

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	1 de 78

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO HILOS DE ORO, UNA APUESTA SOCIAL Y  
EDUCATIVA



CINDY YULIANA TORRES MUÑOZ

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA  
MANIZALES, 2018

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	2 de 78

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO HILOS DE ORO, UNA APUESTA SOCIAL Y  
EDUCATIVA

CINDY YULIANA TORRES MUÑOZ

Trabajo de grado para optar por el título de Especialista en Gerencia Educativa

DAVID ARTURO OSPINA RAMÍREZ

Mg. en Gestión de Proyectos – Mg. en Educación y Desarrollo Humano

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES

FACULTAD DE EDUCACIÓN

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA

MANIZALES, 201

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	3 de 78

**Nombre del proyecto**

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO HILOS DE ORO, UNA APUESTA SOCIAL Y EDUCATIVA

**TABLA DE CONTENIDO**

Introducción ..... 9

Justificación..... 10

Objetivos ..... 11

    General ..... 11

    Específicos..... 11

Resumen Ejecutivo..... 12

Planteamiento y descripción de la Oportunidad de Negocios..... 14

    Contextualización: Global – Regional, Local y Sectorial ..... 14

    Descripción de la Oportunidad de Mercado: ..... 18

    Estimación de Demanda: ..... 19

    Tamaño del mercado ..... 20

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	4 de 78

Estructura del Mercado.....	20
Plan de Mercado.....	21
Modelado de Negocios .....	22
Análisis de Segmentos de Mercado.....	32
Análisis de la Competencia .....	33
Estrategia de Mercados.....	34
Propuesta de Valor .....	35
Estrategia de Distribución .....	35
Estrategia de Precio .....	36
Estrategia de Promoción.....	39
Estrategia de Servicio .....	40
Proyección de Ventas .....	40
Plan Operativo.....	41
Ficha técnica de producto o servicio .....	41
Análisis de la Cadena de Valor .....	44
Actividades primarias: .....	44
Operaciones: .....	45
Servicio posventa: .....	46

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	5 de 78

Actividad Soporte: .....	47
Proceso de producción .....	48
Análisis de requerimientos .....	49
Necesidades de maquinaria .....	49
Necesidades de materiales .....	49
Necesidades de personal .....	50
Equipo de Trabajo: .....	50
Análisis de Localización .....	50
Plan Organizacional .....	51
Pensamiento estratégico .....	51
Principios Corporativos .....	51
Misión de la Empresa.....	52
Visión de la Empresa .....	52
Objetivos Estratégicos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Estructura organizacional.....	53
Proceso de Educación .....	54
Taller piloto .....	57
Análisis Legal y Normativo .....	60

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	6 de 78

Legislación aplicable .....	60
Tipo de sociedad:.....	62
Obligaciones y beneficios.....	64
Impacto Económico .....	64
Impacto Social.....	65
Impacto Ambiental.....	65
Plan Financiero.....	67
Análisis de costos de operación.....	67
Plan de inversiones .....	68
Plan de financiación .....	69
Análisis del punto de equilibrio.....	70
Estado de resultados .....	71
Flujo de caja .....	72
Balance general .....	73
Análisis de indicadores financieros .....	74
Conclusiones .....	75
Recomendaciones.....	75
Bibliografía .....	77

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	7 de 78

### **Lista de Ilustraciones**

<i>Ilustración 1.</i> Ventas Anuales .....	41
<i>Ilustración 2.</i> Proceso de Producción.....	48
<i>Ilustración 3.</i> Localización Hilos de Oro. ....	51
<i>Ilustración 4.</i> Organigrama Hilos de Oro. ....	53
<i>Ilustración 5.</i> Los 4 pilares de la educación. Grafica de diseño propia, fundamentada teóricamente por Jacques Delors. ....	55
<i>Ilustración 6.</i> Costos de Operación. ....	67
<i>Ilustración 7.</i> Inversiones en Bienes de Uso. ....	68
<i>Ilustración 8.</i> Planes de inversión. ....	69
<i>Ilustración 9.</i> Punto Equilibrio Económico. ....	70
<i>Ilustración 10.</i> Estado de Resultados. ....	71
<i>Ilustración 11.</i> Flujo de Caja.....	72
<i>Ilustración 12.</i> Balance General.....	73
<i>Ilustración 13.</i> Indicadores Financieros. ....	74

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	8 de 78

### Lista de tablas

Tabla 1 <i>Modelo de negocio</i> .....	22
Tabla 2 <i>Distribuidores de tejidos</i> .....	34
Tabla 3 <i>Canales de venta exige un medio de entrega del producto</i> .....	35
Tabla 4 <i>Productos</i> .....	37
Tabla 6 <i>Ficha técnica</i> .....	41
Tabla 7 <i>Equipos</i> .....	49
Tabla 8 <i>Taller piloto</i> .....	57

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	9 de 78

## **Introducción**

El presente documento es un informe final de un proceso de emprendimiento y educación, en el cual se plasma la relación que puede existir entre educación, formación humana y emprendimiento. En un primer acápite se encontrarán aspectos relacionados con la justificación de la propuesta de emprendimiento social en conjunto a la oportunidad de mercado desde el ámbito internacional, nacional y regional donde se plasma un panorama de posibilidades desde desarrollo y educación para la propuesta. En este sentido, se pretende visibilizar como un modelo de negocio económico que impacta de forma social y en términos educativos la población femenina considerada en indefensión.

En primer lugar, se plantea el modelo de negocio como una propuesta de emprendimiento viable y rentable, los cuales son ítems determinados desde el desarrollo de un plan de mercadeo y un plan financiero expuestos en el proyecto.

En segundo lugar, se representa el proyecto desde un modelo social enfocado a la educación y la inclusión laboral de mujeres en condiciones de vulnerabilidad e indefensión, los cuales son visibles en la visión y misión, en la propuesta de valor y en el impacto social que pretende el proyecto.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	10 de 78

### **Justificación**

Al entender el concepto de capacidad como instrumento de cambio individual, surge el emprendimiento como una capacidad que posibilita en cada una de las participantes, quienes son mujeres en condiciones de vida particulares a la búsqueda de nuevas acciones con el fin de mejorar su calidad de vida, siendo este un objetivo que hace pertinente este proyecto.

Nussbaum (2012) reflexiona sobre el valor de las mujeres, que, a diferencia de las piedras, de los árboles y de los caballos, tiene el potencial de llegar a desempeñar valiosas funciones en la sociedad, siempre que se le proporcione suficiente nutrición, educación y apoyo. Esta es la razón por la que su desigual desarrollo es un problema de justicia, por lo que la solución depende de todos los seres humanos.

Dentro del contexto nacional son diversos los factores que influyen y determinan la actividad empresarial y la creación de nuevas empresas en el país lo cual está relacionado directamente con la motivación, expectativas y formación académica con la que cuenta la población femenina y principalmente en condición de vulnerabilidad en Colombia, factores que a nivel institucional desde la Fundación Casa de la Mujer y el proyecto Hilos de Oro posibilitan consolidar una idea de emprendimiento educativo.

Finalmente, el reto se centra en potenciar el emprendimiento desde cada uno de los contextos de las mujeres involucradas, formulando una propuesta empresarial donde las mujeres ponen en función sus habilidades artísticas con el fin de crear nuevas capacidades humanas.

La fundación Casa de la Mujer mediante su modelo pedagógico, plantea el arte como medio para establecer procesos de educación capaces de desarrollar en las mujeres participantes

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	11 de 78

la construcción de nuevos proyectos de vida, teniendo en cuenta las particularidades de contexto institucional y de la población participante.

## **Objetivos**

### **General**

- Generar capacidades humanas en mujeres en condición de indefensión, a través de proceso de aprendizajes orientados desde los 4 pilares de la educación, en función de generar un modelo social colaborativo orientado a la inclusión laboral.

### **Específicos**

- Generar un modelo de negocio económico que permita el reconocimiento de una nueva marca de artículos femeninos, con el fin de aportar a la generación de empleo y el consumo responsable.
- Implementar un modelo de negocio social en búsqueda del bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de mujeres en prisión domiciliaria y condición de vulnerabilidad pertenecientes a la fundación Casa de la Mujer Mariana en el municipio de Chinchiná-Caldas.
- Desarrollar un modelo de negocio social, enfocado al posicionamiento de una nueva marca de artículos femeninos y al reconocimiento de las mujeres en condición de vulnerabilidad como sujeto de cambio y transformación social

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	12 de 78

## Resumen Ejecutivo

El concepto de negocio que desarrolla Hilos de Oro no solo se centra en la fabricación de artículos femeninos, bolsos, carteras, sobres, cosmetiqueras y billeteras, sino en un doble modelo de negocio, el cual busca generar impacto desde la parte educativa y social. Centrando su propuesta de valor en un artículo novedoso con diseño y de calidad para uso diario de la población femenina, y un valor educativo que posibilita a mujeres en situación de indefensión la posibilidad de vincularse a un ámbito laboral.

Es en este sentido, el potencial de mercado de la marca, se enfoca en población femenina con un nicho de mercado centrado en un mujer con estilos de vida alternativos, con una conciencia sobre los métodos de producción y el ciclo de vida de los productos que consume, es una mujer que le da valor a lo artesanal y al producto realizado en Colombia, y siente interés por el apoyo al productor vulnerable. Este nicho se encuentra representado Según el DANE (2018), en 25.228.444 mujeres, de las cuales, el 28.1% se ubican entre los 20 y los 55 años, el rango de edad en el cual se enfoca Hilos de Oro. Lo anterior, indica que, 7.089.192 mujeres en Colombia se encuentran en las edades que pueden ser interés del tipo de producto generado por este emprendimiento.

Al reconocer este nicho de mercado la propuesta se enmarca en brindar al cliente productos para el uso diario de la población femenina los artículos de la marca son considerados un artículo elemental para dicha población. En este sentido, el valor del producto se caracteriza no solo por su trasfondo social y educativo el cual busca impactar de manera positiva al desarrollo de nuevas oportunidades laborales a mujeres consideradas en condición de

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	13 de 78

vulnerabilidad e indefensión, sino por su proceso de elaboración, el cual ofrece un producto hecho con materiales reciclables en un 50%, para el caso del material textil, por lo tanto amigable con el medio ambiente, si se tiene en cuenta el impacto ambiental que generan los residuos textiles considerados altamente contaminantes.

Es importante mencionar que la propuesta de emprendimiento cuenta con un plan de inversiones mínimo, representado en herramientas para la producción de artículo, pero que se proyecta la posibilidad de adquisición de un espacio propio, con instalaciones educativas y de formación en el arte del tejido.

Finalmente, nuestro equipo de trabajo está conformado por líder emprendedor, Cindy Yuliana Torres, representante de la Marca y representante legal de la fundación Casa de la Mujer Mariana mediante la cual se desarrollan los espacios de educación y el taller productivo.

Jhon James Salazar Soto, administrador de empresas y especialista en alta gerencia, apoya todos los procesos contables y financieros del emprendimiento. Bajo la figura de socio.

Doralba Torres Galeano, Abogada, directora de la fundación Casa de la Mujer, institución aliada para los procesos de producción y educativo.

Equipo de taller, Yolanda Ramírez, supervisora del taller y docente de la técnica tejido en trapillo.

Carmen Valderrama, Artesana y diseñadora del taller.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	14 de 78

## Planteamiento y descripción de la Oportunidad de Negocios

### Contextualización: Global – Regional, Local y Sectorial

A medida que el mercado evoluciona nacen nuevas ideas de incursionar desde sus diferentes dimensiones económicas, así mismo se generan nuevas oportunidades de emprendimiento que visibilizan características favorables de productos a partir del movimiento natural del mercado y de la conducta del consumidor. Para este caso se vislumbra una oportunidad de mercado enfocada en la creación de artículos para la población femenina, desarrollados con características muy particulares y propios de la cultura, dichos artículos se encuentran clasificados como accesorios y marroquinería muy específicamente bolsos, cosmetiqueras y cartucheras entre otros artículos tejidos bajo la técnica de *patchwork*<sup>1</sup> la cual es reconocida como una técnica artesanal para la elaboración de tejidos a través de tela.

En este sentido, se pretende evidenciar como el diseño de accesorios y en especial contruidos de forma artesanal ocupan una importante oportunidad dentro del mercado internacional, nacional y local. Según la UNESCO:

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se produce sin limitación, por lo que se refiere a la cantidad y utilización de materias primas procedentes de

---

<sup>1</sup> Patchwork: concepto artesanal que significa tejido en tela; palabra utilizada en el vocabulario artesanal.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	15 de 78

recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente. (UNESCO, 1997, p. 3)

En un primer lugar, desde el panorama internacional la comercialización de productos artesanales ha ganado un espacio importante dentro del mercado, convirtiéndose en una valiosa oportunidad de venta y comercialización para este artículo elaborado a mano y en un 50% con materiales reciclables, sin desestimar las falencias que aun enfrentan los emprendedores al momento de incursionar en el mercado internacional, si se tiene en cuenta situaciones como la falta de información y capacitación, acceso al crédito y a los canales de distribución, entendiendo que hay que reconocer primero las falencias de incursionar en el mercado para así poder reconocer las oportunidades que este brinda para el crecimiento y reconocimiento desde las diferentes actividades. Dentro de este panorama cabe destacar como una oportunidad, las nuevas prácticas de comercio justo que se han creado como una alternativa de comercio, según Brigas & Capaldi:

El comercio justo representa probablemente el último y más completo escalón de consumo responsable, sus requisitos garantizan condiciones laborales e ingresos dignos para productores y distribuidores en origen, la eliminación de la especulación intermediaria y la precisa información al consumidor (Brigas & Capaldi, 2013, p. 4).

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	16 de 78

Dicha alternativa potencia y garantiza a los nuevos emprendedores un mercado más estable, libre, directo y honesto donde sin duda alguna encontrara igualdad de condiciones y una gran oportunidad de negociación (Morales Laguna, 2012).

En segundo lugar, desde el panorama nacional se hace evidente la gran variedad de productos hechos a mano y con una calidad sorprendente, lo que ha facilitado la apertura de oportunidades en el contexto nacional, generando interés por parte del estado en promover artesanías de mejor calidad, diversidad en materiales, innovación y mano de obra de acuerdo a la demanda de productos por medio de la promoción en páginas web, además que diferentes entidades e instituciones privadas y públicas se preocupan y tienen planes de desarrollo para el sector artesanal.

En la actualidad se cuenta con una gran variedad de programas desde diferentes esferas del desarrollo cultural y económico como bien se expone en el proyecto artesanía de Colombia. Dichos programas también los hace evidente Dinero (2016), al expresar que “más de 350.000 colombianos se dedican a la producción de artesanía. La demanda internacional crece y la exportación es una ventana de oportunidad” (p. 2). Apostando de manera contundente a nuevas posibilidades de crecimiento para el mercado micro y macro de las empresas del sector, también es interesante la descripción que realiza la revista de este mercado, donde expresan:

Historias bordadas, tejidas o labradas en piezas únicas hechas a mano han convertido a Colombia en uno de los países con mayor riqueza artesanal en el continente y sus artesanos en un verdadero referente de originalidad e innovación en el mundo. (...) Colombia ha ganado un importante reconocimiento dentro de

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	17 de 78

mundo artesanal, donde un 15% de la ocupación manufacturera, es decir unas 350.000 personas, de acuerdo con datos de Procolombia, entre las cuales la tejeduría se convierte en el principal oficio, seguido de la talla en madera y la cerámica. (Revista Dinero, 2016, p. 6)

Sin duda alguna el panorama nacional se ha convertido en un escenario de oportunidades y es bastante alentador para los nuevos emprendedores. Otra oportunidad importante que se evidencia es el asesoramiento que se obtiene a través de estos programas, un ejemplo valioso es la tendencia tanto en diseño como de consumo que muestra “Artesanías de Colombia”, para el caso de su feria anual, presentan como referente las tendencias: ETNO, haciendo referencias a productos elaborados a partir de materias primas locales, cargadas de historia y significado. Productos que entregan una carga emocional a través de sus materiales y la exaltación de las técnicas artesanales enmarcadas en estéticas propias. La tendencia NEO, muestra el contraste de la vida contemporánea y la riqueza de lo tradicional en productos que vinculan el valor del diseño y proponen nuevas experiencias logrando una armonía y claridad del producto y ECO, Son productos que brindan un re-significado del objeto de desecho mediante procesos de reuso o reciclaje, vinculando las diversas técnicas artesanales, generando un valor compartido con el medio ambiente y el desarrollo de productos de manera racional y coherente. (Mincomercio, 2016)

Desde esta perspectiva, también se logra evidenciar el crecimiento en ventas de los productos artesanales en el panorama nacional, como bien, lo hace publicó la revista Dinero, “en el 2017 se registran ventas por \$24. 500 millones, de acuerdo con cifras de artesanías de

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	18 de 78

Colombia” (Dinero, 2018, p. 3). La revista hace alusión a cifra mencionadas según Ana Maria Fries quien maniesta que el objetivo es alcanzar un crecimiento del 5% para el años actual o mantener la cifra registrada, teniendo en cuenta que año tras año los resultados han venido en alza con productos de diferentes iniciativas orientadas a visibilizar, potenciar y consolidar el sector.

En tercer lugar, el panorama local da muestra de diferentes escenarios de oportunidad, tanto desde programas creados por entidades públicas y privadas a través de las ferias artesanales características de la Ciudad de Manizales, donde se exponen variedad de productos hechos a mano con el fin de ganar posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

Finalmente, desde los 3 diferentes panoramas se representan diversas formas de fortalecer la idea de emprendimiento, ya que cada uno aporta de manera significativa al cumplimiento desde los objetivos de negocio.

### **Descripción de la Oportunidad de Mercado:**

Es en esta dirección que la proyección del negocio enfoca cada una de sus prácticas en función de impactar en un primer ámbito el mercado regional, donde se logre un acercamiento con publico estratégico femenino, es decir, que los productos sean reconocidos no solo como un artículo útil sino bello visualmente, y que a la vez impacten por su fabricación, direccionada al cuidado del medio ambiente y al impacto social, donde la población femenina tiene el mayor logro al incluirse una población invisible ante los programas sociales del estado y al reconocerse como una población capaz de trascender en su realidad social y familiar.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	19 de 78

### **Estimación de Demanda:**

El proyecto reconoce que las mujeres en estado de indefensión de la ciudad de Chinchiná, del departamento de Caldas, son quienes participarán como actores fundamentales del proyecto, desde la construcción de los artículos, y desde el ejercicio de formación para el trabajo y el desarrollo humano; sin embargo, también se reconoce la necesidad de indagar por el público que demandará de los productos generados por estas mujeres.

Mediante la construcción de la propuesta de emprendimiento se hizo evidente no solo reconocer e indagar acerca de los diseños y nuevos artículos contruidos a través del tejido en el mercado, sino el auge que aun este tiene dentro del mercado femenino, donde en un primer lugar damos inicio a la segmentación de este, partiendo de que es un producto hecho para Mujeres, y que se determina como un elemento principal en el look de ellas. Es importante mencionar que el articulo (bolsos tejidos a mano en tela) es un artículo versátil, cómodo, con diseño y calidad. Que pretende incursionar, en un inicio en un mercado de mujeres alternativas, definida por Coco Chanel:

A una chica alternativo, le gusta tomar riesgos y marcar la diferencia, vive la vida, elige el camino que más disfrute, autentica hasta la locura, las personas la describen como una mujer única, le gusta decir lo que piensa y siente, pues para ella eso es una muestra de honestidad, nunca ha aceptado que le digan lo que debe hacer. (*s.f., s.p.*)

Ser alternativa para Hilos de Oro, es plasmar en los artículos los gustos, colores y diseños que sus usuarios deseen, sin perder la comodidad e informalidad que caracteriza la marca.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	20 de 78

En este sentido, el producto va dirigido a mujeres pertenecientes a estratos 3, 4, 5 y 6, lo cual está determinado por la facilidad de adquirir en cuanto a precio. Es relevante mencionar que la marca se caracteriza por su sentido social, si mencionamos que cada uno de los productos son fabricados por mujeres en condición de vulnerabilidad, lo cual es un determinante a la hora de impactar en aquella población femenina y masculina que fijan su compra en producto con un trasfondo sostenible, en cuanto al cuidado del medio ambiente durante los procesos de producción y el sentido de bienestar que la marca ofrece a la población.

### **Tamaño del mercado**

Según el DANE (2018), en Colombia existen hoy 25.228.444 mujeres, de las cuales, el 28.1% se ubican entre los 20 y los 55 años, el rango de edad en el cual se enfoca Hilos de Oro. Lo anterior, indica que, 7.089.192 mujeres en Colombia se encuentran en las edades que pueden ser interés del tipo de producto generado por este emprendimiento.

En el contexto regional, el 57% de los habitantes son mujeres (DANE, 2018), lo cual indica que aproximadamente en la ciudad, existen 226.555 mujeres, según los datos registrados en la Alcaldía de Manizales (2014). De estas 226.555 mujeres, aproximadamente, 63.435 se ubican entre los 20 y los 55 años, de las cuales, 41.502 viven en estratos 3, 4, 5 y 6, (Alcaldía de Manizales, 2017), por lo tanto, estas mujeres se convierten en el nicho de mercado a abordar desde este proyecto.

### **Estructura del Mercado**

La mujer consumidora de los productos de Hilos de Oro, es una mujer con estilos de vida alternativos, con una conciencia sobre los métodos de producción y el ciclo de vida de los

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	21 de 78

productos que consume. Esta mujer también le da valor a lo artesanal y al producto realizado en Colombia, y siente interés por el apoyo al productor vulnerable.

### **Plan de Mercado**

Es representación para el desarrollo del modelo de negocio, se plantea la estrategia CANVAS, Modelo que se ha convertido desde el 2008 como herramienta estrella en la gestión estratégica y empresarial de un negocio. El modelo CANVAS permite ver y moldear en un solo folio, estructurado en nueve elementos, cual es el modelo de nuestro negocio. Y lo mejor de todo, es tan sencillo que puede ser aplicado en cualquier escenario, ya sea una pequeña, mediana y gran empresa. Además, no sólo sirve para las nuevas empresas sino también para aquellas que ya están establecidas.

En definitiva, este modelo trata de aprender muy rápido sobre el mercado, en un corto tiempo y con el mínimo coste. Con el objetivo de lograr un modelo que busque la agilidad y la reducción del tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, para finalmente generar productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y aporten valor.

 <b>Universidad Católica de Manizales</b>	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	22 de 78

## Modelado de Negocios

Tabla 1

*Concepto de negocio "HILOS DE ORO" Un bello complemento.*

1. Aliados clave	2. Actividades clave	3. Productos-servicios	4. Relaciones con los clientes	5. Clientes, nichos de mercado
<p><b>Universidad Católica de Manizales:</b> La universidad a través de su unidad de emprendimiento posibilita a este proyecto una asesoría desde todos los aspectos fundamentales del proceso de</p>	<p><b>Reconocimiento de la población femenina participante de la institución y la propuesta de emprendimiento:</b> será de vital importancia analizar las condiciones de vida de las mujeres</p>	<p>Se oferta un artículo femenino de excelente calidad, hecho completamente a mano con materiales reciclables en excelente estado para el caso de fibras como la licra y el acetato. Como producto inicial se fabricaran bolsos, cosmetiqueras, cartucheras y</p>	<p><b>Almacenes artesanales:</b> la relación se busca desde una negociación de compra de los productos fabricados desde la línea de diseño que el almacén lo requiera.</p>	<p><b>Población femenina interesada en look alternativos,</b> Algunas mujeres aman la idea de vestirse fuera de lo común, lo que es muy divertido y es una de las mejores formas de expresarse. <b>Población femenina interesada en un</b></p>



negocio.	perteneciente al modelo de negocio, para así diseñar los medios y formas de trabajo para la construcción de los artículos ofertados.	billetteras dirigido a la población femenina.	Teniendo en cuenta los productos que actualmente distribuye y las necesidades del negocio.	<b>look informal</b> , la marca y diseños posibilitan a esta población diferentes estilos que van a la vanguardia en colores y tendencias que proporciona comodidad
<b>Fundación casa de la mujer mariana:</b> La institución se vincula a la propuesta posibilitando espacios de trabajo y a la vez hace parte del modelo	<b>Producción de artículos femeninos de manera artesanales:</b> la institución casa de la Mujer facilita un espacio o taller para la construcción de los artículos,	<b>Bolsos de 36 vueltas en tejido sencillo:</b> es un bolso adecuado para el uso femenino con la textura adecuada para llevarlos elementos característicos femeninos. Hechos con una puntada de medio punto, de tamaño cerrado para	<b>Clientes en venta directa:</b> Considerados clientes dentro del círculo social y el voz a voz, y también aquellos atraídos por	



Universidad  
Católica  
de Manizales

PROCESO EMPRENDIMIENTO

Código:

INV-F-55

INFORME FINAL

Versión:

2

TRABAJO DE GRADO

Página:

24 de 78

social, ya que vincula y atiende mujeres en condición de vulnerabilidad quienes a través de la educación se encuentran en búsqueda de mejorar su calidad de vida.	dicho espacio cuenta máquinas de coser y herramientas para construcción como agujas especiales para su tejido, broches, cremallera y tapa nudos para el adorno característico de la marca.	una buena contextura del tejido. (bolso rojo)	medio de los diferentes eventos sociales o ferias en las que se presentara el producto.	
---	--	---	---	--



<b>Fondo</b>	<b>Creación de</b>	<b>Billeteras en</b>	<b>Contacto</b>	<b>Población</b>
<b>emprender:</b> Pertenciente al servicio Nacional de aprendizaje (SENA), Es un fondo de capital semilla, cuyo objetivo exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por profesionales graduados o	<b>capacidades:</b> A través de los talleres de incorporación al trabajo se busca también el desarrollo de capacidades como el liderazgo, el empoderamiento y el auto conocimiento de la mujeres por medio de diferentes estrategias de educativas.	<b>palotes:</b> La construcción de las billeteras se hace desde 2 líneas, una tipo cartuchera la cual el cliente puede darle un uso especial según su necesidad y otra con compartimento para una organización de cada uno de sus documentos. El tamaño es de preferencia del usuario igual que el color.	<b>con clientes por medio de canales virtuales:</b> A través de las diferentes plataformas se facilitara dar un reconocimient o al producto, y se buscara concretar ventas para el caso del Instagram y la App inicialmente.	<b>femenina interesada en productos hechos a manos y con un trasfondo social:</b> Como bien la actualidad lo expone el consumismo ha trascendido en un población que no solo busca productos útiles para su cotidianidad sino productos que de calidad y que aporten al bienestar y al cuidado del medio ambiente, considerándose esta tendencia como un



en formación en instituciones reconocidas por el estado.				nicho de mercado importante para la marca.
<b>Red de emprendimiento de Caldas:</b> Es un grupo de trabajo conjunto en el cual las entidades públicas y privadas se encuentran	<b>Formación en Desarrollo Humano:</b> Dentro del modelo social del negocio se priorizaran las condiciones de vida de cada una de las mujeres participantes, fortaleciendo así		Almacenes dedicados a la venta de artículos femeninos: En este mismo sentido se busca negociación con almacén quienes a	Población interesada en el cuidado del medio ambiente, al usar y reutilizar material textil reciclado, puede llegar a un población que se interesa en la fabricación de cada artículo que consume.



Universidad  
Católica  
de Manizales

PROCESO EMPRENDIMIENTO

Código:

INV-F-55

INFORME FINAL

Versión:

2

TRABAJO DE GRADO

Página:

27 de 78

para promover el emprendimiento de manera conjunta en la región, en la red se acompañan nuevos negocios desde la identificación de la oportunidad, la materialización, la ejecución y el seguimiento de la idea de negocio.	su desarrollo desde el aspecto no solo económico sino social y familiar.		través de la compra de los artículos, establezcan condiciones en la fabricación, diseño y colores, según su línea de trabajo.	
---	--	--	---	--



<p>Através de esta red de busca afianzar relaciones de apoyo y colaboracione en cuanto al conocimientos empresariales.</p>				
<p><b>Programas nacionales que impulsan la exportación Artesanal:</b> En tre ellos: <b>FONART:</b> Fondo nacional para el fomento de</p>	<p><b>Recursos clave</b></p> <p><b>Mano de obra</b> de mujeres con actitudes artesanales, para el caso del tejido técnica con la cual se elaboran los artículos.</p>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <p>Nuestra propuesta de valor se enmarca en brindar a los clientes productos hecho completamente a mano con calidad y diseño para el uso diario de la población</p>	<p><b>Canales</b></p> <p><b>Página web,</b> medio fundamental para el proceso de compra y venta con los usuarios</p>	



<p>las artesanía. Surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y de contribuir a la generación de un mayor ingreso familiar de los artesanos, mediante su desarrollo humano, social y económico. FONART, diseña y</p>	<p><b>Telas y fibras reciclables en buen estado:</b> Identificar empresas textileras almacenes de telas que permitan el uso de sus residuo con fines reutilizables.</p>	<p>femenina, considerado un artículo elemental para dicha población, con un trasfondo social que busca impactar de manera positiva al desarrollo de nuevas oportunidades laborales a mujeres consideradas en condición de vulnerabilidad e indefensión, así mismo se tiene el reto de ofrecer un producto hecho con materiales reciclables en un 50%, por lo tanto amigable con el</p>	<p>nacionales e internacionales. <b>Instagram</b> : Medio social que permite la interacción con clientes y entre clientes. Permitiendo a la vez hacer visibles cada uno de los nuevos productos de una manera creativa.</p>	
--	---	--	---	--



<p>ejecuta políticas de desarrollo, promoción y comercialización de la actividad.</p>		<p>medio ambiente si se tiene en cuenta el impacto ambiental que genera los residuos textileros.</p>		
<p><b>Expo - artesanía,</b> Dinamiza y fortalece el sector artesanal en Colombia y se ha constituido en la plataforma para que los comercializadores y distribuidores</p>	<p><b>Agujas y accesorios (tapanudos) para la decoración del artículo:</b> la función de este material no solo es cubrir nudo característico del adorno, sino combinar el dorado con el color usado</p>		<p><b>App:</b> la App es un medio de venta directa de fácil divulgación social, y a la vez es una herramienta accesible y sencilla en su manejo para la compra y venta de</p>	



nacionales e internacionales encuentren productos con calidad e identidad.			productos.	
<b>Estructura de Costos</b>			<b>Fuentes de Ingreso</b>	
En construcción (la estructura de costos se proyecta a 1 año).			Como fuente inicial se obtiene mediante persona natural.	Como posibles fuentes de ingreso para el fortalecimiento social del negocio se tiene el reto de construir un proyecto de cooperación internacional enfocado a promover el emprendimiento en la mujer.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	32 de 78

## **Análisis de Segmentos de Mercado**

La segmentación de mercado, divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. (Espinosa, 2013).

Destacando este concepto de segmentación de mercado, se plantea la marca Hilos de Oro dentro de el segmento psicograficas, ya que alude al estilo de vida y personalidad para el caso de Manizales, como contexto regional donde se encuentra un alto porcentaje de población joven por ser ciudad universitaria. Si entendemos que la población joven, es una población consciente y que cada vez exige mas en un producto que le apueste a la sostenibilidad tanto ambiental como social. Como bien lo expone la propuesta de valor de la marca.

En este sentido, se plantea la segmentación del mercado como un producto dirigido a población que esta interesada en los procesos de fabricación y en el bien-estar que este le provee a las personas, y que finalmente realiza su elección pensando en este tipo de productos.

Para el caso de la marca Hilos de Oro, es fundamental dar a conocer en el mercado el transfondo social y ambiental dentro de sus cliente, sin ser menos importante el nivel competitivo en cuanto a calidad, utilidad y precio del producto.

Como bien, se expresa en el modelo de negocio, se plantea la segmentación de la marca desde el marketing de nichos, el cual nos permite reducir aun mas el enfoque del segmento, en busqueda de mercados mas pequeños con necesidades que no se encuentran correctamente satisfechas.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	33 de 78

En este sentido, se desea marketing personalizado o también conocido como “marketing de uno a uno” es el último nivel de segmentación. Este enfoque de segmentación de mercado trata a los clientes de forma individual, ahora gracias a la tecnología también es posible aplicarlo a un mercado de masas y ofrecer productos de forma individual. Al cliente se le da la oportunidad de participar en el diseño del producto o de la oferta, obteniendo así una alta personalización.

### **Análisis de la Competencia**

En términos generales, a nivel local y nacional existen microempresas dedicadas al tejido principalmente de lana, la cual es un material adecuado para la fabricación de artículos de abrigo (sacos, guantes y bufandas), las cuales se clasifican como competencia en el mercado pero no como competencia directa, ya que los materiales y los producto apuntan desde diferentes usos y a diferente población, por lo cual es relevante mencionar que dentro de este contexto no se encuentra una empresa dedicada a la misma actividad productiva o por lo menos se desconoce.

Se exponen como empresas que están dentro del sector del tejido y que cuenta con los medios para fabricar el producto propuesta en este trabajo de emprendimiento.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	34 de 78

Tabla 2

*Distribuidores de tejidos*

Razón social	Ubicación	Tipo de operación.
Tejidos Famos	Kra 19 50-34	Tejidos y confección en todo lo relacionado con lana e hilo: sacos, ruanas, bufandas, guantes y gorros para empresas, adultos y niños.
Tejidos Hellen Rousse	Carrera 23 #47-92, Av. Santander, Manizales	Empresa dedicada al tejido de lana, con una variedad de artículos.

Fuente: Diseño propio

### Estrategia de Mercados

Anteriormente mencionado, una de las actividades clave de la marca será consolidarse dentro de las ferias artesanales, empresariales y emprendedoras que se presenten a nivel regional y nacional, como un medio que permite no solo ganar posicionamiento en el ámbito de la marroquinería y los accesorios femeninos, sino lograr convenios y negociaciones que permitan ampliar la capacidad de venta, la búsqueda de convenios con almacenes dedicados a la fabricación de artículos femeninos dentro de lo local también se consolidara como estrategia importante para el posicionamiento de la marca.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	35 de 78

## Propuesta de Valor

La propuesta de valor se enmarca en brindar al cliente productos hechos completamente a mano con calidad y diseño para el uso diario de la población femenina. Los bolsos, carteras y cosmetiqueras de la marca son considerados un artículo elemental para dicha población. En este sentido, el valor del producto se caracteriza no solo por su trasfondo social y educativo el cual busca impactar de manera positiva al desarrollo de capacidades y de nuevas oportunidades laborales a mujeres consideradas en condición de vulnerabilidad e indefensión, sino por su proceso de elaboración, el cual ofrece un producto hecho con materiales reciclables en un 50%, para el caso del material textil, por lo tanto amigable con el medio ambiente, si se tiene en cuenta el impacto ambiental que genera los residuos textiles considerados altamente contaminantes.

## Estrategia de Distribución

Tabla 3

*Canales de venta exige un medio de entrega del producto.*

Canal	Distribución.
Instagram	<p>Instagram se ha convertido desde la iniciación del proceso de emprendimiento en un canal fundamental para el reconocimiento y a la vez para la venta directa.</p> <p>El medio más utilizado para la entrega se ha realizado a través del envío a domicilio, gratuito para la ciudad de Manizales y envío por empresas de correspondencia para el caso de los nacionales.</p>

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	36 de 78

Canal	Distribución.
Ferias de emprendimiento y artesanal	<p>Este es un medio clave para el logro de los objetivos en cuanto a reconocimiento del producto. Ya se cuenta con una primera experiencia en la feria de emprendimiento de la Universidad Católica de Manizales, donde se evidencio la acogida del producto dentro de la población femenina de la institución y público visitante.</p>
Página Web.	<p>Como producto final en este proceso, el diseño de la página se convierte en un canal fundamental para las ventas, considerando los medios digitales como una herramienta ganadora a la hora de posicionar un producto.</p>

Fuente: Diseño propio

### **Estrategia de Precio**

Al realizar un revisión general por los precios que normalmente se maneja dentro de la marroquinería específicamente en bolso, para este punto se determina su precio por el valor y costo de la fabricación, teniendo en cuenta su principal materia prima (tela), donde se hace evidente el valor de su ganancia, teniendo en cuenta que es un material reciclado en un 50%.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	37 de 78

Tabla 4

*Productos*

Producto	Descripción	Precio
<p>Bolso tamaño grande. (se fabricó en el color de elección del cliente)</p>	<p>Bolso tejido 36 vueltas de alto y 30 cm de ancho, material acetato o licra firme. En material reciclado en un 50%, con accesorios dorados o plateado,(broche, tapanudo y adorno)</p>	\$ 60.000
<p>Bolso mediano (tipo cartera)</p>	<p>Bolso tejido de 30 vueltas de alto y 25 cm de ancho. En material reciclable en un 50%. Accesorios dorados,</p>	\$ 50.000





Universidad  
Católica  
de Manizales

PROCESO EMPRENDIMIENTO

Código:

INV-F-55

INFORME FINAL

Versión:

2

TRABAJO DE GRADO

Página:

38 de 78

**Producto**

**Descripción**

**Precio**

( broches, tapanudos y adornos)



Cosmetiqueras.

Cosmetiquera tejida de 14 vueltas

\$25.000

de alto y 15 de ancho.



Sobres tamaño grande.

Sobre tejido tipo cartera, con 17

\$ 40.000

vueltas de alto y 30 cm de ancho.



 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	39 de 78

Producto	Descripción	Precio
Cartuchera	Cartuchera tejida, de mano con 16 vueltas de alto y 20 cm de ancho, fabricada en diferentes colores, y adornos según preferencia del cliente	\$ 25.000



Fuente: diseño propio

### **Estrategia de Promoción**

En este punto será importante mencionar que el proceso de fabricación de la marca, posibilita generar estrategias de promoción constante en donde no se ve afectada la rentabilidad del producto. Se establecerá una promoción adecuada según el contexto, el evento y la población donde se esté haciendo presencia.

 <b>Universidad Católica de Manizales</b>	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	40 de 78

### Estrategia de Servicio

Uno de los más importantes intereses de la marca esta en enfocado a la creación de convenios tanto comerciales como institucionales, es decir, establecer convenciones de negociación no solo como almacenes que se interesen por el producto, a los cuales se les proporciona la fabricación del producto según sus líneas de color y diseño.

Y desde el sector institucional la marca busca abrir convenios con otras fundaciones, ONG que atiendan mujeres en condición de vulnerabilidad con el fin de fortalecer su objetivo de inclusión laboral y educativa dentro de dicha población.

Finalmente, para el año actual pago del artículo se realiza en efectivo y mediante transacción o transferencia bancaria para el caso de cliente que se encuentren fuera de la ciudad.

### Proyección de Ventas

Teniendo en cuenta el histórico de las ventas de cada producto durante el 2017 se totaliza el valor vendido durante el año, se realiza la proyección de ventas a 5 años logrando un aumento de 20% año a año.

Ventas Anuales en Pesos	2017	2018	2019	2020	2021
BOLSO TEJIDO	\$1.680.000	\$2.016.000	\$2.419.200	\$2.903.040	\$3.483.648
CARTERA	\$2.700.000	\$3.240.000	\$3.888.000	\$4.665.600	\$5.598.720
SOBRE	\$1.750.000	\$2.100.000	\$2.520.000	\$3.024.000	\$3.628.800
cosmetoqueras	\$820.000	\$984.000	\$1.180.800	\$1.416.960	\$1.700.352
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total Venta en Pesos</b>	<b>\$6.950.000</b>	<b>\$8.340.000</b>	<b>\$10.008.000</b>	<b>\$12.009.600</b>	<b>\$14.411.520</b>

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	41 de 78

*Ilustración 1. Ventas Anuales*

## Plan Operativo

### Ficha técnica de producto o servicio

Tabla 5

*Ficha técnica*

<b>Ficha Técnica</b>
----------------------

Producto: Bolso tejido, Técnica Pas

Cpc nivel 5 29220

Precio de adhesión 60 pesos No incluye IVA

Atributos específicos

Especificación	Descripción
----------------	-------------

**Condiciones de elaboración del bien** Los materiales empleados en la confección, deben reunir las condiciones de durabilidad, confort, y elasticidad como lo requiere el tejido.

Resistencia y calidad, para este caso acetato y licra

\* Los oferentes garantizarán que los materiales empleados no contengan sustancias tóxicas, y sean resistente al peso de los artículos de se lleven en él.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	42 de 78

## Ficha Técnica

\* El proveedor catalogado está obligado a mantener la garantía técnica de confección de las prendas

Por el lapso de un (1) año.

\* La materia prima será exclusivamente de origen nacional.

- Copias de certificado (s) de capacitación de al menos 48 horas; en

**Formación, capacitación/ experiencia** tejido o telares,  
Las copias de los certificados que se presenten deberán tener relación con la fabricación/ elaboración del producto, determinado en la presente ficha técnica, ser legible y podrán acumularse para cumplir con la capacitación  
Carnet de calificación artesanal.



### Especificaciones Técnicas

Tela        100% acetato y franela licra  
Color        Varios



## Ficha Técnica

### Condiciones

Diseño

Diseño de tendencia

### particulares del

### bien

Etiqueta

La etiqueta deberá estar colocada en el exterior con el tamaño del bolso nombre del fabricante, y Teléfono de contacto. Y redes sociales.

Medida

Las medidas varían según preferencia del cliente, 30 x 38 cm 25 x 25 de alto y ancho.

### Condiciones de

\*Empaquetado en fundas reutilizables, y selladas.

### Entrega del

\* El embalaje se hará en cajas reciclables o fundas (resistentes). Aplica para trayectos largos.

### bien

La entidad contratante deberá:

Suministrar al proveedor catalogado el cronograma de recepción de las prendas y entregar el Acta proveedor – bodega.

### Administración

Verificar que el producto sea de calidad y en el caso de que existieran productos defectuosos solicitar los cambios necesarios.

Los proveedores podrán ofertar como capacidad máxima total según lo

Detallado a continuación:

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	<b>PROCESO EMPRENDIMIENTO</b>	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	44 de 78

## Ficha Técnica

		Capacidad	Número de empleados
	Grupos	Actores productiva	
<b>Capacidad máxima de producción</b>	Grupo	Personas	200 kilos
	1:	Naturales o jurídicas	de trapo o tela
			De forma Individual. Mujeres pertenecientes a la fundación mujer mariana, o pertenecientes a otro institución con las misma actividad de protección social

Fuente: diseño propio

## Análisis de la Cadena de Valor

En la siguiente descripción se mencionarán las actividades claves para el funcionamiento de la empresa.

Actividades primarias:

- + **Logística inicial:** Se realiza una revisión de las fabrica textileras o en su defecto de almacenes de tela en la ciudad de Manizales, donde se facilite a la venta burbujas de tela; actualmente se cuenta como proveedor principal el almacén “Retacería Muñoz” de la ciudad, ya que posibilita una materia prima adecuado en cuanto a textura y colores

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	45 de 78

principales de la marca. Es importante mencionar que la tela es reciclada de una empresa textilera de la ciudad de Medellín, y el proveedor realiza el corte apto para el tejido, centrandolo allí su precio comercial.

Dentro de estas actividades es importante tener en cuenta:

- ✚ Textura del material, actualmente para la elaboración del tejido se realiza con tela en acetato o franela licra ya que garantiza la estabilidad y elasticidad del artículo.
- ✚ Corte del hilo: debe ser un corte de igual tamaño, para evitar fisuras en el artículo, logrando un tejido uniforme.

Es importante mencionar que la marca actualmente cuenta con colores estándares, los cuales se solicitan al proveedor con anticipación a ser ofrecido al consumidor, garantizando la entrega oportuna, el diseño y color de preferencia del cliente.

- ✚ Adquisición de agujas propias para el tejido, en este caso Aguja crochet 5.0 y 6.0. las cuales facilitan el tejido por el grosor del material.
- ✚ Tapanudos de color dorado y plata según el diseño. Su función es dar estética al artículo evitando exteriorizar nudos y malos cortes. Asimismo dar buenas terminaciones.

La estética de los artículos es un valor fundamental a la hora de impactar a la población, teniendo en cuenta que la población femenina se caracteriza por ser población muy visual.

### **Operaciones:**

Dentro de las principales operaciones y requisitos para el funcionamiento de la empresa, se encuentra en un primer lugar la mano de obra, al ser un producto artesanal su principal eje de

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	46 de 78

funcionamiento son las personas, para este caso mujeres interesadas por la manualidad y la creatividad que requiere la marca.

Las mujeres pertenecientes a Casa de la mujer Mariana son mujeres no solo catalogadas como población invisible por su poca participación en el ámbito social y laboral, sino mujeres con grandes capacidades y habilidades artesanales. Por lo cual dentro estos procesos juega un papel importante la educación como uno de los objetivos empresariales, es decir que como requisito para ser parte de la empresa es importante su vinculación al entorno educativo donde se promueve el desarrollo de capacidades humanas, y se fomente hábitos para la construcción de un proyecto de vida y nuevos estilos de vida para esta población.

En este sentido, la humanización empresarial es posible si lo plasmamos desde la posibilidad de fomentar en las mujeres nuevas formas de trabajo y habilidades para la vida, agregando así un valor fundamental a nuestro proceso productivo.

Taller de trabajo: Para esta actividad se cuenta con un espacio dentro de la institución que facilita la comodidad del trabajo y a la vez el orden del material necesario para la fabricación, es importante mencionar que 1 de nuestras colaboradoras realiza el proceso de su casa debido a una restricción legal.

### **Servicio posventa:**

El servicio está enmarcado en la posibilidad de ofrecer al cliente no solo un excelente producto para su uso cotidiano, sino la posibilidad de conocer nuevas historias de vida, donde se reconozca no solo el valor comercial del artículo sino el valor que le agregan las personas al

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	47 de 78

fabricarlo. Claro está, que el preguntar al cliente que color y tamaño desea hasta si su producto fue entregado a tiempo, hace parte del servicio posventa.

### **Actividad Soporte:**

Esta actividad facilita el control del inventario y de las materias primas principales.

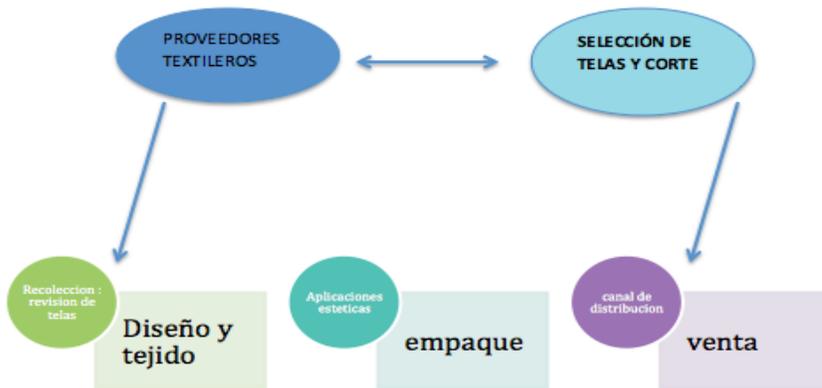
Inventario de materias primas, organización por colores, textura y cantidad.

- ✚ Caja de agujas acordes con el proceso del tejido
- ✚ Pedido semanal y quincenal de recorte de telas según colores ofertados.
- ✚ Inventario de ventas y flujo semanal
- ✚ Relación constante con el proveedor, hasta al ser una materia prima que varía constantemente es importante tener asegurado la cantidad y el color requerido.
- ✚ Articulación y encuentros constantes con la comunidad institucional y familiar ya que permite fortalecer los lazos laborales y a la vez encaminar el proceso al desarrollo de capacidades humanas. Desarrollando diferentes talleres educativos en convenio con la institución.

Esta actividad permite no solo tener un control del inventario, gastos y costos del proceso de fabricación, sino estar al tanto del crecimiento personal de los colaboradores.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	48 de 78

### Proceso de producción



*Ilustración 2. Proceso de Producción.*

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	49 de 78

## Análisis de requerimientos

### Necesidades de maquinaria

Al ser un producto artesanal, el uso de maquinaria no aplica para el proceso de fabricación, aunque es importante algún equipo de cómputo para los procesos administrativos. La empresa centra su mano de obra directamente en las personas, ya que se desconoce algún tipo de maquinaria que posibilite la realización de esta clase de tejido.

Tabla 6  
*Equipos*

Máquina y equipo	Unidad	Cantidad total	Precio
Computador multifuncional	Unidad	1	1200000
Equipos de oficina	Unidad	3	1800000

Fuente: diseño propio

### Necesidades de materiales

La propuesta de emprendimiento actualmente cuenta con gran variedad de material para la fabricación del tejido en diferentes texturas y colores, (aproximado de 15 kilos de material, el cual es separado por colores, cantidad y tipo de tela), 25 broches dorados y 29 broches plata (que varían en 3 tamaños, pequeños, medianos y grandes), tapanudos en diferentes tamaños

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	50 de 78

### **Necesidades de personal**

#### **Equipo de Trabajo:**

**María Yolanda Ramírez:** Mujer tejedora de 52 años, experiencia como educadora en la Fundación casa de la mujer mariana. Encargada del taller de capacitación a mujeres pertenecientes a la institución. Valor del contrato, mínimo legal vigente.

**Carmen Valderrama:** Mujer de 59 años. Experiencia como docente tallerista de la fundación Casa de la Mujer Mariana. Encargada de diseño del producto. Valor del contrato mínimo legal vigente.

**Doralba Torres Galeano:** Abogada y Directora de la institución Casa de la Mujer, encargada de los procesos educativos de las mujeres interesadas en el proyecto de emprendimiento.

**Cindy Yuliana Torres Muñoz,** Profesional en Desarrollo Familiar, especialista en Gerencia Educativa, fundadora del proyecto de emprendimiento.

### **Análisis de Localización**

Hilos de Oro cuenta con un taller artesanal, ubicado en la fundación casa de la mujer en el municipio de Chinchiná. Dicho espacio cuenta con equipos adecuados para organizar los materiales propios de la fabricación del artículo.

Adicional es importante proyectar un espacio amplio que facilite la comunicación e interacción entre las mujeres pertenecientes al proyecto y además puedan compartir sus

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	51 de 78

conocimientos en tejido con las mujeres que atienden la institución, teniendo en cuenta el componente de educación y de inclusión laboral que representa el proyecto.



*Ilustración 3. Localización Hilos de Oro.*

## Plan Organizacional

### Pensamiento estratégico

### Principios Corporativos

- ✚ Satisfacción al cliente
- ✚ Trabajo en equipo
- ✚ Humanización laboral
- ✚ Calidad de producto y servicio

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	52 de 78

### **Misión de la Empresa**

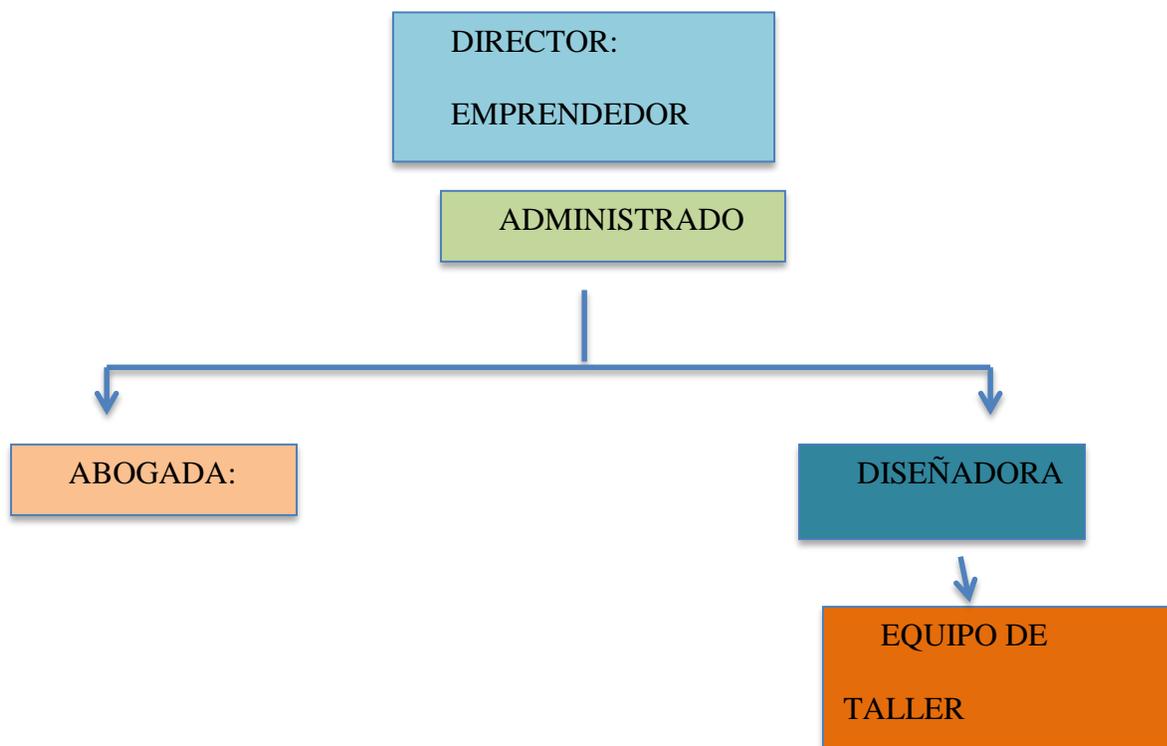
Empoderar a la mujer por medio de su formación humana, con el fin de lograr la inclusión laboral a través de la generación de productos artesanales, buscando la consolidación de un mercado de artículos femeninos.

### **Visión de la Empresa**

Para el 2019, Hilos de Oro trascenderá en sus procesos de educación a la mujer, y consolidará canales de venta estableciendo un espacio físico que posibilite al usuario la experiencia de crear un artículo según sus preferencias

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	53 de 78

### Estructura organizacional



*Ilustración 4.* Organigrama Hilos de Oro.

Al centrar nuestra propuesta de valor en el empoderamiento y la inclusión social, es importante mencionar que los profesionales administrativos y educadores se seleccionaran bajo un perfil social, ya que el equipo de taller de la empresa son mujeres en condiciones particulares, que se encuentran en un proceso de resocialización y que desconocen el campo laboral, por lo cual dichos profesionales no solo estarán a cargo de un proceso productivo sino educado.

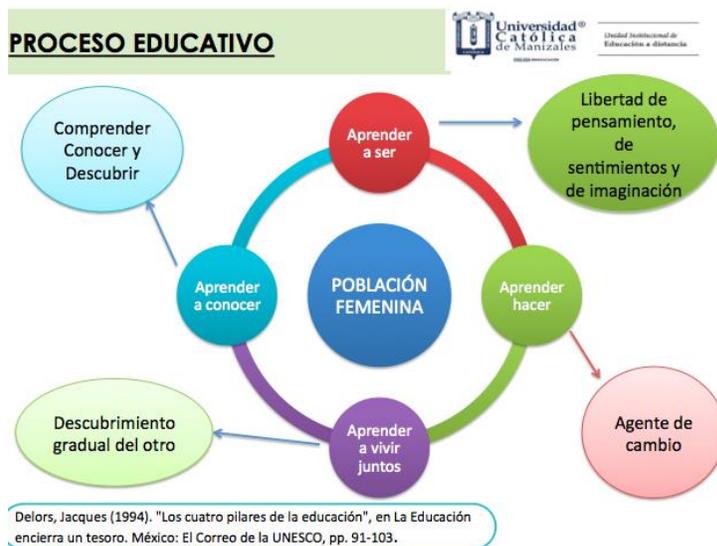
 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	54 de 78

### **Proceso de Educación**

La propuesta pedagógica de la institución Casa de la Mujer Mariana está fundamentada en el arte como proceso de motivación y emprendimiento, construida esencialmente para atender las necesidades de una población con características particulares como lo son mujeres en condición de vulnerabilidad y prisión domiciliaria, dichas características se entiende como un concepto que puede aplicarse a una persona o grupo social según su capacidad para prevenir, resistir y superar un impacto o una situación que afecte su integridad física. La institución crea espacios de encuentro donde las mujeres participantes no solo aprenden artes manuales, sino que comparten historias de vida con el propósito de reflexionar en torno a su proyecto de vida.

En este sentido, para el desarrollo del proceso de educación se plantea los cuatro pilares de la educación de Jacques Delors, quien expresa una nueva concepción de la educación como un proceso que permita descubrir, despertar y abrir un panorama de posibilidades, fortaleciendo así las capacidades individuales. Por consiguiente los pilares educativos se hacen visibles desde diferentes estrategias pedagógicas en cada uno de los encuentros institucionales con las mujeres pertenecientes al proyecto.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	55 de 78



*Ilustración 5.* Los 4 pilares de la educación. Grafica de diseño propia, fundamentada teóricamente por Jacques Delors.

La anterior gráfica, permite identificar como desde cada uno de los pilares, la institución desarrolla un proceso educativo desde lo individual y colectivo basado en un primer momento el aprender a conocer, entendido por (Delors, 1994), como la adquisición de conocimientos menos clasificados y codificados que al dominio de los instrumentos mismos del saber, pretendiendo aprender a aprender, ejercitando la atención, la memoria y el pensamiento. Desde el aprender hacer, expone las estrategias del cómo enseñar al alumno a poner en práctica sus conocimientos y al mismo tiempo, como adaptar la enseñanza al futuro mercado de trabajo.

Es importante mencionar que uno de los objetivo de la institución es el aprendizaje para la inclusión laboral, por lo cual centra su mayor fuerza en este pilar. Desde el aprender a ser, se

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	56 de 78

propone la libertad de pensamiento y sentimiento, la educación debe contribuir al desarrollo global de cada persona: cuerpo y mente, inteligencia, sensibilidad, sentido estético, responsabilidad individual, espiritualidad, fortaleciendo las condiciones para interiorizar los conocimientos propuestos en la institución.

Finalmente, aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás, desde el cual se plantea el reconocimiento del otro, enfocado a enseñar sobre la diversidad de la especie humana contribuyendo a una toma de coincidencia de las semejanzas y la interdependencia entre todos los seres humanos; desde otra perspectiva la tendencia hacia objetivos comunes, el autor expresa que cuando se trabaja mancomunadamente en proyectos motivadores se posibilita escapar de la rutina, disminuye y a veces desaparecen las diferencias. Dentro del proceso de educación este aprendizaje se centra desde el reconocimiento de las situaciones y realidad que comparten las participantes, así es como el proyecto Hilos Oro como un eje común y movilizador para las participantes.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	57 de 78

## Taller piloto

Tabla 7

Taller piloto



HILOS DE ORO, Un bello complemento

Informe No. 1

Fecha: 20-08-

Hora: 9 am

2018

Nombre de la actividad: Educando para el emprendimiento

Descripción de la actividad:

Realizada por: Cindy Y. Torres Muñoz.

No. De participantes: 25

Agenda

Saludo y bienvenida: Actividad rompe hielo y presentación de cada participante.

- ✚ Presentación Líder del proyecto
- ✚ Presentación UCM y proyecto
- ✚ Qué significa el emprendimiento y reconocimiento de pre-saberes.
- ✚ Presentación Proyecto Educativo y de emprendimiento
- ✚ Actividad: Reconocimiento de los objetivos, misión y visión del proyecto.

Descanso (15 minutos)

- ✚ Actividad: identificación del problema o la oportunidad entorno a su participación (DOFA)

Detalle de la actividad

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	58 de 78

---

Se inicia con un saludo cordial y Agradeciendo por la participación y asistencia, se da inicio a un breve contexto acerca del proyecto y su vinculación con la universidad católica de Manizales y los objetivos del mismo entorno a un proceso de educación para el emprendimiento.

Dentro de este primer taller se busca el reconocimiento de la educación desde diferentes dimensiones, se plantean desde la necesidad educativa que cada participante tiene, ya sea la finalización del bachiller académico, el desarrollo de habilidades, manualidades o diferentes talleres que facilita la institución, capacitación técnica o profesional, para el logro de la inclusión laboral o el emprendimiento de las mujeres participantes, por lo cual a través de un dialogo de saberes se identifican las perspectivas que la mujeres de la fundación Casa de la Mujer Mariana tiene frente al emprendimiento y las oportunidades de trabajo que brinda el Municipio de Chinchiná. Esta actividad tiene como finalidad presentar el significado de emprendimiento y ponerla en contexto con sus habilidades y su situación laboral actual.

Se continúa realizando una breve explicación acerca del proyecto Hilos de Oro, teniendo en cuenta sus objetivos y principalmente la misión y visión, encontrando en ellos la importancia de su participación y vinculación en el proyecto.

Dentro de esta presentación: - Visión y Misión - Objetivos educativos, sociales y de emprendimiento – Estado actual del proyecto – Finalidad con la vinculación de las mujeres en el campo de inclusión laboral.

Finalmente se desarrolla una matriz DOFA de manera grupal, donde teniendo en cuenta la finalidad del proyecto en el mejoramiento de su calidad de vida se identifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que el desarrollo del proceso les genera en su entorno

---

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	59 de 78

cotidiano, Se tienen en cuenta sus opiniones y aportes.

Se recogen comentarios acerca de la participación en el proyecto, si es del interés de cada una de ellas, que situaciones se presentan frente a él, ya sean positivas o negativas.

### **Resultados de la actividad**

- ✚ Reconocimiento por parte de las participantes, acerca del emprendimiento y el significado dentro del proceso de inclusión laboral.
- ✚ Reconocimiento de la educación desde diferentes dimensiones para el mejoramiento de su calidad de vida y el camino al emprendimiento.
- ✚ Presentación del proyecto Hilos de Oro
- ✚ Gran interés de participar dentro del proyecto, cumpliendo sus expectativas y motivación para la inclusión laboral.

### **Registro fotográfico**



**Presentación del proyecto Hilos de Oro y su vinculación**

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	60 de 78



Taller: La importancia de la Educación para el logro de los objetivos personales y laborales.

- ✚ El taller se realiza en 2 momentos, ya que actualmente se presentan 2 grupos de aprendizaje de tejido en tela.

Fuente: Diseño propio

## **Análisis Legal y Normativo**

### **Legislación aplicable**

Dentro de las leyes y artículos que rigen este proyecto se encuentra:

Código sustantivo del trabajo nace con la finalidad de proteger las partes involucradas en un contrato laboral, es decir, entre el trabajador y el empleado –quien contrata los servicios del empleado. Principalmente artículo 38 donde se hace explícito el contrato verbal.

Dentro de las siguientes leyes se establece:

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	61 de 78

- ✚ Cancelar los derechos de autor establecidos en la ley 23 de 1982, registrando marca, logo y eslogan.
- ✚ Renovar matricula mercantil de manera anual. Los primeros 2 meses del año
- ✚ Realizar pagos de impuestos de carácter municipal y nacional.
- ✚ Ley 9 de 1979, es la ley marco de la salud ocupacional en Colombia. Norma para conservar y mejorar la salud de los individuos en sus lugares de trabajo.
- ✚ Resolución 13824 de octubre de 1989 Medidas de protección de salud.
- ✚ Ley estatutaria 1266 de 2008, se dictan las disposiciones generales del habeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.
- ✚ Ley 1480 de 2011, Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:
  1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
  2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.
  3. La educación del consumidor.
  4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	62 de 78

5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia.

- ✚ Informar de forma fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada su identidad especificando su nombre o razón social, número de identificación tributaria (NIT) dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico, y demás datos.
- ✚ Se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto.
- ✚ PARÁGRAFO 2o. El consumidor tendrá derecho a reversar los pagos correspondientes a cualquier servicio u obligación de cumplimiento periódico, por cualquier motivo y aún sin que medie justificación alguna, siempre que el pago se haya realizado a través de una operación de débito automático autorizada previamente por dicho consumidor, en los términos que señale el gobierno Nacional para el efecto.

**Tipo de sociedad:**

Actualmente el emprendedor opera como Persona jurídica, ya que registra como representa legal de la fundación Casa de La Mujer Mariana, Institución encargada de los procesos sociales y de educación que propone la empresa, dicha institución se encuentra ubicada en la ciudad de Chinchiná, bajo esta representación asume la marca Hilos de Oro, como un proyecto de emprendimiento social, que aún no se encuentra registrada ante cámara y comercio de la ciudad de Manizales, si bien ya se ha tenido acercamiento con la abogada asesora para registro de pequeñas empresas, aun no se cuenta con los recursos necesarios para pago legales, con respecto a impuesto y registro de marca.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	63 de 78

La figura jurídica que se propone para la empresa es de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, Dicha sociedad está reglamentada según ley 1258 de 2008 y podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por la obligaciones laborales, tributarias o de cualquier naturaleza en que incurra la sociedad.

En este sentido, la empresa se constituirá como Hilos de Oro, un bello complemento S.A.S, y estará constituida con 2 socios (líder emprendedor y administrador) dicho proceso se iniciara en un tiempo mayor a 6 meses y se desarrollará a través de asesoría legal brindada por la cámara de comercio de Manizales, de este modo optimizar tiempo y gastos.

Los trámites necesarios para formalizar la empresa:

- ✚ Designación del nombre, consulta de homonimia y marcas.
- ✚ Suscripción de documento privado de constitución por tratarse de una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.
- ✚ Registro y Obtención de la matrícula mercantil ante la Cámara de Comercio.
- ✚ Expedición y registro de los libros de comercio.
- ✚ Obtención del RUT y la autorización de facturación ante la Dirección Nacional de Impuestos Nacionales DIAN.
- ✚ Certificado de uso del suelo y autorización de funcionamiento para el establecimiento de comercio.
- ✚ Matrícula del impuesto de Industria y Comercio.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	64 de 78

- ✚ Certificado de seguridad y prevención expedido por el Cuerpo de Bomberos.

### **Obligaciones y beneficios**

Es importante mencionar que la contratación que se designara en la marca hilos de Oro se realizara de la siguiente manera, para el caso del director, administrador y abogado se realizara un contrato a término fijo, según el artículo 5 del código sustantivo del trabajo, el ítem que regula este código:

Es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo.

(MINTRABAJO, 2018)

Para el caso del equipo del taller inicialmente se tendrá un contrato verbal, en el cual según el artículo 38 del código sustantivo del trabajo, las partes deben acordar:

- ✚ La índole del trabajo y el sitio donde se realizará
- ✚ La cuantía y forma de la remuneración, ya sea por unidad de tiempo, por obra ejecutada, por tarea, a destajo u otra cualquiera, y los periodos que regulen su pago.
- ✚ La duración del contrato, ya sea a prueba, a término indefinido, a término fijo o mientras dura la realización de una labor determinada.

### **Impacto Económico**

- ✚ Sin duda alguna, el principal impacto económico que genera la empresa se verá reflejado en una nueva oportunidad laboral para mujeres en condición de vulnerabilidad e indefensión, entendiéndose que dicha situación inhibe mucho más el acceso a campo

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	65 de 78

laboral. Por lo tanto el mejoramiento de la calidad de vida y el acceso al campo educativo será un logro fundamental a nivel económico.

- ✚ La generación de empleo a nivel educacional y administrativo que el crecimiento de la empresa brindara, se convierte en una posibilidad de fortalecimiento del capital humano en miras económicas.

### **Impacto Social**

Sin duda alguna, el impacto social es uno de los puntos más fuertes del proyecto, si bien esta construcción se realiza con el fin de obtener mejores ingresos económicos tanto para el emprendedor y su grupo familiar, es evidente que el mejoramiento a nivel laboral y educacional que el proyecto le posibilita a mujeres en indefensión del municipio de Chinchiná le permite de manera activa mejorar la calidad de vida de sus familias.

Desde el objetivo educativo, se centra en la creación de capacidades humanas, lo que permite fortalecer las habilidades y recursos de las mujeres con el fin de que sean sujeto de cambio y transformación de su propia realidad.

### **Impacto Ambiental**

Dentro de la propuesta de valor se enmarca que el ámbito ambiental es parte fundamental del proceso de producción, el cual se hace visible al realizar el tejido con materiales reciclados principalmente de tela, siendo considerado la segunda industria más contaminante del planeta, la industria textil se ha caracterizado por ser una de las actividades más contaminantes, debido a los residuos que genera y los altos consumos de agua, energía y reactivos químicos. Por lo cual la propuesta ambiental de la marca es la reutilización de recorte de telas los cuales son permiten

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	66 de 78

obtener un nuevo artículo de fácil acceso y útil. Tal vez el impacto generado no se proporcione de altas cantidades pero si representara un porcentaje de reutilización de este material.

 <b>Universidad Católica de Manizales</b>	<b>PROCESO EMPRENDIMIENTO</b>	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	67 de 78

## Plan Financiero

### Análisis de costos de operación

Gastos de Producción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Materias Primas e Insumos	\$223.000	\$178.000	\$125.500	\$181.000	\$132.000	\$133.000	\$153.500	\$137.000	\$148.500	\$176.000	\$155.500	\$173.000	\$1.916.000
Mano de Obra	\$416.000	\$306.000	\$243.000	\$336.000	\$304.000	\$270.000	\$291.000	\$270.000	\$297.000	\$345.000	\$354.000	\$364.000	\$3.796.000
Cargas Sociales													\$0
Electricidad y Gas													\$0
Mantenimiento													\$0
Seguros													\$0
Varios	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000
													\$0
													\$0
Amortización Bienes de Uso	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$52.292	\$627.500
<b>Total Gastos de Producción</b>	<b>\$791.292</b>	<b>\$636.292</b>	<b>\$520.792</b>	<b>\$669.292</b>	<b>\$508.292</b>	<b>\$555.292</b>	<b>\$596.792</b>	<b>\$559.292</b>	<b>\$597.792</b>	<b>\$673.292</b>	<b>\$661.792</b>	<b>\$689.292</b>	<b>\$7.539.500</b>

### Ilustración 6. Costos de Operación.

El valor de cualquier inversión depende básicamente de 2 factores: el beneficio neto esperado y la tasa de rentabilidad requerida. Cuando nos enfrentamos ante la decisión de realizar una inversión o no, casi siempre nos fijamos en el beneficio que nos va a producir dicha inversión (o que esperamos que produzca, en caso de que no sea un beneficio seguro), sin embargo olvidamos el concepto de tasa de rentabilidad. Es importante reconocer que para el caso de hilos de Oro en la actualidad, no cuenta con un taller propio, ya que mediante el convenio con fundación casa de la Mujeres no se adquieren gastos de arriendo y servicios públicos, lo que permite tener una mayor rentabilidad con relación a los gasto de producción.

 <b>Universidad Católica de Manizales</b>	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	68 de 78

### Plan de inversiones

Actualmente Hilos de Oro se encuentra en procesos de adquisición de equipos, en la actualidad cuenta con un taller productivo y educativo ubicado en la Institución. Dentro del plan de inversiones la marca solo representa las herramientas productivas, y al ser un producto completamente artesanal no requiere de máquinas de producción, más que la mano de obra de las mujeres.

	Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida Util en Años
1	AGUJAS DE CROCHE	\$30.000	1
2	TABLAS DE TEJIDO	\$40.000	2
3	PUBLICIDAD	\$360.000	1
4	HILOS	\$350.000	20
5	MAQUINAS DE COCER	\$200.000	1
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
	<b>Total Inversión en Bienes de Uso</b>	<b>\$980.000</b>	

*Ilustración 7. Inversiones en Bienes de Uso.*

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	69 de 78

## Plan de financiación

<b>HILOS DE ORO</b>						
fuente:		Pesos		Interés anual:		TEA
cuotas:		mensuales		Interés Men:	0,00%	TEM
sistema:	Francés			Gracia de capital:		meses
Cuotas	Capital	Interés	Importe de Cuota	Saldo	IVA sobre intereses	Importe total a pagar
Saldo Inicial				-		
1	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-

*Ilustración 8. Planes de inversión.*

En la actualidad Hilos de Oro aun no representa planes de inversión, cada uno de los bienes adquiridos en materias y herramientas de trabajo se han realizado con recursos propios. Sin desestimar el recursos en caso que sean necesarios en función del crecimiento empresarial.



### Análisis del punto de equilibrio

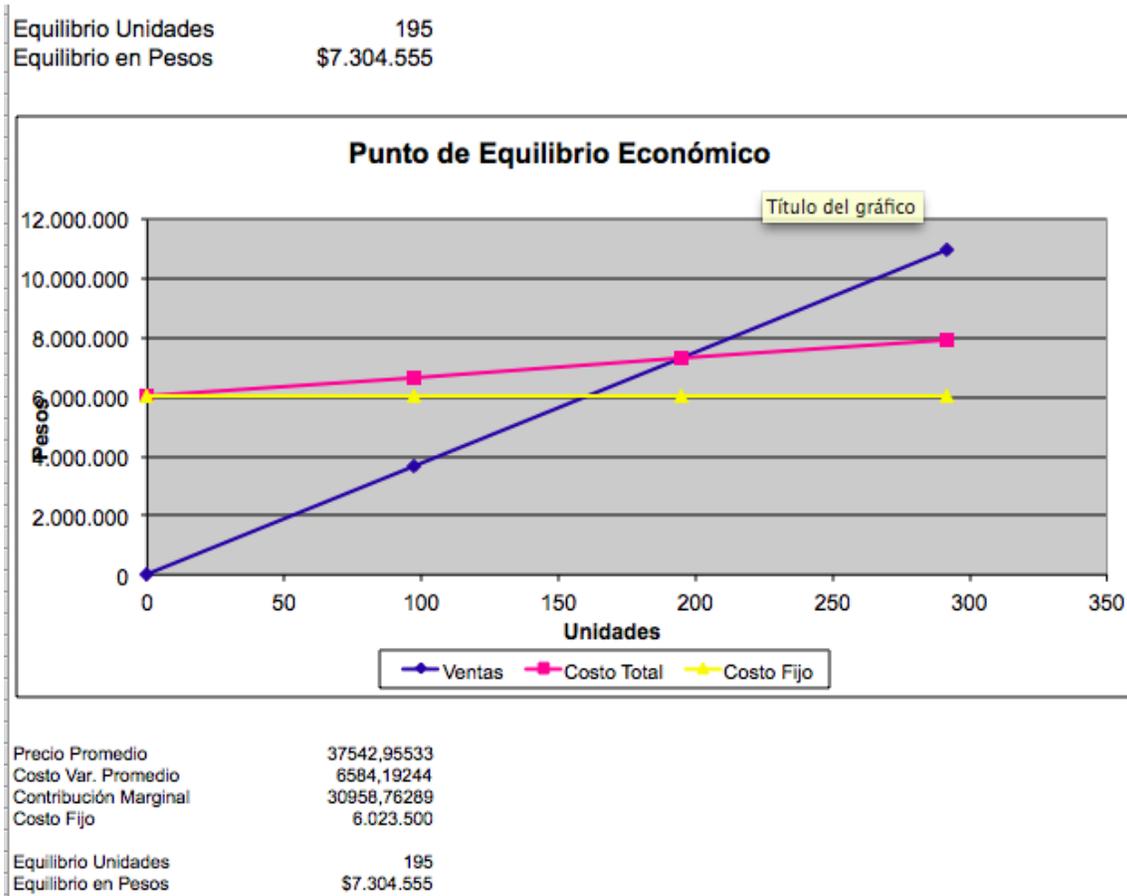


Ilustración 9. Punto Equilibrio Económico.

El punto de equilibrio es un indicador financiero que nos permite tener en cuenta cuanto debe ser el número de la producción y cuantas ventas se deben realizar para recuperar la inversión, y Así reconocer que incremento debemos tener para obtener el nivel de ganancias esperado. En el caso de hilos de Oro el punto de equilibrio en unidades debe 176 y en dinero 6.604.236.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	71 de 78

A la hora de hacer cálculos financieros, tomamos siempre como referencia la rentabilidad que ofrecen las obligaciones del estado a 5 años. Estas inversiones en renta fija, son lo más parecido a lo que nos podemos acercar con riesgo nulo. Invertir por tanto en obligaciones del Estado, se considera a la hora de hacer cálculos de rentabilidad como la inversión por excelencia sin riesgo.

### Estado de resultados

	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	10.925.000	13.110.000	15.732.000	18.878.400	22.654.080
Costo de Ventas	1.916.000	2.299.200	2.759.040	3.310.848	3.973.018
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>9.009.000</b>	<b>10.810.800</b>	<b>12.972.960</b>	<b>15.567.552</b>	<b>18.681.062</b>
Gastos de producción Fijos	5.623.500	6.347.380	7.664.226	9.026.095	10.415.482
Sueldos de Administración	0	0	0	0	0
Sueldos Comerciales	0	0	0	0	0
Cargas Sociales	0	0	0	0	0
Publicidad	400.000	0	0	0	0
Fletes	0	0	0	0	0
Impuestos y tasas	0	0	0	0	0
Varios	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>6.023.500</b>	<b>6.347.380</b>	<b>7.664.226</b>	<b>9.026.095</b>	<b>10.415.482</b>
<b>Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</b>	<b>2.985.500</b>	<b>4.463.420</b>	<b>5.308.734</b>	<b>6.541.457</b>	<b>8.265.581</b>
Intereses	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>2.985.500</b>	<b>4.463.420</b>	<b>5.308.734</b>	<b>6.541.457</b>	<b>8.265.581</b>
Impuesto a las Ganancias	985.215	1.472.929	1.751.882	2.158.681	2.727.642
<b>Utilidad Después de Impuestos</b>	<b>2.000.285</b>	<b>2.990.491</b>	<b>3.556.852</b>	<b>4.382.776</b>	<b>5.537.939</b>
Tasa de Impuesto a las ganancias				33,00%	

Ilustración 10. Estado de Resultados.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO				Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL				Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO				Página:	72 de 78

La lectura y análisis de este cuadro indicará si el proyecto es rentable o no, si el último renglón del cuadro “Utilidad después de Impuestos” es negativo cabría dudar de las bondades del proyecto o al menos de la validez de las proyecciones; también conviene cuestionarse si la utilidad proyectada es demasiado “generosa”, es probable que en esos casos se esté sobreestimando las proyecciones de ventas o Minimizando los gastos. Para el caso de la empresa año tras año está incrementando la utilidad.

## Flujo de caja

Flujo de Fondos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos por Ventas	236.000	525.000	985.500	827.000	814.000	903.500	850.000	794.000	818.500	842.000	934.500	1.022.000	9.552.000
Egresos por Compras M.P.	0	111.500	200.500	151.750	153.250	156.500	132.500	143.250	145.250	142.750	162.250	165.750	1.665.250
Sueldos y Cargas													
Producción		416.000	306.000	243.000	336.000	304.000	270.000	291.000	270.000	297.000	345.000	354.000	3.432.000
Administración		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comerciales		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargas Soc. Producción		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargas Soc. Adm. Y Ventas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal Sueldos y Cargas	0	416.000	306.000	243.000	336.000	304.000	270.000	291.000	270.000	297.000	345.000	354.000	3.432.000
Otros Gastos de Producción	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	400.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400.000
Total Egresos Operativos	500.000	627.500	606.500	494.750	589.250	560.500	502.500	534.250	515.250	539.750	607.250	619.750	6.697.250
Diferencia Operativa	-264.000	-102.500	379.000	332.250	224.750	343.000	347.500	259.750	303.250	302.250	327.250	402.250	2.854.750
Inversiones	980.000												980.000
Flujo Financiero													
Prestamo	0												0
Devolución del Prestamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-1.244.000	-102.500	379.000	332.250	224.750	343.000	347.500	259.750	303.250	302.250	327.250	402.250	1.874.750
Aporte del Emprendedor	1.000.000												
Flujo de Fondos	-244.000	-346.500	32.500	364.750	589.500	932.500	1.280.000	1.539.750	1.843.000	2.145.250	2.472.500	2.874.750	

Ilustración 11. Flujo de Caja.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	73 de 78

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) Todos los flujos de caja futuros, originados por una inversión,

### Balance general

<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
Caja	2.874.750	Proveedores	250.750
Créditos	1.373.000	Sueldos y Cargas	364.000
Productos Terminados	0	Impuesto a Pagar	985.215
Materias Primas	0	<b>Pasivo Corriente</b>	<b>1.599.965</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>4.247.750</b>	Prestamos	0
		<b>Pasivo No Corriente</b>	<b>0</b>
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.599.965</b>
		<b>Patrimonio Neto</b>	
Bienes de Uso	980.000	Capital	1.000.000
Amortización B. de U.	-627.500	Resultado	2.000.285
<b>Activo No Corriente</b>	<b>352.500</b>		<b>3.000.285</b>
<b>Total Activo</b>	<b>4.600.250</b>	<b>Total Pasivo + PN</b>	<b>4.600.250</b>

*Ilustración 12.* Balance General.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	74 de 78

### Análisis de indicadores financieros

Tasa de Ganancia Requerida **50%**

Flujo del Proyecto	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Ingresos por Ventas		9.552.000	12.835.400	15.402.480	18.482.976	22.179.571	
Egresos Operativos		6.697.250	9.556.093	11.820.904	14.001.977	16.446.462	
		2.854.750	3.279.307	3.581.576	4.480.999	5.733.109	
Inversión	-980.000						Valor Residual
Flujo del Proyecto	-980.000	2.854.750	3.279.307	3.581.576	4.480.999	5.733.109	11.466.219

Tasa Interna de Retorno **306,0%**

Valor Actual Neto **\$ 6.088.594**

*Ilustración 13.* Indicadores Financieros.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	75 de 78

### **Conclusiones**

- ✚ El proyecto de emprendimiento social, demuestra ser una propuesta viable y coherente con los objetivos sociales y educativos, en este sentido la apuesta de una empresa socialmente responsable, permite trascender en procesos económicos, permitiendo el desarrollo de una nueva línea de negocio que promueve el bienestar de Mujeres en situación de vulnerabilidad.
- ✚ El pilotaje que se realizó desde el proceso educativo permite concebir este proceso como un campo esencial para el fortalecimiento empresarial y la transformación social, a través de la formación y el desarrollo de capacidades humanas de las participantes.
- ✚ Finalmente, la triada entre educación, empresa y transformación social, logran impactar desde diferentes esferas sociales permitiendo trascender en la construcción de nuevas empresas.

### **Recomendaciones**

- ✚ Estar constantemente en revisión de tendencias y colores, si bien la marca maneja un prototipo de producto artesanal, este también debe ir a la vanguardia de las necesidades y expectativas de los clientes.
- ✚ Buscar líneas de financiación o apoyo a emprendimientos con el fin de obtener mayor capital tanto humano como económico, que a la vez permitan potenciar la productividad y transformación social de las mujeres.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	76 de 78

- ✚ El diseño de la página Web conllevara al proyecto a un nuevo nivel de ventas, un canal más amplio y ágil, donde se permita una experiencia cerca al cliente, desde la producción de su propio diseño.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	77 de 78

## Bibliografía

(s.f.).

Brigas , B. G., & Capaldi, I. J. (2013). *Artisanos y el comercio internacional. Comercio justo.*

Chile: Red iberoamericana de desarrollo.

Delors, J. (1994). Los cuatro pilares de la educación. En J. Delors, *La educación encierra un tesoro.* Mexico: El correo de la UNESCO.

Dinero, R. (6 de febrero de 2018). Crecen ventas de artesanías colombianas. *Revista Dinero.*

Espinosa, R. (17 de 9 de 2013). *RobertoEspinosa, welcomto the new marketing.* Recuperado el 17 de 10 de 2018, de <https://robertoepinosa.es/2013/segmentacion-de-mercado-enfoque-y-concepto>.

Mincomercio, I. y. (10 de julio de 2016). *Artesanías de Colombia.* Recuperado el 22 de junio de 2018, de Artesanías de Colombia:

[www.artesantiasdecolombia.com.co/portalAC/general/template\\_index.jsf](http://www.artesantiasdecolombia.com.co/portalAC/general/template_index.jsf)

MINTRABAJO. (2018). *sistema unico de información normativa.* (ministerio de trabajo)

Obtenido de decreto unico reglamentario de trabajo:

[www.mintrabajo.gov.co/normatividad/leyes-y-decretos-ley/codigo-sustantivo-del-trabajo](http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/leyes-y-decretos-ley/codigo-sustantivo-del-trabajo)

Morales Laguna, M. A. (2012). *COMERCIO DE ARTESANÍAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y COMPETITIVIDAD.* Bogota D.C: Universidad del rosario.

Nussbaum, M. C. (2012). *las mujeres y el desarrollo humano* (Vol. Vol. 72 (2014)). Barcelona: herder.

 <b>Universidad Católica</b> de Manizales	PROCESO EMPRENDIMIENTO	Código:	INV-F-55
	INFORME FINAL	Versión:	2
	TRABAJO DE GRADO	Página:	78 de 78

Revista Dinero. (2016). Expoartesánías impulsará exportaciones de productos hechos a mano.

*Revista dinero.*

UNESCO. (1997). La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera.

Manila.

Urquijo, M. J. (2014). *La teoría de las capacidades en Amartya Sen*. Universidad del valle,

Valle. Edetania.