



FUNDACIÓN MUJERES EMPRENDEDORAS

CLARA INÉS TRUJILLO PARRA.

YADYMADELENEE TOCARRUNCHO PAREDES.

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR -
CUN.**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
TECNOLOGÍA EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS.**

GRANADA META

2018



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

FUNDACIÓN MUJERES EMPRENDEDORAS

CLARA INÉS TRUJILLO PARRA

YADYMADELENEE TOCARRUNCHO PAREDES

OPCIÓN DE GRADO II.

ASESORA

CLAUDIA MARGARITA GONZÁLEZ MEDINA.

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR -
CUN.**

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

TECNOLOGÍA EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS.

GRANADA META.

2018

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
CAPITULO 1. Planteamiento del Problema.....	10
1.1 Preguntas de investigación.....	12
1.2 Objetivos.....	13
1.2.1 Objetivo general.....	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	13
1.3 Justificación.....	14
1.3.1 Relevancia social, valor práctico.....	16
CAPITULO 2. MARCO REFERENCIAL.....	17
2.1 Antecedentes y constitución de la empresa.....	20
2.2 Marco contextual.....	22
2.2.1 Localización del municipio.....	24
2.2.2 Contexto empresarial.....	26
2.3 Marco teórico.....	28
2.3.1 Proceso de diseño y ejecución de un estudio de mercado.....	32
2.4 Requisitos materiales y equipos.....	33
2.4.1 Modelo de ventas.....	38
CAPITULO 3.METODOLOGÍA.....	39
3.1 Población y muestra.....	40
3.2 Tipo de investigación y enfoque, cuantitativo, cualitativo o mixto.....	41
3.3 Recolección de datos, Metodología de la investigación de mercados.....	41
3.4 Especificaciones técnicas del producto o servicio.....	42

CAPITULO 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	48
4.1 Proyección y Constitución de la empresa, misión, visión, valores y objetivos de la empresa.....	49
4.2 Resultados	51
4.2.1 Estrategia de precio, producto y distribución.....	63
4.2.2 Estrategia de comunicación, promoción y servicio. Proyección de ventas.....	64
Conclusiones y recomendaciones.....	65
Anexos.....	66
ENCUESTA.....	66
Artículos de la Ley 82 de 1993.....	71
Artículos de la Ley 1014 de 2006.....	73
Referencias.....	75

LISTA DE CUADROS

Cuadro # 1. Imagen de la página Web de la fundación.....	21
Cuadro # 2. Requisitos, materiales y equipos necesarios para el funcionamiento de la fundación.....	33
Cuadro # 3. Materiales necesarios para la elaboración del jarrón en cartón.....	34
Cuadro # 4. Materiales necesarios para la elaboración de la porta velas en conos de papel higiénico.....	35
Cuadro # 5. Materiales necesarios para la elaboración del dulcero en botella plástica.....	36
Cuadro # 6. Materiales necesarios para la elaboración de bolso en bolsa plástica.....	37
Cuadro # 7. Modelo de negocio canva.....	38
Cuadro # 8. Proceso de elaboración del bolso en bolsa plástica.....	43
Cuadro # 9. Proceso de elaboración de la porta velas en conos de papel higiénico.....	44
Cuadro #10. Proceso de elaboración del jarrón moderno en cartón.....	45
Cuadro # 11. De elaboración de un dulcero en botella plástica.....	46
Cuadro # 12. Proceso de elaboración decoración a envases de vidrio.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

Grafica No. 1. Importancia del cuidado del medio ambiente.....	52
Grafica No 2. Adquiriría adornos fabricados en material reciclable.....	53
Grafica No 3. Con que frecuencia compraría adornos en material reciclable.....	54
Grafica No 4. Decoraría su casa con materiales reciclables.....	55
Grafica No.5. Aspectos que atraen de los artículos en material reciclable.....	56
Grafica No 6. Cuanto pagaría por un adorno reciclable.....	57
Grafica No7. Por qué medio le gustaría recibir información.....	58
Grafica No 8. Donde compraría los artículos en material reciclable.....	59
Grafica No 9 Que se valora al adquirir estos artículos.....	60
Grafica No 10. Las razones por las cuales no compraría los artículos.....	61

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos buscan siempre mejorar sus condiciones de vida, bien sea económico social o afectivamente, Colombia es un país donde la riqueza está mal distribuida los ricos acumulan más riqueza y los pobres tienen cada vez menos, las diferencias sociales son enormes y la población más pobre tiene la mala fortuna de no poder acceder a una educación superior, porque se ven obligados a trabajar desde muy temprana edad o por sus condiciones de vida les impide hacerlo, este es el caso de muchas mujeres en el país que debido a la falta de educación toman la decisión de irse de sus casa a muy temprana edad, formando hogares numerosos estancando así su proceso de aprendizaje, dedicándose de lleno a estar en la casa toda esta situación se vive en el Municipio de Granada Meta, motivo por el cual se decide crear un modelo de negocio en el cual se incluya a las mujeres de más bajos recursos del municipio.

Fundación Mujeres Emprendedoras, nace es una organización dedicada a capacitar mujeres del estrato I de Granada Meta, en el arte de crear artículos decorativos para los hogares elaborados con material reciclable, para todas aquellas mujeres que no cuentan con oportunidades laborales, las mismas que tienen a cargo un hogar numeroso y no tienen como suplir las necesidades básicas de su familia.

La falta de oportunidades laborales empuja a que las mujeres se sometan a emplearse en lugares donde no se les paga lo justo, donde son menospreciadas y no las motivan a seguir creciendo profesionalmente, también el tema ambiental es importante y a la vez preocupante,

pues en el municipio no se tiene sentido de pertenencia, tanto así que las personas tiran la basura por doquier, no clasifican y contaminan desmedidamente.

La fundación es amable con el medio ambiente ya que los procesos de fabricación son netamente artesanales, la materia prima será material reciclable así que con esto se busca minimizar el impacto ambiental del municipio de Granada Meta.

En el primer capítulo se desarrolla la idea de negocio identificando la realidad que viven las mujeres afectadas por la situación económica tan desafortunada del país, que además de desempleadas o con pocos recursos económicos asumen el mando del hogar, los retos y las a su familia se convierte en una prioridad para ellas, analizar detalladamente las posibilidades de trabajo y de educación que se brindan para que éstas puedan cumplir con su responsabilidad y superarse a sí mismas.

En el segundo capítulo podrá encontrar de manera detallada como se transforma la idea de negocio a un planteamiento más real, estipulando todo lo necesario para ejecutar el inicio de la fundación, requerimientos modelos estándares basados en un estudio de campo.

En el tercer capítulo se tratarán todos los métodos de la investigación utilizados para determinar el mercado productivo, se tiene en cuenta que la idea sea ejecutable o viable basándonos en los resultados que arroje la investigación.

En el cuarto capítulo se analiza detenidamente toda la información recopilada, dando como finalidad llegar a conclusiones acertadas que lleven al buen funcionamiento de la fundación.

CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Colombia es un país que desde hace décadas ha venido presentando situaciones de extrema pobreza, convirtiendo esto en una trampa casi imposible de salir, generación tras generación han tenido que asumir las consecuencias de las malas decisiones tomadas por necesidad o por desconocimiento que con el tiempo se vuelve más difícil de romper; problemática de la cual no se escapa el municipio de Granada Meta.

La oferta laboral es limitada dado que es una región donde su economía depende de más de un 70% de la producción agropecuaria, el resto es turismo y ganadería, su oferta en esa área emplea hombres para cumplir con labores de campo, limitando así las oportunidades laborales de las mujeres; las mismas que en diversas ocasiones tienen a cargo la responsabilidad de suplir a su familia las necesidades básicas, pero por diversas razones no pueden hacerlo, ayudando a incrementar más la pobreza.

La cultura de este país ha creado un patrón de abandono por parte de los hombres que dejan a su familia e hijos sin protección alguna, motivo por el cual la mujer se atrasa en su proceso escolar y, a veces se interrumpe definitivamente, lo que deja como consecuencia un acceso limitado al mercado laboral, también las familias más pobres son las que más hijos deciden tener, razón que los enfrenta a la realidad de que las posibilidades de participación laboral de estas mujeres sean menores ya que estas deben cuidar de ellos.

Granada como población presenta unas altas tasas de pobreza teniendo en la estratificación, una población identificada de mujeres como la más pobres del municipio

arrojando como resultado un total de 1363 mujeres en el estrato 1 que es el más bajo, seguido de un 2 estrato arrojando solo 43 mujeres, dando por hecho de que la pobreza en Granada Meta es extrema y más en las mujeres.

Otro factor importante es la problemática ambiental que se ve reflejado en el panorama diario; la falta de cultura está afectando el entorno pues las personas arrojan residuos sólidos a las fuentes hídricas, parques, calles desmedidamente. Se perdió la costumbre de llevar la basura a casa consigo mismo o depositarla en los puntos ecológicos destinados para ello, se evidencia también que los adultos no son buen ejemplo para nuevas generaciones por ende eso ocasiona que la educación ambiental vaya decreciendo día tras día.

1.1. Preguntas de la investigación

- ¿Es posible que la elaboración de artículos decorativos para el hogar fabricados con residuos sólidos logre mejorar la calidad de vida de las mujeres cabeza de familia del Municipio de Granada, implementando capacitaciones y talleres?

- ¿Se puede incentivar a las mujeres del municipio de Granada Meta a que busquen el camino de aprendizaje, como alternativa para mejorar su calidad de vida?

- ¿Se logrará minimizar el impacto ambiental del municipio, incentivando a las mujeres a que tomen la cultura del reciclaje como algo cotidiano?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general.

- Mejorar la calidad de vida de las mujeres del estrato 1 de Granada Meta por medio de un modelo de negocio donde involucra la capacitación, la innovación y el emprendimiento teniendo en cuenta el estudio realizado, basándonos en la viabilidad y el margen de ganancia que arroja la investigación.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Identificar un mercado en el que se pueda desarrollar la fundación como un modelo de negocio sostenible a largo plazo.

- Seleccionar una población específica dentro del municipio de Granada Meta utilizando diferentes métodos de investigación, poniendo en práctica nuestra capacidad analítica

1.3. Justificación

Teniendo como referencia los problemas de índole económica que se vive en el municipio de Granada Meta, donde las oportunidades laborales son limitadas; decidimos enfocarnos en el desarrollo social e integral de las personas más afectadas y desfavorecidas del municipio. Las mujeres, la gran mayoría tienen hijos a temprana edad razón por la cual detienen su proceso de aprendizaje o en el mayor de los casos lo abandonan por completo para quedarse en sus casas a cuidar de sus hijos, otras simplemente crecieron en hogares de bajos recursos donde no tuvieron la oportunidad de acceder a una educación superior, esto impide que esas mujeres sean competitivas laboralmente ya que no tienen el nivel de instrucción adecuado para participar activamente en el campo laboral del municipio, limitando así la entrada económica pues si trabajan deben encontrar quien les cuide sus hijos algo que no es razonable, puesto que los salarios que ofrecen están muy por debajo a lo estipulado y tendrían que básicamente trabajar para que los cuiden.

Viendo toda esta problemática nace la necesidad de ayudar a mejorar las condiciones de pobreza que están viviendo estas mujeres, mediante un programa de capacitación que busca enseñarles el arte de crear artículos decorativos, motivarlas a que sientan nuevamente amor por la vida, acrecentar la esperanza en cada una de ellas, motivarlas al emprendimiento, pues el modelo utilizado para trabajar es que ellas mismas elaboren sus productos y los comercialicen por un precio justo, así podrán trabajar desde sus hogares y tendrán tiempo para cuidar de sus hijos, lo mejor de todo es que la inversión será mínima pues dentro de este proceso de capacitación se les enseñara a transformar el material reciclable, en verdaderas obras de arte, la idea es ayudar a minimizar en algo la contaminación ambiental, las calles de Granada están

convertidas en verdaderos basureros, y cosas tan simples como botellas plásticas, llantas, cajas de cartón se pueden transformar en algo atractivo para la comercialización.

1.3.1. Relevancia social, valor práctico.

La idea de negocio es relevante, dado que toca directamente uno de los problemas sociales más grandes que enfrenta el municipio de Granada Meta, la falta de oportunidades laborales para las mujeres del estrato 1, pues al ser la población más pobre que tiene el municipio no tuvieron la oportunidad de acceder a una educación superior que les permitiera ser competitivas en el sector laboral.

Dentro de todo el proceso de capacitación se tendrán en cuenta el desarrollo de ciertos valores prácticos que son símbolo de la fundación, uno de ellos y el más importante el emprendimiento, incentivar a que las mujeres que hagan parte de la fundación sean personas proactivas y motivadas a emprender el camino del aprendizaje y una idea de negocio propio e independiente, no perder el optimismo durante el proceso es importante el tema de la integración social al mundo laboral de estas mujeres.

2. MARCO REFERENCIAL.

Durante la historia de la sociedad, el rol de la mujer se ha ido transformando. Al comienzo, en culturas prehistóricas, el papel de la mujer era básicamente de recolección, mientras que el hombre era el encargado de la caza. En las sociedades más recientes, la mujer era la encargada del cuidado de los hijos y del hogar, y sólo en caso de un muy mal estado económico familiar, la mujer buscaba trabajo fuera del hogar (Álvarez, 2013, párr. 1)

Cambios en el mercado laboral, especialmente debido a la revolución industrial y a las grandes guerras del siglo XX, permitieron a las mujeres una mayor inmersión en el mercado laboral (Álvarez, 2013, párr. 2).

En la sociedad actual, basadas en una estructura de parentesco flexible que ayuda mucho a la responsabilidad compartida con el hombre, muchas mujeres buscan navegar el mar del mercado laboral más allá del núcleo familiar del cual constituyen la pieza fundamental. Las razones son diversas: libertad, independencia económica, valorización individual, motivación, recupero de una carrera o actividad postergada, etc. (Álvarez, 2013, párr. 3).

Para llevar adelante la actividad laboral, la de pareja y la maternidad, las mujeres cuentan con una intuición, una inteligencia práctica y una sensibilidad exquisitas. Y es justamente dicha sensibilidad el don que complementa las virtudes del hombre (Álvarez, 2013, párr. 4).

Pero la participación laboral de la mujer en la sociedad, más allá del núcleo familiar, no es prioritaria para todas las mujeres. Hay muchas mujeres que hacen foco en su rol de madres y se dedican de lleno a su familia sin realizar ningún trabajo profesional fuera del hogar. Aquí es importante hacer una mirada diferente y destacar que la mujer administra una empresa llamada

HOGAR. En dicha empresa, se requiere de finanzas, de cumplimiento de horarios, de actividades concretas, de educación, de tolerancia, de integración de equipo, de servicio, de conocimientos, de motivación, de pasión, etc. El problema es que la sociedad no valora esta gran tarea, ya que asume que ser madre y eje del hogar es prácticamente una obligación de la mujer adquirida por el mero hecho de ser mujer, y que esta tarea no es remunerada como cualquier otra actividad (Álvarez, 2013, párr. 5).

Las mujeres de hoy se desenvuelven y se desarrollan en un medio que estimula la persecución de nuevas metas, por lo cual, muchas veces se debaten entre la procreación y la administración del hogar y la necesidad de crecimiento personal (Álvarez, 2013, párr. 6).

Si trabajan, se debaten entre la culpa por la disminución del tiempo con su familia y la lucha por crecer en un universo laboral que les demanda atención completa, llevando a la mujer a un nivel de auto exigencia enorme para sostener los pilares del trinomio hijos, pareja y trabajo (Álvarez, 2013, párr. 7).

Hablamos de los roles de la mujer en la sociedad actual: madre, esposa o pareja, trabajadora, administradora y sostén emocional del hogar, pero no debemos olvidar que el primer rol de la mujer en la sociedad es justamente ser mujer, con su identidad y su femineidad, es no adoptar características masculinas para ser más aceptada en un mundo en el que todavía existen desigualdades de oportunidades (Álvarez, 2013, párr. 8).

Por su parte, las estadísticas de desempleo en el país señalan que las mujeres son más vulnerables que los hombres. En el contexto nacional, la tasa de desempleo de las mujeres (11.8%) fue casi el doble en comparación con la misma tasa de los hombres (6.7%) para el año anterior. Las mujeres en edad fértil son aún más vulnerables, pues su tasa de empleo se ubicó en el

23.7% mientras para los hombres fue 12.1% . En el informe del Observatorio Servicio Público de Empleo, los económicamente inactivos representan el 34.9% de la población en edad de trabajar y el 66.1% de esa población económicamente inactiva son mujeres. La mayoría de los hombres inactivos (56.4 %) se dedicaron a estudiar, mientras que la mayoría de las mujeres inactivas (58.5%) se consagraron a los oficios del hogar (Bermeo, 2017, párr.9).

2.1. Antecedentes y constitución de la fundación

Fundación Mujeres Emprendedoras nace en el año 2017, inicialmente como un proyecto de educación ambiental, dedicado a enseñarles a los niños los cuidados que se deben tener con el medio ambiente, luego se replantea la idea y se toma en cuenta otro problema social el desempleo en las mujeres; dando al nacimiento de una fundación; la cual tiene como objetivo principal captar población vulnerable mujeres del estrato 1 y ofrecer una ayuda más formal la cual tiene, la intención de disminuir el índice de desempleo del municipio de Granada Meta, contribuyendo al desarrollo integral y social. Viendo la necesidad tan precaria que viven, se crea un programa donde se capaciten en el arte de elaborar artículos decorativos a todas aquellas mujeres que no tienen como llevar un sustento a sus hogares con esto se ayuda a obtener una mejor calidad de vida.

Una de las misiones que tiene la fundación es la innovación en el ámbito educacional, pues no existe en el municipio de Granada una fundación que se dedique a capacitar mujeres y menos que ayude a contribuir al cuidado del medio ambiente.

La fundación crea una página web dado que las estadísticas que arroja la encuesta realizada el 95% de la población encuestada le gustaría recibir información por redes sociales y el 40% realizaría las compras de los productos vía internet.

Página Web de la fundación

<https://yadytocarruncho.wixsite.com/funda-emprendemujer>

Cuadro No 1. imagen de la página web de la fundación.



Fuente. Autoras del proyecto

2.2. Marco conceptual

➤ **Mujeres cabeza de familia:** Son mujeres pobres que por diferentes circunstancias están encargadas de toda la parte económica para sustento de su familia y que en general son menores de cero a catorce o quince años, además de adultos mayores discapacitados para producir (Porras y López, 2008).

➤ **Fundación:** Es una organización sin ánimos o fines de lucro, pero ello no impide que se dedique a una actividad lucrativa con el objetivo de obtener fondos para cumplir el objetivo social, fuertemente determinado por el fundador.

Existen diversas fundaciones cada una con objetivos claros, como educativos, culturales, deportivos, científicos, laborales, así como, de la protección de todas aquellas personas que se encuentran en riesgos de exclusión social, y demás servicios, animales, individuos discriminados, entre otros que sea relevantes para la progresión de la sociedad, y que ayude a brindar una mejor calidad de vida. Significados (s.f).

➤ **Capacitaciones:**
Acción y resultado de hacerse o hacer a una persona apta para realizar un trabajo determinado (Larousse, 2016)

- **Material reciclable:** el uso que le damos en forma doméstica, cuál es su materia prima y cómo se desecha (Leticia, 2009).

- **Emprendimiento:** es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos (Gerencie, 2018, Párr.5).

- **Reciclaje:** es una práctica eco-amigable que consiste en someter a un proceso de transformación un desecho o cosa inservible para así aprovecharlo como recurso que nos permita volver a introducirlos en el ciclo de vida sin tener que recurrir al uso de nuevos recursos naturales. A su vez, el reciclaje es una manera verde de gestionar o, directamente, de acabar con buena parte de los desechos humanos (Isan, s.f).

2.2.1. Localización del municipio.

DESCRIPCIÓN FÍSICA: Granada Meta, cuenta con un área total de 350 Km²; se encuentra en tres zonas climáticas per húmedo mega-termal, muy húmedo mega-termal y húmedo mega-termal, clima cálido tropical, cuya temperatura promedio se encuentra entre los 24°C y los 25.6°C, la precipitación presenta valores promedios entre 2.400 y 2.800 mm por año, la altitud mínima es de 372 m.s.n.m. y la máxima es de 410 m.s.n.m., localizado entre los 3° 18´ y 3° 35´ de latitud Norte y entre 73° 30´ y 74° 03´ longitud Oeste del meridiano de Greenwich. (Alcaldía de Granada, 2014)

En términos generales y a excepción de las zonas de talud, la topografía del municipio es plana, con pendientes que no superan el 3%. Los accidentes geográficos son la vega del río Ariari, la zona de sabana y los taludes que marcan la diferencia de nivel entre las anteriores.

LÍMITES DEL MUNICIPIO: GRANADA está ubicado en la república de Colombia, departamento del Meta, a 180 Km al Sur – Oriente de Santa Fe de Bogotá D.C. y a 80 Km Al Sur de Villavicencio, capital del departamento del municipio de Meta (Llanos Orientales); limitado al Norte con el municipio de San Martín, al Occidente con Lejanías y el Castillo, al Oriente con San Martín y Fuente de Oro y al Sur con Fuente de Oro y San Juan de Arama (Alcaldía Granada, 2014).

- Extensión Total: 350 Km²
- Altitud De La Cabecera Municipal (Metros Sobre El Nivel Del Mar): 332 Metros sobre el nivel del mar

- Temperatura Media: 24 grados centígrados C
- Distancia De Referencia: A 87 km de Villavicencio
- Festivales Y Eventos Turísticos

Granada al ser epicentro de la economía de la región del Ariari, celebra un festival en el mes de agostos dedicado al hombre del campo que, con su nobleza y tesón, provee de alimentos agrícolas, a la región y al país entero, El Festival de la cosecha Llanera que se celebra cada año, contando con la participación de pobladores de todos los rincones del país. Este evento expone todas las riquezas agroforestales de la región, mediante el desfile de carrozas alegóricas a los productos cultivados en cada uno de los sectores rurales componentes del municipio, tales como frutas, hortalizas, legumbres entre otros tantos productos que ofrece Granada al resto del país.

En el mes de enero, el municipio realiza el Festival de Verano del río Ariari, donde se reúne la población local y personas que llegan de todas partes del país a deleitarse de la calidez de las aguas del río Ariari. Se desarrollan actividades como motocross, camper Cross, eventos lúdicos, deportivos y musicales, y principalmente la regata o travesía por el río Ariari, consistente en atravesar el río Ariari en forma longitudinal desde el sector del cable hasta Puente Caído, sector donde antiguamente estaba ubicado el puente sobre el río Ariari, Puente Guillermo León Valencia. Los eventos principales de este festival se desarrollan en Puerto Caldas, sector rural del municipio. (Alcaldía de Granada, 2014)

2.2.2. Contexto empresarial.

POLÍTICAS DE LA FUNDACIÓN

El propósito de la fundación mujeres emprendedoras, es capacitar a las mujeres del estrato 1 en la elaboración de artículos decorativos para el hogar, teniendo como materia prima residuos sólidos (MATERIAL REUTILIZABLE), buscando con ello generar empleo en el municipio de Granada Meta; donde no solo les brindamos una oportunidad laboral sino que también les damos espacio en el cual se les enseñara las diferentes técnicas aplicadas , además nuestra fundación buscara contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente por medio del proceso de reciclaje.

MISIÓN

La fundación está dedicada a la capacitación de las mujeres de bajos recursos, del estrato 1 del municipio de Granada Meta en el arte de elaborar artículos decorativos para el hogar, considerando el material reciclable como nuestra principal materia prima, comprometiéndonos con la preservación del medio ambiente.

VISIÓN

En el 2023, ser una fundación proactiva líder en formar mujeres emprendedoras, siguiendo la línea del aprendizaje de la elaboración de artículos decorativos para el hogar, innovando en la búsqueda de nuevas materias primas, también poder crear una marca propia para poder lograr la comercialización a nivel regional y nacional; logrando llegar a cada hogar con nuestros artículos, dejando un mensaje positivo y educativo hacia la preservación del medio ambiente.

OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN

- Capacitar a las mujeres de bajos recursos, del estrato 1 del municipio de Granada Meta, en el arte de crear artículos decorativos para el hogar elaborados con material reciclable, promoviendo el emprendimiento en las mujeres que no tienen oportunidad de tener un estudio que les permita participar laboralmente.

- Lograr que todas aquellas mujeres del estrato 1 del municipio de Granada Meta que sean parte de la fundación y participen activamente de las capacitaciones, consigan ser productivas por medio del arte aprendido, con ello conseguir que la calidad de vida de ellas y sus familias mejore.

- Apoyar a las mujeres emprendedoras en el proceso de aprendizaje, reforzando su autoestima con charlas, talleres de ética y valores.

2.3. Marco teórico

Cuando ONU Mujeres hizo la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, aprobada por 189 Estados Miembros en 1995, reflejó la urgencia de abordar la relación entre las mujeres y la pobreza, convirtiéndolo en la primera de las 12 áreas de atención (El tiempo, 2018, párr. 1).

De hecho, un informe de esa organización dice que “cuando las mujeres son pobres, sus derechos no están protegidos. Se enfrentan a obstáculos que pueden resultar extraordinariamente difíciles de superar. Esta situación da como resultado privaciones en sus propias vidas y pérdidas para la sociedad en general y para la economía, puesto que es bien sabido que la productividad de las mujeres es uno de los principales motores del dinamismo económico (El tiempo, 2018, párr. 2).

Por ello, muchos programas mundiales y gobiernos han incluido a la mujer en la reducción de la pobreza y no solo la han hecho partícipe sino un agente de cambio. El camino, por supuesto es largo, los índices de escasez siguen siendo altos y siguen altamente vulnerables para las mujeres (El tiempo, 2018, párr. 3).

En Colombia, el panorama ha ido mejorando, pero aún es poco alentador. Un informe presentado en 2017 por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) afirma que “si no se hace frente a la desigualdad de manera urgente y se empodera a las mujeres que se encuentran en los contextos de mayor vulnerabilidad de modo que puedan

tomar decisiones acerca de sus vidas de manera independiente, los países podrían enfrentar situaciones de inestabilidad y ver amenazada su paz interna y sus objetivos de desarrollo (El tiempo, 2018, párr. 4).

El país viene buscando ese empoderamiento y ha tenido algunos avances. En casi todos los aspectos de lucha contra la pobreza como empleabilidad, educación, emprendimiento, e incluso acceso a alimentos, las mujeres lideren esos proyectos (El tiempo, 2018, párr. 5).

Por ejemplo, el programa “Empleo para la Prosperidad” ha acercado a unas 10 mil mujeres en 16 departamentos de Colombia a oportunidades de trabajo (El tiempo, 2018, párr.6).

Otras 34 mil mujeres trabajadoras, cabezas de familia y que han regresado a sus territorios en 10 departamentos, han recibido acompañamiento del programa Familias en su Tierra, para impulsar sus iniciativas productivas y producir alimento para el autoconsumo de las familias (El tiempo, 2018, párr.7).

Las participantes de nuestros son mujeres emprendedoras, luchadoras de todos los rincones de Colombia, que día a día trabajan para mejorar su calidad de vida y la de sus familias. En el programa de emprendimiento “Mi Negocio” cerca del 85% de las personas vinculadas son mujeres”, aseguró Nemesio Roys Garzón, director de Prosperidad Social. Este programa acompaña la capacitación, capitalización y puesta en marcha de emprendimientos

en todo el país para impactar positivamente la generación de ingresos de las familias más vulnerables (El tiempo, 2018, párr.8).

Con Jóvenes en Acción, otro programa de Prosperidad Social, se ha acompañado la finalización de estudios superiores de más de 271 mil jóvenes, de los cuales 58 por ciento son mujeres, es decir, cerca de 158 mil (El tiempo, 2018, párr.9).

Y en Familias en Acción, una estrategia estatal que brinda apoyo directo a la canasta familiar, mediante la entrega de subsidios en educación condicionados a la asistencia regular al colegio, son las mujeres quienes encabezan el número de familias vinculadas (El tiempo, 2018, párr.10).

Según Prosperidad Social, 2,6 millones de las titulares, de las cerca de 3 millones de familias, son mujeres. Ambos programas inciden en la reducción de la pobreza y la pobreza extrema en cerca de 1,3 puntos porcentuales según estimaciones de la Dirección de Traslaciones Monetarias Condicionadas (El tiempo, 2018, párr11).

Esto confirma para el caso colombiano la conclusión que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha repetido en distintas conferencias regionales sobre equidad de género, al considerar que la inclusión económica de las mujeres y su papel es fundamental para el logro del desarrollo sostenible de los países y especialmente para la mitigación de la pobreza (El tiempo, 2018, párr. 12).

➤ **MERCADO:** En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Para definir el mercado en el sentido más específico, hay relacionarle con otras variables, como el producto o una zona determina (González, 2002, párr.1).

➤ **CAPACITACIONES:** Acción y resultado de hacerse o hacer a una persona apta para realizar un trabajo determinado (Larousse, 2016)

➤ **EMPRENDIMIENTO:** Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos (Gerencie, 2018, Párr.5).

2.3.1. Estudio de mercado, características

El mercado del municipio de Granada Meta está en un constante ascenso, ideas novedosas como el reciclaje y la transformación de los desechos en todo su esplendor, ofrece diversas alternativas.

Una de ellas es la idea de diversificar el concepto tan estandarizado que se tiene acerca del reciclaje, transformar ideas ya establecidas en un modelo de negocio, es algo totalmente diferente a lo visto en el municipio, se incubó la idea de materializar la transformación de estos desechos sólidos con la ayuda de una población vulnerable en específico, mujeres del estrato más bajo que tomaran el aprendizaje como un estilo de vida y de negocio independiente.

2.4 Requisitos, materiales y equipos.

De acuerdo al proceso de elaboración de los artículos decorativos en material reciclable se necesitaran para el funcionamiento de la fundación los siguientes requisitos, materiales y equipos.

Cuadro No. 2. Requisitos, materiales y equipos necesarios para funcionamiento de la fundación

COSTOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR/ UNITARIO	PRECIO
Tijeras	10	\$2.000	\$20.000
Bisturí	10	\$2.000	\$20.000
Pirograbador	2	\$24.000	\$48.000
kit de pinzas	2	\$20.000	\$40.000
Pistola de silicona grande	2	\$10.000	\$20.000
pistola de silicona pequeña	3	\$5.000	\$15.000
Agujas de croché	5	\$5.000	\$25.000
Arriendo	1	\$250.000	\$250.000
Servicios públicos (energía, acueducto, alcantarillado)	1	\$88.000	\$88.000
Mano Obra (Capacitadoras)	2	\$682.000	\$1.364.000
TOTAL GASTOS FIJOS			1.890.000

Fuente: Autoras del proyecto.

JARRÓN MODERNO



Cuadro No 3. Materiales necesarios para la elaboración del jarrón moderno

MATERIALES	PRECIO
Materia Prima (cartón, papel)	\$3.000
Pegamento	\$1.000
Yeso	\$1.000
Pintura acrílica blanca	\$500
Pintura acrílica negra	\$500
Pintura acrílica verde	\$500
Barniz	\$500
Brocha	\$1.500
TOTAL	\$8.500

Fuente. Autoras del proyecto.

PORTA VELAS DE CONOS PAPEL HIGIÉNICO



Cuadro No 4. Materiales necesarios para elaboración de la porta velas en conos de papel higiénico

MATERIALES	PRECIO
Materia Prima (tubos de cartón papel higiénico)	\$ -
Pegamento	\$500
Pintura acrílica blanca	\$500
Pintura acrílica café	\$500
Barniz	\$500
Brocha	\$1.500
TOTAL	\$3.500

Fuente. Autoras del proyecto

DULCERO EN BOTELLA PLÁSTICA



Cuadro No 5. Materiales necesarios para la elaboración del dulcero en botella plástica

MATERIALES	PRECIO
Materia Prima (Botella plástica)	\$ -
Cintas decorativas 2 mts	\$ 1.500
Pegamento	\$ 200
Dulces	\$ 500
Silicona	\$ 200
TOTAL	\$ 2.400

Fuente . Autoras del proyecto

BOLSO EN BOLSA PLÁSTICA



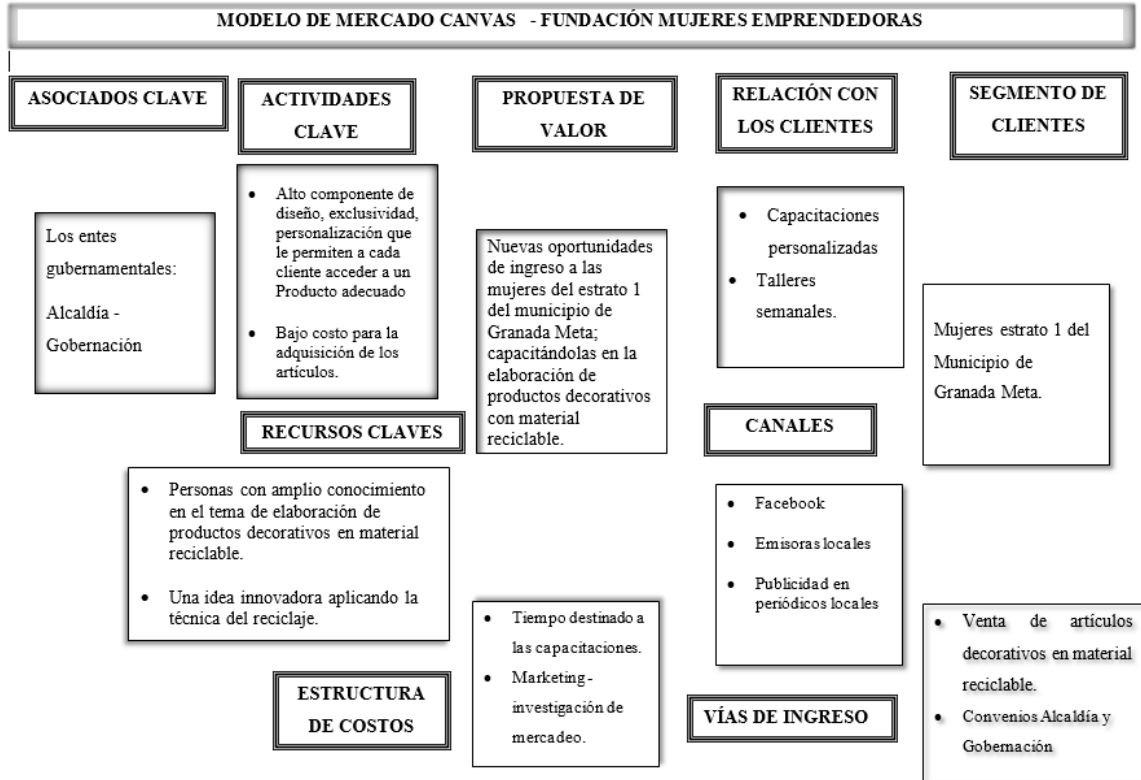
Cuadro No. 6. Materiales necesarios para la elaboración del bolso en bolsa plástica

MATERIALES	PRECIO
Materia Prima (bolsa plástica. Cartón, papel)	\$ -
Aguja de croché	\$ 5.000
Pegamento	\$ 200
Pintura Acrílica blanca	\$ 200
Pintura acrílica negra	\$ 200
Barniz	\$ 200
TOTAL	\$ 5.800

Fuente. Autoras del proyecto

2.4.1 Modelo de ventas.

Cuadro No 7. Modelo de negocio canvas



Fuente. Autoras del proyecto

3 METODOLOGÍA

El estudio utilizado para esta investigación de mercado requirió de dos estudiantes de Administración de Empresas, la asesoría de diferentes personas con la experiencia adecuada en los temas sociales, de entidades tanto públicas como privadas que pudieran ofrecernos información la cual es importante para el éxito del proyecto como tal, se crea un compromiso para suministrar información verídica.

En el primer capítulo se desarrolla la idea de negocio identificando la realidad que viven las mujeres afectadas por la situación económica tan desfavorable del país, que además de desempleadas o con pocos recursos económicos asumen el mando del hogar, los retos y las adversidades que deben enfrentar para sacar adelante a su familia se convierte en una prioridad para ellas, analizar detalladamente las posibilidades de trabajo y de educación que se brindan para que éstas puedan cumplir con su responsabilidad y superarse a sí mismas.

En el segundo capítulo podrá encontrar de manera detallada como se transforma la idea de negocio a un planteamiento más real, estipulando todo lo necesario para ejecutar el inicio de la fundación, requerimientos modelos estándares basados en un estudio de campo.

En el tercer capítulo se tratarán todos los métodos de la investigación utilizados para determinar el mercado productivo, se tiene en cuenta que la idea sea ejecutable o viable basándonos en los resultados que arroje la investigación.

En el cuarto capítulo se analiza detenidamente toda la información recopilada, dando como finalidad llegar a conclusiones acertadas que lleven al buen funcionamiento de la fundación.

3.1 Población y muestra

POBLACIÓN.

Se estimará la población de las mujeres del estrato 1 del municipio de Granada Meta, basando la investigación en cifras arrojadas por la página del sisben donde clasifica a las mujeres por su estrato, claro está que son cifras aproximadas ya que es difícil conocer la cantidad exacta.

MUESTRA.

Se calcula que en el municipio de Granada Meta habitan 1366 mujeres en el estrato nivel 1 zona urbana las cuales cumplirían con los requisitos para aplicar al programa de capacitación..

3.2 Tipo de investigación y enfoque, cuantitativo, cualitativo o mixto

El método utilizado en esta investigación es el cuantitativo, dado que este nos acerca más a la realidad que deseamos analizar, arrojándonos resultados más exactos y determinísticos, puesto que lo que se desea implantar es una posible solución a un problema social por medio de un modelo de negocio.

3.3 Recolección de datos

Para la recolección de datos sobre la viabilidad del modelo de negocio se realiza una encuesta dirigida al público de diferentes estratos, todos ellos con educación superior o en camino de preparación; la encuesta se encuentra en los anexos.

3.4 Especificaciones técnicas del producto o servicio

Decimos residuos a productos que ya han sido utilizados y han dejado de tener valor para nosotros. En algunos casos, estos residuos pueden ser recuperados y reciclados. Es por eso que la fundación mujeres emprendedoras quiere capacitar a las mujeres de estrato I del municipio de Granada, en la recuperación de estos residuos, por medio elaboración de artículos decorativos en material reciclable; de esta forma también ayudar a la búsqueda de alternativas para la generación de ingresos que le permitan subsistir a ella y a su familia.

En las capacitaciones se les enseñará a elaborar los siguientes artículos en material reciclable.

- Bolso en bolsa plástica
- Porta velas en conos de papel higiénico
- Jarrón moderno
- Dulcero en botella plástica
- Decoración en frascos de vidrio.

Cuadro 8. Proceso de elaboración de bolso en bolsa plástica

BOLSO EN BOLSA PLÁSTICA	DESCRIPCIÓN
	<p>Este artículo está elaborado en material totalmente reciclable, su fabricación es de forma artesanal (manual) su base está tejida con una técnica de tejido en croché con bolsa plástica de colores negro y blanco; la bolsa es cortada de manera que forme hilos.</p> <p>La manija está fabricada de cartón, papel, pegamento, pinturas acrílicas de color negro y barniz.</p> <p>Existe una gran variedad en lo referente a texturas, colores, tamaños y diseño, todo esto con la finalidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.</p>

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 9 Proceso de elaboración de la porta velas en conos del papel higiénico

PORTA VELAS EN CONOS DE PAPEL HIGIÉNICO	DESCRIPCIÓN
	<p>Este artículo está elaborado de forma artesanal (manual) su base fabricada en cartón, papel, pegamento, pinturas acrílicas de color blanco, marrón y barniz, la parte superior lleva los conos del papel higiénico cubiertos de papel periódico dándole la forma para que se asemeje a un palo de madera.</p> <p>Existe una gran variedad en lo referente a texturas, colores, tamaños y diseño, todo esto con la finalidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.</p>

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 10 Proceso de elaboración d un jarrón moderno en cartón

JARRÓN MODERNO	DESCRIPCIÓN
	<p>Este artículo está elaborado en material totalmente reciclable, de forma artesanal (manual), su fabricación está hecha en cartón, lleva 5 capas de papel periódico recubriendo la figura de cartón, por capa aplicada de papel se debe dejar secar, hasta que su contextura quede dura, posteriormente se aplica una capa de pintura acrílica blanca con yeso, se deja secar, luego se aplica la pintura acrílica de colores negro, verde, vainilla y marrón; por último se aplica el barniz para dar un acabado brillante</p> <p>Existe una gran variedad en lo referente a texturas, colores, tamaños y diseño, todo esto con la finalidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.</p>

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 11. Proceso de elaboración del dulcero en botella plástica

DULCERO EN BOTELLA PLÁSTICA	DESCRIPCIÓN
	<p>Este artículo está elaborado de forma artesanal (manual), su fabricación está hecha en botella plástica, la cual se corta en la parte inferior, se hacen cortes para dar la forma y poder cerrar el dulcero, se pega cinta para decorar el artículo.</p> <p>Existe una gran variedad en lo referente a colores, tamaños y diseño, todo esto con la finalidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.</p>

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 12. Proceso de elaboración decoración frascos en vidrio

DECORACIÓN CON FRASCOS DE VIDRIO	DESCRIPCIÓN
	<p>Este artículo está elaborado de forma artesanal (manual), su fabricación está hecha en de virio, después de una limpieza de los frascos se procede a decorar con cinta de fique, encaje, hilo de fique y flores elaborada en cubeta de huevo.</p> <p>Existe una gran variedad en lo referente a colores, tamaños y diseño, todo esto con la finalidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.</p>

Fuente. Autoras del proyecto

4 ANÁLISIS Y RESULTADOS

En este punto se analiza la encuesta correspondiente al instrumento utilizado para la recolección de información, donde se diseñó la presentación de una idea de negocio.

Teniendo en cuenta la estadística de la encuesta, que se envió a 22 personas del municipio de Granada Meta donde se les hizo llegar por correo electrónico utilizando el formato google formularios donde se separaron todas y cada una de ellas de acuerdo a lo que se quería analizar, por tal motivo se muestran separados, es decir, que las preguntas en el momento de realizarlas se hicieron en el mismo orden que están, pero para comodidad de nuestros análisis se separan de acuerdo con lo que estamos investigando, los análisis no tendrán el mismo patrón debido a que se estudiarán las preguntas una por una, la encuesta la respondieron el 100% de las personas.

4.1 Proyección y constitución de la empresa, misión, visión, valores y objetivos de la empresa.

MISIÓN

Somos una fundación dedicada a la capacitación de las mujeres de bajos recursos, del estrato 1 del municipio de Granada Meta en el arte de elaborar artículos decorativos para el hogar, considerando el material reciclable como nuestra principal materia prima, comprometiéndonos con la preservación del medio ambiente.

VISIÓN

En el 2023, ser una fundación proactiva líder en formar mujeres emprendedoras, siguiendo la línea del aprendizaje de la elaboración de artículos decorativos para el hogar, innovando en la búsqueda de nuevas materias primas, también poder crear una marca propia para poder lograr la comercialización a nivel regional y nacional; logrando llegar a cada hogar con nuestros artículos, dejando un mensaje positivo y educativo hacia la preservación del medio ambiente.

OBJETIVOS

- Capacitar a las mujeres de bajos recursos, del estrato 1 del municipio de Granada Meta, en el arte de crear artículos decorativos para el hogar elaborados con material reciclable, promoviendo el emprendimiento en las mujeres que no tienen oportunidad de tener un estudio que les permita participar laboralmente.

- Lograr que todas aquellas mujeres del estrato 1 del municipio de Granada Meta que sean parte de la fundación y participen activamente de las capacitaciones, consigan ser productivas por medio del arte aprendido, con ello conseguir que la calidad de vida de ellas y sus familias mejore.

- Apoyar a las mujeres emprendedoras en el proceso de aprendizaje, reforzando su autoestima con charlas, talleres de ética y valores.

VALORES CORPORATIVOS

- Emprendimiento
- Innovación
- Creatividad
- Optimismo
- Solidaridad

4.2. Resultado de los numerales. 3.1, 3.2 y 3.3

El resultado del numeral 3.1 población nos arroja como resultado que en el municipio de Granada Meta más exactamente en el estrato 1 de la zona urbana se encuentran.

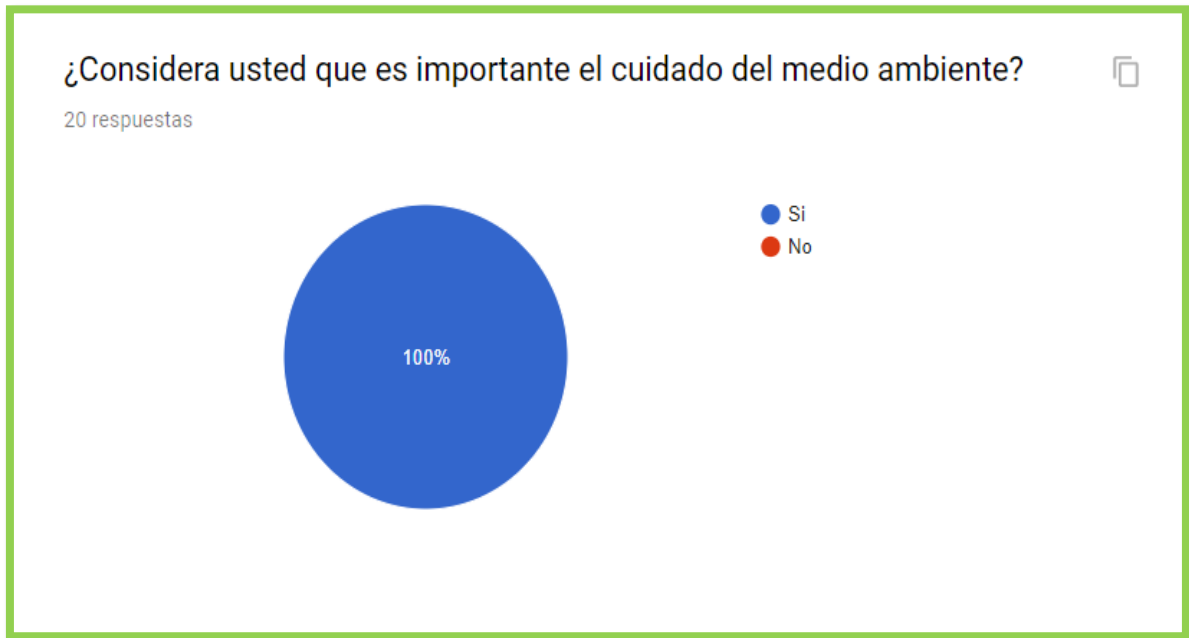
Mujeres nivel 1 zona urbana 1.366

Resultado del numeral 3.2; Tipo de investigación cuantitativo, puesto que la fundación mujeres emprendedoras piensa desarrollar su modelo de negocio, sobre la población vulnerable mujeres de escasos recursos del estrato 1.

Resultado del numeral 3.3 en este punto se aplicó la encuesta del modelo de negocio y estos son los resultados arrojados.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA WEB REALIZADA SOBRE LOS ARTICULOS EN MATERIAL RECICLABLE

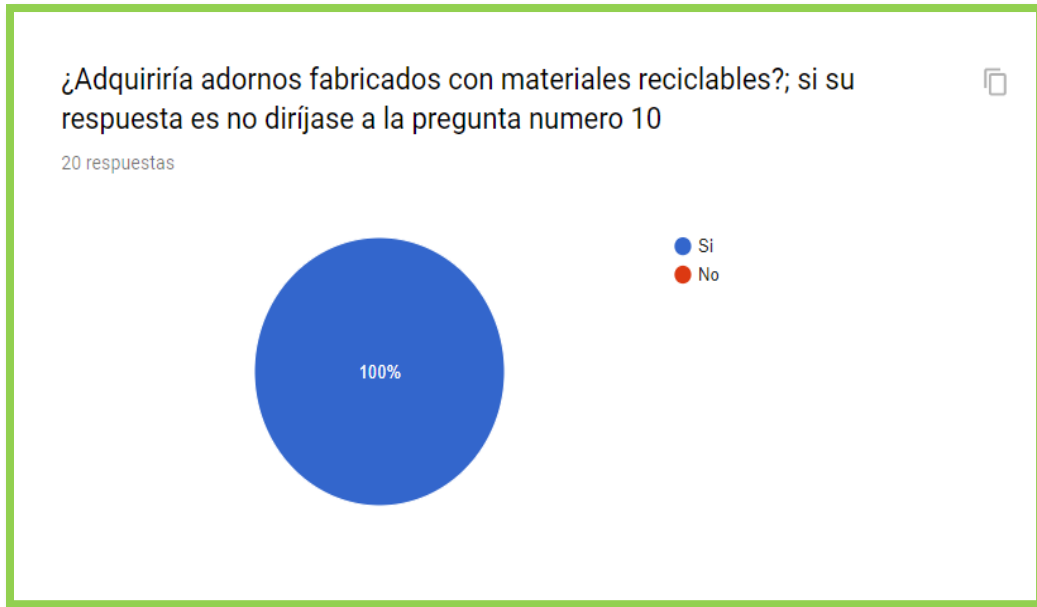
Grafica No 1. Importancia del cuidado del medio ambiente



Fuente. Autoras del proyecto

➤ El 100% de la población concuerda con que es importante el cuidado del medio ambiente, lo que nos da pie a seguir con la idea de trabajar el arte con material reciclable.

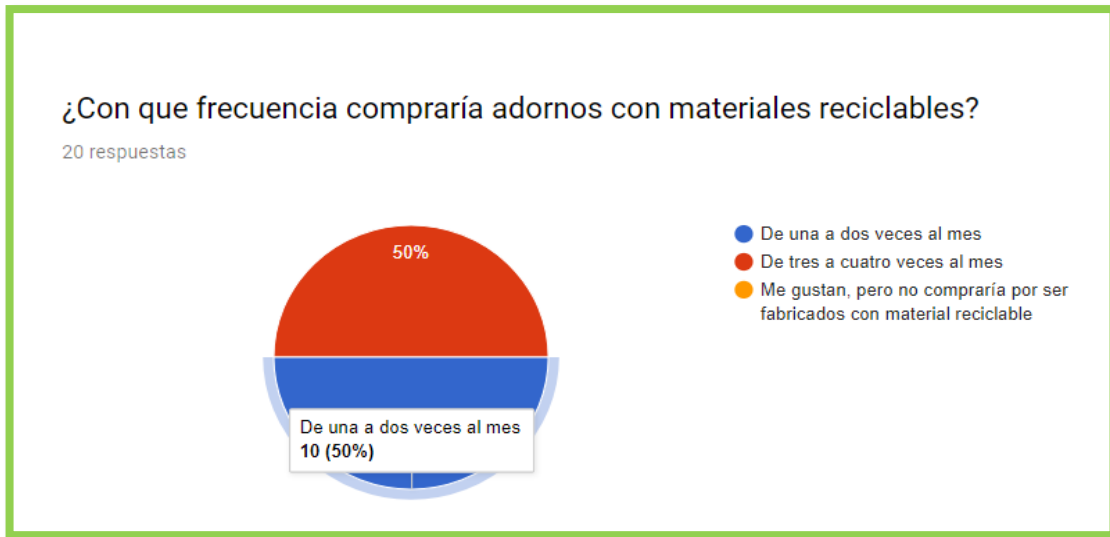
Grafica No 2. Adquiriria adornos fabricados en material reciclable



Fuente. Autoras del proyecto

El 100% de la poblacion concuerda con que si adquiririan adornos fabricados con material reciclable, esto nos da como resultado algo positivo pues la idea de negocio que se quiere desarrollar al entregarle a estas mujere el conocimiento para que ellas subsistan de su propia cuenta.

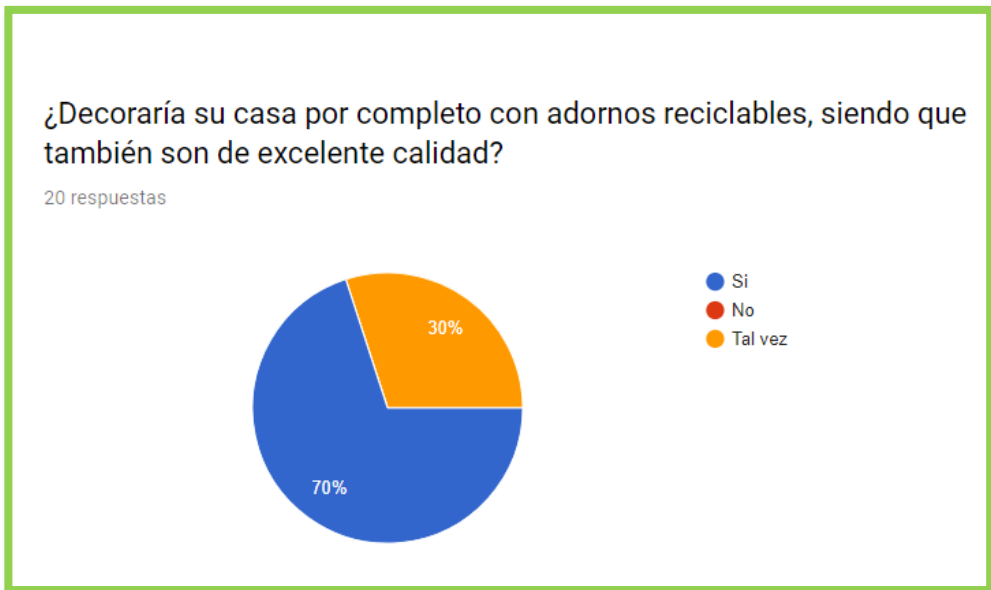
Grafica No 3. Con que frecuencia compraría adornos en material reciclable



Fuente. Autoras del proyecto

El 50% de la población encuestada manifiesta que compraría entre una a dos veces al mes y el otro 50% compraría entre tres a cuatro veces.

Grafica No 4. Decoraría su casa con materiales reciclables



Fuente. Autoras del proyecto

Al 70% de las personas del municipio de Granada Meta les gustaría decorar sus hogares con los productos que se piensan fabricar en la fundación por cuenta de las mujeres que allí se capacitan.

Grafica No.5. Aspectos que atraen de los artículos en material reciclable



Fuente. Autoras del proyecto

Al 60% de la población encuestada el más relevante de los artículos elaborados en material reciclable es el diseño de ellos.

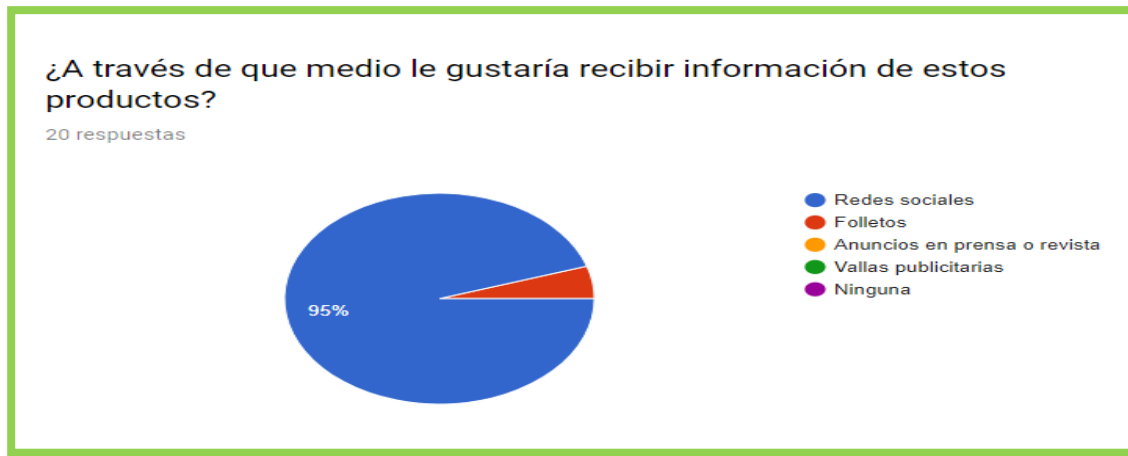
Grafica No 6. Cuanto pagaría por un adorno reciclable



Fuente. Autoras del proyecto

Lo máximo que pagarían por los artículos decorativos en material reciclable va desde \$30.000 a \$50.000 esto lo dice el 45 % de la población encuestada.

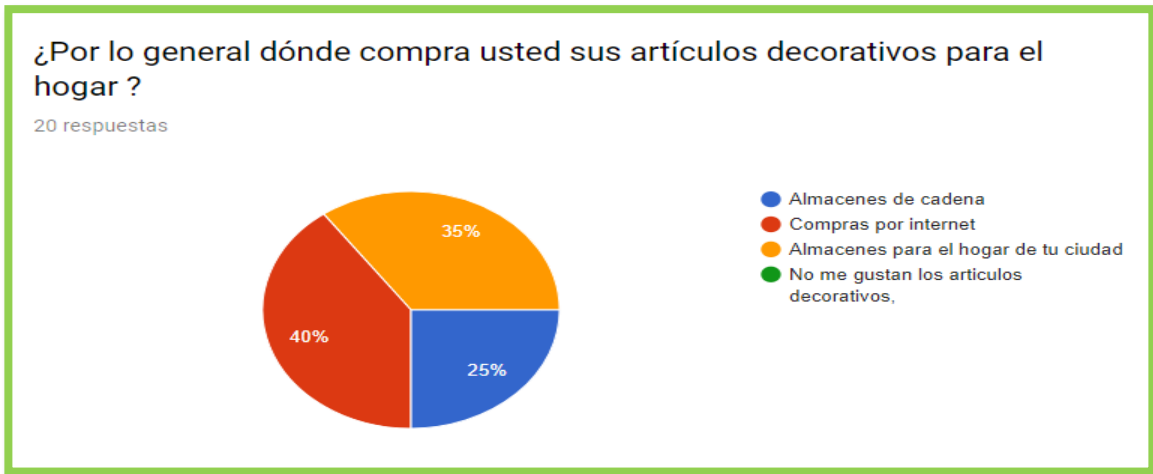
Grafica No7. Por qué medio le gustaría recibir información



Fuente. Autoras del proyecto

El medio en que a los clientes les gustaría recibir información de los artículos es por redes sociales, el 95% de los encuestados así lo confirman.

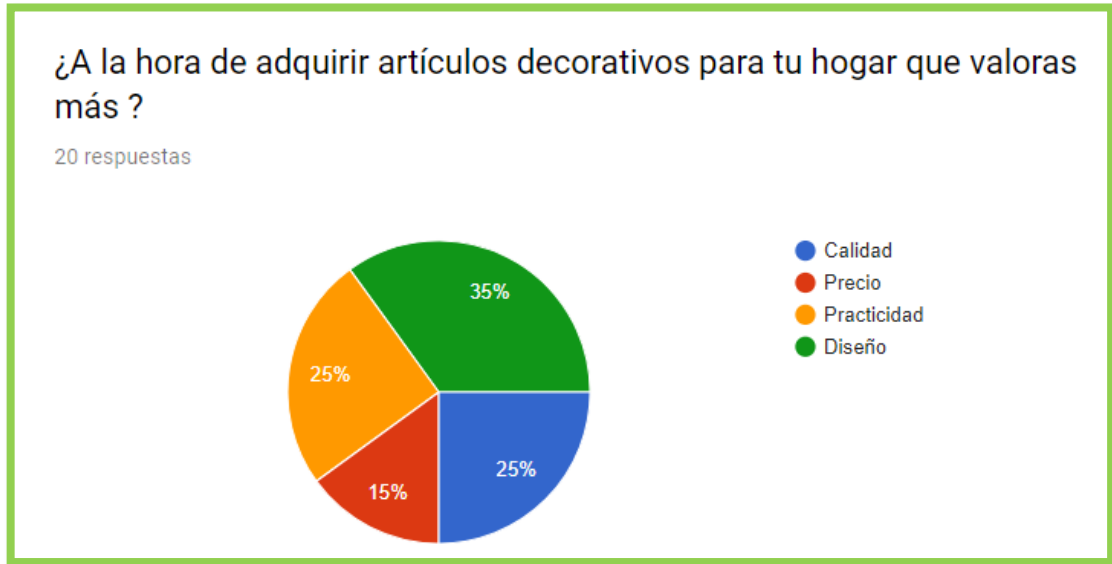
Grafico No 8. Donde compraría los artículos en material reciclable



Fuente. Autoras del proyecto

El 40% de los encuestados decide que quieren adquirir los articulos por medio del internet, y 35% los comprarían en almacenes para el hogar del municipio.

Grafica No 9 Que se valora al adquirir estos articulos



Fuente. Autoras del proyecto

Lo que más valoran los encuestados es el diseño de los artículos, el 35% así lo manifiestan los encuestados.

Grafica No 10. Las razones por las cuales no compraría los artículos



Fuente. Autoras del proyecto

El 40% de los encuestados manifiestan que no les atrae los artículos decorativos elaborados en material reciclable, es lo innecesario.

¿Tiene un comentario o sugerencia que quiera compartirlo con nosotros?

20 respuestas

no (3)
Me gusta la idea, teniendo en cuenta que ayudamos a minimizar el daño al medio ambiente con el reciclaje.
Gracias
Me gustaría verlos
la pregunta 10 no debería ser obligatoria.
Es una excelente idea. Desde que se sepa combinar el precio y el diseño con la calidad.
no.
Me gustaría ver que artículos tienen para ofrecer
Faltó configurar por secciones el formulario...
Muy buena idea
no tengo
no tengo

Muy bueno
quiero algo para poner mis libros
no gracias no tengo sugerencias
Muy excelente
Buenísimo
Super Bueno

4.2.1. Estrategia de precio, producto y distribución.

Una de las estrategias más importantes que se tiene para la comercialización y distribución del producto es su precio, puesto que serán valores estimados muy por debajo a los elementos decorativos industrializados, al ser artículos decorativos elaborados con material reciclable los elementos para fabricarlos son cosas que se tienen disponibles todo el tiempo en los hogares, dando un margen de ganancias de un 100% de utilidad, todos y cada uno de los productos tendrán un toque de elegancia, delicadeza que es característico de todas las mujeres y su distribución se hará de manera directa, pues no se tendrá un lugar establecido para la venta, todo se hará por medio de redes sociales, pues es un modelo de negocio más efectivo.

4.2.2. Estrategia de comunicación, promoción y servicio.

Hoy día el mundo lo mueve las redes sociales, es más la educación presencial está destinada a terminar un mundo donde lo digital se impone, bien sea como modelo de educación o modelo de negocio se toma en cuenta la tendencia a lo digital, se crea una aplicación donde las personas podrán conocer todos y cada uno de los servicios de la fundación, también de algunos de los productos que allí se fabricaran.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Después de analizar la situación económica en la que viven las mujeres del nivel 1 de Granada Meta, pudimos constatar que la exclusión social que tiene diariamente estas mujeres es un problema más que social, cultural. La gran mayoría de estas mujeres frente a la sociedad, sobreviven de una manera muy tediosa y precaria, sumándole a esto su bajos nivel educativo y su alejamiento de una economía que las favorezca, en otra instancia con los resultados de la encuesta logramos determinar que se tiene un alto porcentaje de éxito si se logra concretar el modelo de negocio estipulado pues en este caso sería educación igual a ingresos extras.

Durante la recopilación de toda la información necesaria para el proyecto, obtuvimos un factor importante que es el de la experiencia, en el municipio existen entes gubernamentales abiertos al público donde es posible implantar un proyecto de esta magnitud, productivo para la comunidad en general es una excelente opción de negocio, a pesar de ser estudiantes de universidad, se puede lograr ejecutar es necesario llegar a conocer la necesidad que muchos humanos tienen, en especial las mujeres es un tema que toca fibras, lejos o cerca de cada uno de nosotros se conoce un caso donde una mujer es excluida del campo laboral por no haber contado con facultades para acceder a un estudio o una educación social que le motivara a seguir adelante se es afortunado tener la oportunidad de ingresar a una universidad capacitarse y aprender.

ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA BAJO MODALIDAD WEB

FUNDACIÓN MUJERES EMPRENDEDORAS

1. ¿Considera usted que es importante el cuidado del medio ambiente?

- Si
- No

2. ¿Adquiriría adornos fabricados con materiales reciclables?; si su respuesta es no diríjase a la pregunta numero 10 *

- Si
- No

3. ¿Con que frecuencia compraría adornos con materiales reciclables? *

- De una a dos veces al mes

- De tres a cuatro veces al mes
- Me gustan, pero no compraría por ser fabricados con material reciclable

4. ¿Decoraría su casa por completo con adornos reciclables, siendo que también son de excelente calidad? *

- Si
- No
- Tal vez

5. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraería del producto? *

- Precio
- Innovación
- Diseño
- Ninguna de las anteriores

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un adorno reciclable? *

- De 10.000 a 20.000
- De 30.000 a 50.000
- De 50.000 a 70.000
- Más de 100.000

7. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de estos productos? *

- Redes sociales
- Folletos
- Anuncios en prensa o revista
- Vallas publicitarias
- Ninguna

8. ¿Por lo general dónde compra usted sus artículos decorativos para el hogar? *

- Almacenes de cadena
- Compras por internet
- Almacenes para el hogar de tu ciudad
- No me gustan los artículos decorativos

9. ¿A la hora de adquirir artículos decorativos para tu hogar que valoras más? *

- Calidad
- Precio
- Practicidad
- Diseño

10. ¿Por favor, diga cual o cuales son las razones por las que no le atrae el producto? *

- No lo necesito

- Es aburrido
- Precio excesivo
- es innecesario

11. ¿Tiene un comentario o sugerencia que quiera compartirlo con nosotros? *

Una de las leyes que favorece a la mujer cabeza de familia es la Ley 82 de 1993, "Por la cual se expiden normas para apoyar de manera especial a la mujer cabeza de familia", entre los artículos relevantes se encuentran:

ARTICULO 1o. La familia es núcleo fundamental e institución básica de la sociedad, se constituye por vínculos naturales o jurídicos, por la decisión libre de un hombre y una mujer de contraer matrimonio o por la voluntad responsable de conformarla (Diario Oficial, 1193).

ARTICULO 2o. [Modificado por el art. 1, Ley 1232 de 2008](#). Para los efectos de la presente ley, entiéndase por "Mujer Cabeza de Familia", quien siendo soltera o casada, tenga bajo su cargo, económica o socialmente, en forma permanente, hijos menores propios u otras personas incapaces o incapacitadas para trabajar, ya sea por ausencia permanente o incapacidad física, sensorial, síquica o moral del cónyuge o compañero permanente o deficiencia sustancial de ayuda de los demás miembros del núcleo familiar (Diario Oficial, 1193).

ARTICULO 4o. El Estado definirá mediante reglamento el ingreso de la mujer cabeza de familia y de la familia a su cargo al sistema de seguridad social, buscando la protección integral, cuyos servicios se les prestarán en forma efectiva, bien sea con sistemas prepagados, a crédito y por excepción de manera gratuita (Diario Oficial, 1193).

ARTICULO 8o. [Modificado por el art. 6, Ley 1232 de 2008](#). El Estado a través de sus entes, de otros establecimientos oficiales o de los particulares, creará y ejecutará planes y programas de capacitación gratuita y desarrollo de microempresas industriales, comerciales y artesanales; empresas de economía solidaria y empresas familiares, donde la mujer cabeza de familia realice una actividad económica rentable.

Para tal efecto, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, DANCOOP, y los demás organismos de naturaleza similar existentes o que llegaren a crearse, a nivel nacional, departamental o municipal, diseñaran planes y programas dirigidos especialmente a la mujer cabeza de familia, para lograr su adiestramiento básico (Diario Oficial, 1193).

ARTÍCULO 16.- Los departamentos, los municipios y el Distrito Capital de Santafé de Bogotá, podrán promover y financiar la creación y operación de entidades sin ánimo de lucro, que coordinen las estrategias locales o regionales para apoyar a las mujeres cabeza de familia.

El emprendimiento es fomentado y respaldado por la Ley 1014 de 2006, los artículos más relevantes son

ARTÍCULO 2o. OBJETO DE LA LEY.

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución (Diario Oficial, 2006).

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas (Diario Oficial, 2006).

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas (Diario Oficial, 2006).

ARTÍCULO 3o. PRINCIPIOS GENERALES.

a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente (Diario Oficial, 2006).

ARTÍCULO 4o. OBLIGACIONES DEL ESTADO

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos (Diario Oficial, 2006).

ARTÍCULO 20. PROGRAMAS DE PROMOCIÓN Y APOYO A LA CREACIÓN, FORMALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD DE NUEVAS EMPRESAS. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitaran al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes (Diario Oficial, 2006).

REFERENCIAS

Alcaldía Municipal (2016). Secretaria de planeación municipal. Recuperado en

<http://www.granada-meta.gov.co/Transparencia/Documents/INFORME%20DE%20GESTION%202016%20GRANADA%20META.pdf>

Álvarez (2013) - Clarín Entremujeres, recuperado el 17 de abril de 2018 de

https://www.clarin.com/genero/trabajo-genero-columnista-mujer-ser_mujer_0_HyKcuaFPXe.html

Bermeo (2017, p9). Recuperado el 02 de mayo de 2018 de la

<http://blogs.elespectador.com/economia/el-mal-economista/mujer-colombia-no-paga>

Concepto. De. (2015). Concepto de emprendimiento. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la

www.google.com.co en la URL: <https://definicion.de/emprendimiento/>

Definición ABC. (2007). Definición de Residuos. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la

www.google.com.co en la URL: <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/residuos.php>

Definición ABC. (2007). Salud. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la www.google.com.co en

la URL: <http://www.definicionabc.com>

Definición ABC. (2007). Salud. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la www.google.com.co en la URL: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/residuos.php>

El Tiempo, 8 de marzo de 2018. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/el-rol-de-la-mujer-en-la-erradicacion-de-la-pobreza-en-colombia-191442>

Empresa de servicios Públicos de Granada. (2017). Medio Ambiente. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la www.google.com.co en la URL: <http://espgranadameta.gov.co/index.php/component/k2/item/29-medio-ambiente>

Empresa de servicios Públicos de Granada. (20187). Historia y Geografía. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la www.google.com.co en la URL: <http://granadameta.com/historia/geografia/>

Gerencie.com (2018). Recuperado el 02 de mayo de 2018 de la <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

González (2002, párr.1). Concepto de Mercado. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>

Gran Diccionario de la Lengua Española © 2016 Larousse Editorial, S.L. recuperado el 02 de mayo de 2018 de la <https://es.thefreedictionary.com/capacitaci%C3%B3n>

Inforeciclaje. (2017). Residuos sólidos. Recuperado el 01 de abril de 2018, de la

www.google.com.co en la URL: <http://www.inforeciclaje.com/residuos-solidos.php>

Isan (s.f, párr. 1). Recuperado de la

<https://www.ecologiaverde.com/definicion-de-reciclaje-240.html>

Plataforma de datos abiertos gobierno colombiano. Recuperado el 17 de abril de 2018 de

<https://dev.socrata.com/foundry/www.datos.gov.co/shd2-ukys>

Porras, López (2008). Recuperado el 02 de mayo de 2018 de la

<http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/43210.pdf>

Significados.com. recuperado el 02 de mayo de 2018 de la

<https://www.significados.com/fundacion/>

Semana abril de 2018. Recuperado de

<http://www.semana.com/especiales/articulo/las-trampas-pobreza/81481-3>

Diario oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006, recuperado el 05 de mayo de 2018 de la

http://normograma.sena.edu.co/normograma/docs/ley_1014_2006.htm

Diario Oficial No. 41.101, de 3 de noviembre de 1993, recuperado el 05 de mayo de 2018 de la

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0082_1993.html