables. . Fuente. Autoría Propia

El punto de equilibrio nos sirve para definir el momento en que los ingresos de nuestro emprendimiento cubren los gastos fijos y variables, esto es, cuando logramos vender lo mismo que estamos gastando, no ganamos ni perdemos, hemos alcanzado el punto de equilibrio.

Nota: El total de los costos fijos se obtuvo del rubro que se encuentra en la tabla 17, de igual manera que el costo variable que se encuentra en la tabla 13, lo cual son los costos que mes a mes pueden estar variando en sus valores.

Tabla 12

Costos Fijos

Costos Fijos	
Arriendo	\$ 300.000
Total	\$ 300.000

Tabla 12 Costos Fijos

Nota. Relación de Costos constantes de la compañía. . *Fuente.* Autoría Propia

Tabla 13

Costos Variables

Costos Variables	
Materia Prima (Hilo- Empaque)	\$ 1.500
Servicios Públicos (Luz, Agua, Gas, Internet)	\$ 300.000
Total	\$ 301.500

Tabla 13 Costos Variables

Nota. Relación de Costos que varían mes a mes. . *Fuente.* Autoría Propia

Cabe resaltar que se trabaja el servicio de maquilado y la materia prima se obtendrá de las prendas donadas por la comunidad, la maquinaria es dada en la modalidad de comodato por InduReal, los insumos adicionales a trabajar son los hilos y materiales de empaque lo que generará una mínima inversión.

Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 14

Proyecciones de ingresos por ventas (mensual) Año 2023

Mes	Unidades para vender	Precio Venta	Total de Ventas	% de Ventas a contado	Ventas a Contado	Ventas a crédito	Ventas a Crédito
Enero	0	\$ 50.000	\$ 52.500.000	4%	\$ 2.100.000	6%	\$ 50.400.000
Febrero	0	\$ 50.000	\$ 45.000.000	2%	\$ 900.000	4%	\$ 44.100.000
Marzo	0	\$ 50.000	\$ 55.000.000	3%	\$ 1.650.000	5%	\$ 53.350.000
Abril	0	\$ 50.000	\$ 52.500.000	4%	\$ 2.100.000	6%	\$ 50.400.000
Mayo	1800	\$ 50.000	\$ 60.000.000	3%	\$ 1.800.000	5%	\$ 58.200.000
Junio	1800	\$ 50.000	\$ 50.000.000	4%	\$ 2.000.000	5%	\$ 48.000.000
Julio	1800	\$ 50.000	\$ 45.000.000	2%	\$ 900.000	4%	\$ 44.100.000
Agosto	1800	\$ 50.000	\$ 52.500.000	4%	\$ 2.100.000	4%	\$ 50.400.000
Septiembre	1800	\$ 50.000	\$ 52.500.000	4%	\$ 2.100.000	4%	\$ 50.400.000
Octubre	1800	\$ 50.000	\$ 45.000.000	3%	\$ 1.350.000	4%	\$ 43.650.000
Noviembre	1800	\$ 50.000	\$ 52.500.000	3%	\$ 1.575.000	5%	\$ 50.925.000
Diciembre	1800	\$ 50.000	\$ 67.500.000	4%	\$ 2.700.000	8%	\$ 64.800.000
Total	12600	\$ 50.000	\$ 630.000.000	40%	\$ 252.000.000	60%	\$ 378.000.000

Tabla 14 Proyecciones de Ventas Mensuales

Nota. Relación de Ventas estimadas mes a mes de la compañía. . *Fuente.* Autoría Propia

Teniendo en cuenta esas ventas para un año se van a vender 1800 unidades mensualmente y se tienen en cuenta que se venderán el resto del año 2023 un total de 12.600 und.

Nota: Son proyecciones que se realizan mes a mes para tener la totalidad del año en curso, los criterios que también se tuvieron en cuenta se basan en las temporadas que se manejan anualmente, por lo tanto, hay meses que se venden más que otros.

Tabla 15

Proyecciones de ingresos por ventas

Proyección de Ventas (Anual)					
Periodo	Unidades para vender	Precio de Venta	Total de Ventas	Ventas a contado	Ventas a crédito
2023	12.600	50.000	\$ 630.000.000	\$ 252.000.000	\$ 378.000.000
2024	24.192	51.550	\$ 1.247.097.600	\$ 498.839.040	\$ 748.258.560
2025	27.095	53.200	\$ 1.441.097.600	\$ 576.578.116	\$ 864.867.174

Tabla 15 Proyecciones de Ventas Anuales

Nota. Relación de ventas estimadas para los próximos tres años. Fuente. Autoría Propia

Capital de trabajo

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

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y pasivos corrientes. 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: Remuneraciones del personal, materias primas e insumos, servicios públicos, publicidad, entre otros.

Transporte	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Costos fijos	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000	\$ 464.000
Arriendo	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Luz	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000	\$ 37.000
Internet	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Agua	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000
Flujo de Mes	\$ 52.086.*	\$ 44.376.*	\$ 54.354.*	\$ 51.827.*	\$ 59.295.*	\$ 49.257.*	\$ 44.212.*	\$ 51.657.*	\$ 51.591.*	\$ 44.013.*	\$ 51.418.*	\$ 66.304.*
Flujo Acumulado	\$ 52.086.*	\$ 96.462.*	\$ 150.816.*	\$ 202.643.*	\$ 261.939.*	\$ 311.197.*	\$ 355.409.*	\$ 407.067.*	\$ 458.659.*	\$ 502.672.*	\$ 554.090.*	\$ 620.395.*

Tabla 16 Flujo de Caja

Nota. Información de los recursos que se generan tanto de entrada como de salida en un periodo de tiempo específico. *Fuente.* Autoría Propia

***: Cifras en miles de pesos.**

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monto de capital de trabajo que se requiere para la ejecución de nuestro proyecto social.

Inversiones

Tabla 17

Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$ 9.328.000
	Equipo de oficina	\$ 3.039.000
	Terrenos	
	Muebles y enseres	\$ 3.000.000
	Equipo de transporte	\$ 150.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 1.000.000
	Gastos legales de constitución	\$ 500.000
	Marketing	\$ 0
	Arriendo	\$ 300.000
	Sueldos	
Capital de trabajo		\$ 200.000
Total		\$ 17.117.000

Tabla 17 Inversión Total

Nota. Relación de los activos de la compañía. . *Fuente.* Autoría Propia

Conclusiones

Identificar la problemática en la localidad de Bosa, nos permitió llevar a cabo un trabajo de investigación que tiene como propósito transformar moda proveniente del material textil reciclado, que a su vez benefició a las madres cabeza de familia, siendo esta la población más vulnerable de la localidad. El modelo de negocio es una parte fundamental en este proyecto, convirtiéndose en un referente en el mercado textil, implementando herramientas estratégicas con ideas claras y organizadas.

Se identificaron las etapas teniendo en cuenta la planeación y ejecución de nuestro proyecto social, mostrando lo importante, novedoso e interesante que es el contribuir con la donación de material textil para su transformación lo que genera un impacto positivo para la comunidad y el medio ambiente, lo que permitió la consecución y beneficio en el modelo de negocio y valor social de nuestro emprendimiento.

El modelo de organización que se implementó mediante la herramienta de modelo de negocio, concretando cada una de las etapas claves que se alcanzaron y se logró un plan estratégico y organizado que permitió identificar, precisar y verificar la viabilidad de este emprendimiento social, conceptualizando la importancia que tiene, para la resolución de la problemática identificada y de esta manera brindó productos de calidad a nuestro público objetivo.

Las estrategias de marketing que se implementaron para ejecutar este proyecto crearon oportunidades de negocio, que a su vez permitieron el reconocimiento de la marca y de los recursos que tenemos disponibles, para llevar a cabo una estructura decisiva que conllevo alcanzar los objetivos propuestos en un periodo de tiempo determinado y de esta manera brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

La ejecución de este proyecto social nos permitió identificar, precisar y verificar la viabilidad de este, teniendo en cuenta los recursos operativos y financieros que tenemos disponibles para su desarrollo, una estructura decisiva que conllevo a alcanzar las estrategias planteadas en beneficio de la población vulnerada madres cabeza de familia y la localidad de Bosa.

Bibliografía

2pcs Descosedor Con Manija De Plástica Herramienta De De. (n.d.). Cuotas Sin Interés.

https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1248527613-2pcs-descosedor-con-manija-de-plastica-herramienta-de-de-_JM#position=7&search_layout=tab&type=item&tracking_id=2b7e5560-bcbb-42d5-af66-06cfff8bcd5

De Comercio De Bogotá, C. (n.d.). Descargue formularios en línea - Cámara de Comercio

de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-renovaciones/Descargue-formularios>

Empleo informal y seguridad social. (s. f.). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-socia>

Formación para el trabajo. (s. f.). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/educacion/formacion-para-el-trabajo>

Gjorevska, N. (2021). Workplace spirituality and social enterprise. A review and research

agenda. *Vezetéstudomány*, 52(5), 2–13. <https://doi.org/10.14267/veztud.2021.05.01>

Hilanderías Universal – Hilanderos por Excelencia. (n.d.). <https://unihilo.com.co/>

<https://www.linio.com.co/p/canon-g2160-ampliareduce-sistema-de-tanque->

[tm6uwm?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=x&adjust_google_placement=&adjust_campaign=&adjust_adgroup=&utm_term=&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG_G2i77IHVuyppLpijtM8B9qn2IS_dcA3v_2JvpD7AW0_EsmRBZ1fCqhmcaAtGDEALw_wcB](https://www.linio.com.co/p/canon-g2160-ampliareduce-sistema-de-tanque-tm6uwm?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=x&adjust_google_placement=&adjust_campaign=&adjust_adgroup=&utm_term=&gclid=Cj0KCQjwmN2iBhCrARIsAG_G2i77IHVuyppLpijtM8B9qn2IS_dcA3v_2JvpD7AW0_EsmRBZ1fCqhmcaAtGDEALw_wcB)

Inicio de sesión. (n.d.-b). <https://www.dian.gov.co/Transaccional/GuaServiciosLinea>

Localidad Bosa Mapa. (2016). Alcaldía local de bosa Alcaldía Mayor de Bogotá

D.C. Recuperado 10 de marzo de 2023, de <http://bosa.gov.co/mi-localidad/mapas>

M vahe merdinian sa. (2019, August 16). Poliester Texturizado fraccionado | Hilos Vahe -

Fabrica de hilos Para coser. Hilos Vahe - Fabrica De Hilos Para Coser |

Hilos De Alta Tenacidad, Costura De Todo Tipo.

https://www.hilosvahe.com/img_3147-texturiz/

Mapas. (s/f). Gov.co. Recuperado el 23 de marzo de 2023, de [http://bosa.gov.co/mi-](http://bosa.gov.co/mi-localidad/mapas)

[localidad/mapas](http://bosa.gov.co/mi-localidad/mapas)

Martínez, L. (2020, June 8). Herramientas creativas: el lápiz. Domestika.

<https://www.domestika.org/es/blog/3776-herramientas-creativas-el-lapiz>

MERCATEX PROMOS SAS. (n.d.). ESFEROS archivos - | | Merchandising para

Empresas. | | Merchandising Para Empresas. [https://textipromos.com/product-](https://textipromos.com/product-category/esferos/?doing_wp_cron=1683504916.1326789855957031250000)

[category/esferos/?doing_wp_cron=1683504916.1326789855957031250000](https://textipromos.com/product-category/esferos/?doing_wp_cron=1683504916.1326789855957031250000)

Offset, I. (2021, December 13). Papel impresora al mejor precio: Normal, adhesivo y para

foto. Imprenta Online Barata. <https://imprenta-offset.com/tienda/papel-impresora/>

Papeles. (2021, October 5). Portafolio | Papelsa | cajas de carton | fabricacion de carton |

Colombia. PAPELSA: Cajas De Cartón | Cartón Corrugado | Fabrica De Cartón |

Fabrica De Papel | Cajas De Cartón Corrugado | Empaques De Cartón.

<https://papelsa.com/portafolio/>

Papelsa. (2021, October 5). Portafolio | Papelsa | cajas de carton | fabricacion de carton |

Colombia. PAPELSA: Cajas De Cartón | Cartón Corrugado | Fabrica De Cartón |

Fabrica De Papel | Cajas De Cartón Corrugado | Empaques De Cartón.

<https://papelsa.com/portafolio/>

PC SYSTEM. (2023, April 2). Portátil Lenovo IdeaPad 3 14IIL05 Core i3-1005G1 4GB 1TB 14". PCSYSTEM. <https://pcsystemcolombia.com/product/portatil-lenovo-ideapad-3-14iil05-core-i3-1005g1-4gb-1tb-14/>

Pobreza y condiciones de vida. (s. f.). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida>

Pobreza y condiciones de vida. (s/f). Gov.co. Recuperado el 23 de marzo de 2023, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida>

Reseña Histórica. (2016). ALCALDÍA LOCAL DE BOSA Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Recuperado 25 de marzo de 2023, de <http://bosa.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>

Story Map Series. (s. f.). <https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=e3f7da17b0784cb1bf9bcf80bf79aa65>

Story Map Series. (s. f.). <https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=e3f7da17b0784cb1bf9bcf80bf79aa65>

Story Map Series. (s/f). Arcgis.com. Recuperado el 23 de marzo de 2023, de <https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=e3f7da17b0784cb1bf9bcf80bf79aa65>

Tijeras Corneta metálica 9 pulgadas acero inoxidable – Maquinas de Confección. (n.d.). <https://maquinasdeconfeccion.com/producto/tijeras-corneta-metalica-9-pulgadas-acero-inoxidabe/>

Tiza De Sastre, Paquete De 12, Tiza De Tela, Tiza De Costura. (n.d.). Envío Gratis.

https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-609181967-tiza-de-sastre-paquete-de-12-tiza-de-tela-tiza-de-costura-_JM

Villa Sánchez, A., Arias Guzmán, M. de J., & Peña-Lang, M. B. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educación*, 57(1), 97–116.

<https://doi.org/10.5565/rev/educar.1153>

Anexos

Encuestas

	Antes	Durante	Después
Nombre	¿Qué opina usted, sobre la reutilización de la ropa ya no usada?	¿Usted estaría dispuesto a comprar ropa reutilizada y transformada?	¿Usted cree que de esta forma se puede ayudar a las mujeres más vulnerables ubicadas en Bosa, por falta de recursos y además ser un emprendimiento con el resto de la población?
Argenis	Es una buena opción para la gente de bajos recursos, ya que para ellos aún sirven y les darán un buen uso	No	Se beneficiaría a las mujeres más vulnerables, ya que al obtener este beneficio satisfacen sus necesidades de vestir, además de ser un emprendimiento que favorece al resto de la población, ya que hay muchas personas que si adquieren productos de ropa transformada y por ende puede ser un emprendimiento rentable.
Beltrán			
Vargas			

Yon Jairo	La reutilización de la	Si estaría dispuesto,	Yo creo que apoyar y fomentar
Timote	ropa usada nos da el	ya que con ello se	el crecimiento local de las
Ruiz	beneficio de	ahorra agua y	mujeres de Bosa y sus ideas
	colaborar con el	millones de	innovadoras en realizar cosas
	medio ambiente,	toneladas de basura	distintas con la reutilización de
	porque ya no se	textil.	la ropa, favorece el satisfacer
	emplearían tantos		sus necesidades básicas
	químicos que se		
	utilizan en el proceso		
	de la nueva, además		
	que la podemos		
	reutilizar de varias		
	maneras como		
	haciendo bolsos,		
	mochila, porta vasos.		

Gina de la	En el punto de vista	Si	Por supuesto ya que estas
Hoz	de ella se debe		mujeres se verían beneficiadas
Guevara	implementar más, ya		de alguna manera u otra
	que en algunos		
	lugares encontramos		
	tiendas de segunda		
	mano.		

Luz	En muchos países es	Si, compraría y	Si ayudaría. Mejoraría la
Adriana	algo muy normal y	transformaría	calidad de vida de las personas
Manjarrez	común comprar ropa		vulnerables y estas tendrían
Machacón	y artículos de		trabajo el cual sería
	segunda mano ya que		remunerado, la población se
	es una forma de		beneficiaría económicamente
	alargar su ciclo de		comprando ropa de buena
	uso, reutilizar y		calidad a precios muy
	reciclar,		asequibles
	disminuyendo los		
	altos índices de		
	contaminación que		
	enfrentamos y las		
	consecuencias		
	negativas que esto		
	trae para el medio		
	ambiente. También se		
	puede decir que		
	muchos		
	consumidores buscan		
	calidad a bajos		
	precios.		

Henry	Opino que es un	No, por temas de	Claro que sí, porque se ven
Chaparro	método significativo	salud e higiene ya	beneficiadas directamente de
Páez	ya que esto	que es una persona	algo positivo y además si es un
	disminuye	muy sensible de la	buen emprendimiento ya que
	contaminación,	piel y de constantes	hay un gran porcentaje de
	precios y economía,	alergias	población que usa este método
	tenemos dos		de compra tipo garaje o de ropa
	alternativas comprar		de segunda mano.
	ropa de esta para		
	nuestro uso personal		
	o dar esta ropa a las		
	personas más		
	vulnerables.		

Encuesta**Laura Zea**

¿Con qué frecuencia va usted a comprar ropa?

Mensual

Semanal

Anual

¿Qué haces con tu ropa vieja?

La reparo

La dono

La boto

¿Conoce usted el tipo de prácticas amigables con el medio ambiente para el proceso de la reutilización de prendas textiles?

Si

No

¿Recomendaría a sus familiares donar ropa vieja para el proceso de transformación textil?

Si

No

¿Adquiere prendas textiles utilizadas y transformadas?

Si

No

German Cicuamia

¿Con qué frecuencia va usted a comprar ropa?

Mensual

Semanal

Anual

¿Qué haces con tu ropa vieja?

La reparo

La dono

La boto

¿Conoce usted el tipo de prácticas amigables con el medio ambiente para el proceso de la reutilización de prendas textiles?

Si

No

¿Recomendaría a sus familiares donar ropa vieja para el proceso de transformación textil?

Si

No

¿Adquiere prendas textiles reutilizadas y transformadas?

Si

No

Sindy Patiño

¿Con qué frecuencia va usted a comprar ropa?

Mensual

Semanal

Anual

¿Qué haces con tu ropa vieja?

La reparo

La dono

La boto

¿Conoce usted el tipo de prácticas amigables con el medio ambiente para el proceso de la reutilización de prendas textiles?

Si

No

¿Recomendaría a sus familiares donar ropa vieja para el proceso de transformación textil?

Si

No

¿Adquiere prendas textiles reutilizadas y transformadas?

Si

No

Paola Rojas

¿Con qué frecuencia va usted a comprar ropa?

Mensual

Semanal

Anual

¿Qué haces con tu ropa vieja?

La reparo

La dono

La boto

¿Conoce usted el tipo de prácticas amigables con el medio ambiente para el proceso de la reutilización de prendas textiles?

Si

No

¿Recomendaría a sus familiares donar ropa vieja para el proceso de transformación textil?

Si

No

¿Adquiere prendas textiles reutilizadas y transformadas?

Si

No

Maribel Gómez

¿Con qué frecuencia va usted a comprar ropa?

Mensual

Semanal

Anual

¿Qué haces con tu ropa vieja?

La reparo

La dono

La boto

¿Conoce usted el tipo de prácticas amigables con el medio ambiente para el proceso de la reutilización de prendas textiles?

Si

No

¿Recomendaría a sus familiares donar ropa vieja para el proceso de transformación textil?

Si

No

¿Adquiere prendas textiles reutilizadas y transformadas?

Si

No

Carta Aval



INDUSTRIAS REAL S.A.

NIT: 860.062.466-4

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Cordones | <input checked="" type="checkbox"/> Galones |
| <input checked="" type="checkbox"/> Elásticos | <input checked="" type="checkbox"/> Zig-Zag |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cintas | <input checked="" type="checkbox"/> Sutache |
| <input checked="" type="checkbox"/> Reatas | <input checked="" type="checkbox"/> Crochet |

TODO EN TRENZADOS

Bogotá 14 de abr. de 23

Señores

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Asunto: Aval Proyecto Social

Para Industrias Real S.A., es un gusto socializarles el aval que nuestra compañía da al proyecto social que están adelantando los estudiantes de su **Diplomado de profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social**, según información suministrada los integrantes del grupo son:

Luz Angela Páez

Deiscy Cicuamia

Marcela Suarez

Milena Fajardo Merchán

Santiago Mazo

Nuestra empresa en unión con Modanova S.A., nombre comercial Almacenes Brissa NIT. 8001616563, tenemos una relación comercial de 10 años, en donde hemos trabajado tanto en proveeduría como en proyectos sociales, ayudando a comunidades desfavorecidas o emprendimientos que representen un beneficio para todas las partes involucradas, actualmente se trabaja con el programa escuelas de formación de la CCB y las universidades vinculadas al mismo.

En este proyecto nuestra compañía se compromete a entregar la maquinaria necesaria en figura de comodato en las instalaciones asignadas, dos máquinas planas, dos máquinas fileteadoras, dos máquinas cerradoras, máquina contadora de metros, para un total de siete máquinas durante un periodo de seis meses prolongables dependiendo de análisis de resultados, para el inicio del proceso

Av. Carrera 68 No. 17 - 20 - PBX: 290 70 55
E-mail: info@indureal.com.co - Bogotá D.C. - Colombia



INDUSTRIAS REAL S.A.

NIT: 860.062.466-4

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Cordones | <input checked="" type="checkbox"/> Galones |
| <input checked="" type="checkbox"/> Elásticos | <input checked="" type="checkbox"/> Zig-Zag |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cintas | <input checked="" type="checkbox"/> Sulache |
| <input checked="" type="checkbox"/> Reatas | <input checked="" type="checkbox"/> Crochet |

TODO EN TRENZADOS

de adaptación de las telas, en donde Modanova S.A. dispondrá de las mismas con el fin de ser utilizadas para la fabricación final de una línea específica de sus productos de lencería para el hogar, nosotros sus proveedores en elásticos, cintas y rígidos es este segmento.

Informamos que el auditor designado para presentar un informe trimestral en donde se vean los avances, consumos y demás variables que sean necesarias para su control es la Señora Milena Fajardo identificada con Cedula de Ciudadanía 52786440 de Bogota.

Cordialmente,

MAURICIO GARAY ANDRADE

Gerente General

Industrias Real S.A.

NIT. 860062466-4

Celular. 3103048336 - 3054661630

Av. Carrera 68 No. 17 - 20 - PBX: 290 70 55
E-mail: info@indureal.com.co - Bogotá D.C. - Colombia