

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA
CONFECCION DE FALDAS PARA LAS MUJERES CRISTIANAS
EVANGELICAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**DEIFIDIA JIMÉNEZ FLOREZ
LUZ ADRIANA VILLADA HENAO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2009

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA
CONFECCION DE FALDAS PARA LAS MUJERES CRISTIANAS
EVANGELICAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**DEIFIDIA JIMÉNEZ FLOREZ
LUZ ADRIANA VILLADA HENAO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
profesional en Gestión Empresarial**

**Directora
MARTHA ISABEL HERNÁNDEZ SUÁREZ
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2009**

Hoy termina un sueño, una experiencia, una satisfacción personal,
un logro a pesar de las dificultades.

Hoy dedico este éxito a tí mi Dios,
porque durante este proceso siempre estuviste conmigo,
levantándome, sustentándome, renovando cada día mis fuerzas.
En tí puse mi fe, mi confianza y gracias a tu voluntad
disfruto hoy de la culminación de este proyecto de vida.

A mi mamá Aníta porque siempre ha querido lo mejor para sus hijos,
mamá tu no pudiste pagarnos el estudio, pero aquí estoy cumpliendo un sueño....

A mi papá Luis y mi hermana Tílcia quienes durante este proceso partieron
a la presencia del Señor... hoy los recuerdo, los amo
y se que están en el mejor lugar, disfrutando de la presencia del rey de reyes.

A mis hermanos, Ono, Nelson, Nubía, Marisol
por su apoyo, compañía y amor para conmigo.

A Javier, mi esposo, por que a pesar de "todo" estuvo ahí.
A mis hijos, Niccole y Andrés, hijos muchas veces los deje solos durante este proceso, unas veces
fueron ustedes los sacrificados... otras veces estaban conmigo
en la universidad... este triunfo es de ustedes también,
los amo por estar ahí... y recuerden que todo lo que emprendamos lo podemos hacer
sí tenemos ganas y amor por lo que hacemos.

Y definitivamente.... a tí, Padrecito Santo....
A tí te alabo y te exalto...
pues eres digno de estar... en ese lugar tan alto.

YAYI...TAIII

Hoy, al terminar esta etapa tan importante en mi vida
doy gracias a Dios por la salud, la sabiduría y entendimiento
para emprender este arduo camino y también la fuerza de voluntad
necesaria que me dio, para no desfallecer en los momentos de dificultad
logrando vencer los distintos obstáculos que se me presentaron
a lo largo de la carrera y que hoy con gran orgullo puedo decir
¡Gracias a tí culminé exitosamente!

A mi esposo y a mi hija, por su apoyo incondicional,
paciencia, amor
y el sacrificio a mi esfuerzo.

A mis padres por sus oraciones, motivación y energía que me transmitieron
Para salir adelante.

A mis hermanos, familiares y amigos
que de una u otra forma han estado a mi lado, material y espiritualmente
Apoyándome y ofreciéndome su calidad humana.

Gracias

Luz Adriana Villada Henao

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Las personas que participaron con nosotras en este proceso:

A mis pastores y hermanos de la Iglesia de las Naciones "IDELAN", por sus oraciones las cuales fueron respondidas.

Al señor Humberto, por su colaboración y apoyo para Adry y por supuesto para conmigo.

A los tutores del INSED y la Universidad Industrial de Santander, los cuales pusieron a disposición nuestra todos sus conocimientos y experiencias, quienes dieron su aporte para formar y desarrollar un espíritu empresarial en los estudiantes, ustedes son excelentes.

A la Ing. Martha Isabel Hernández, mujer virtuosa, comprometida, honesta, colaboradora e impecable. Ing. Martha Isabel de usted aprendimos mucho, nos llevamos las mejores experiencias vividas y compartidas. Dios la bendiga hoy y siempre.

Gracias señor, hoy nuestras vidas están puestas delante de tu presencia, guíanos y llévanos siempre de tu mano y confírmanos tu voluntad.

Amen.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	30
1. GENERALIDADES	34
1.1 ANTECEDENTES	34
1.1.1 Historia de la falda	34
1.1.2 Evolución de la falda en el último siglo	35
1.1.3 Sector de las confecciones en Colombia	37
1.1.4 Informe sector de las confecciones en Colombia año 2008	38
1.1.5 La coyuntura actual de los sectores textiles y confecciones	38
1.1.6 La balanza comercial de los sectores textil y de confecciones	40
1.1.7 El empleo en los sectores textil y de confecciones	43
1.1.8 Ventas al por menor de los productos textiles y de confecciones	44
1.1.9 Perspectivas para los sectores textil y de confecciones colombianos	44
1.2 SANTANDER CUNA DE GRANDES CONFECCIONES	47
1.3 ASPECTOS RELIGIOSOS	49
1.3.1 ¿Cómo interpreta la comunidad cristiana lo que dice la Biblia sobre la Vestimenta correcta del hombre y la mujer?	51
1.4 MARCO DE REFERENCIA LEGAL	52
2. ESTUDIO DE MERCADOS	55
2.1 OBJETIVOS	55
2.1.1 General	55
2.1.2 Específicos	55
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	56
2.2.1 Usos y especificaciones del producto / servicio	56
2.2.2 Productos principales	57
2.2.3 Productos sustitutos	60
2.2.4 Productos complementarios	60
2.2.5 Atributos diferenciales del producto y servicio	60

2.3	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	61
2.3.1	Mercado potencial	61
2.3.2	Mercado objetivo	61
2.4	DEMANDA	61
2.4.1	Investigación de mercados	61
2.4.1.1	Planteamiento del problema	61
2.4.1.2	Necesidades de información	63
2.4.1.3	Ficha técnica	63
2.4.2	Tabulación, presentación y análisis de resultados	72
2.4.3	Estimación de la demanda	99
2.4.4	Evolución histórica de la demanda del producto/servicio	100
2.4.5	Proyección de la demanda	100
2.5	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA	101
2.5.1	Evolución histórica de la oferta	101
2.5.2	Oferta actual	101
2.6	RELACIÓN DEMANDA – OFERTA = DEMANDA INSATISFECHA	107
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	107
2.7.1	Estructura de los canales actuales	108
2.7.1.1	Canales de comercialización utilizados por la competencia	108
2.7.1.2	Ventajas y desventajas de los canales	109
2.7.2	Selección de canales	110
2.7.2.1	Esquema del canal directo	110
2.7.2.2	Esquema del canal indirecto	111
2.8	PRECIO	111
2.8.1	Análisis de precios	111
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	113
2.9	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	114
2.9.1	Objetivo de la publicidad y promoción	114
2.9.2	Logotipo	115
2.9.3	Lema	116

2.9.4	Análisis de medios	116
2.9.5	Selección de medios	116
2.9.6	Estrategias de publicidad	117
2.9.7	Presupuesto	118
2.9.7.1	Presupuesto de lanzamiento	118
2.9.7.2	Presupuesto de operación (mensual)	119
2.10	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS	119
3.	ESTUDIO TÉCNICO	122
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	122
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	122
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de la empresa	122
3.1.3	Capacidad del proyecto	123
3.1.3.1	Capacidad diseñada	123
3.1.3.2	Capacidad instalada	125
3.1.3.3	Capacidad utilizada	126
3.2	LOCALIZACIÓN	129
3.2.1	Macro localización	129
3.2.3	Micro localización	129
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	133
3.3.1	Ficha técnica del producto	133
3.3.2	Descripción técnica del proceso	134
3.3.3	Diagramas de procesos	141
3.3.4	Control de calidad	145
3.3.5	Recursos	146
3.3.5.1	Recurso humano	146
3.3.5.2	Recursos físicos	147
3.3.5.3	Recurso de insumos o materias primas	149
3.3.6	Estudio de proveedores	155
3.3.7	Distribución de la planta	157
3.3.8	Logística de distribución	158

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	159
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	161
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	161
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	163
4.2.1 Misión	163
4.2.2 Visión	163
4.2.3 Objetivos	163
4.2.4 Políticas	164
4.2.4.1 Política de personal	164
4.2.4.2 Políticas de compra	165
4.2.4.3 Políticas de venta	165
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	166
4.3.1 Organigrama	166
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	166
4.4 ASIGNACIÓN SALARIAL	189
4.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	191
5. ESTUDIO FINANCIERO	192
5.1 INVERSIONES	192
5.1.1 Inversión fija	192
5.1.2 Inversión diferida	194
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	195
5.1.3.1 Costos de producción	195
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	206
5.1.3.3 Gastos financieros (intereses)	208
5.1.3.4 Total capital de trabajo	209
5.1.4 Inversión total	209
5.1.5 Fuentes de financiación	210
5.2 COSTOS	213
5.2.1 Costos y gastos fijos	213
5.2.2 Costos y gastos variables	218

5.2.3 Costos totales unitarios	220
5.2.4 Precio de venta	221
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	223
5.3.1 Egresos proyectados	223
5.3.2 Ingresos proyectados	224
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	229
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	233
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	233
5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)	233
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	237
6.1 IMPACTO SOCIAL	237
6.1.1 Desarrollo regional	237
6.1.2 Generación de empleo	238
6.1.3 Generación de tributos	238
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	238
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	241
6.3.1 Valor presente neto	241
6.3.2 Tasa interna de retorno	243
6.3.3 Período de recuperación	245
6.3.4 Análisis de las razones financieras	246
6.3.4.1 Bloque de razones de liquidez	246
6.3.4.2 Bloque de razones de endeudamiento	246
6.3.4.3 Bloque de razones de actividad	247
6.3.4.4 Bloque de razones de rentabilidad	248
CONCLUSIONES	250
BIBLIOGRAFÍA	253
ANEXOS	255

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Producción sector textil y de confecciones. Septiembre 2008/2007	39
Figura 2. Exportaciones del sector textil colombiano enero – diciembre de 2007	40
Figura 3. Exportaciones del sector confecciones enero – diciembre de 2007	42
Figura 4. Empleo sectores textil y de confecciones. Septiembre 2008/2007	43
Figura 5. Sector textil y de confecciones colombianos	44
Figura 6. Empresa textil	45
Figura 7. Falda en Jean Ref. Saray	57
Figura 8. Falda en dril delgado Ref. María	58
Figura 9. Falda en lino delgado Ref. Esther	59
Figura 10. Porcentaje de mujeres cristianas que utilizan las faldas para su vestir diario	73
Figura 11. Cantidad de faldas que compran por año	74
Figura 12. Tallas de mujeres cristianas que usan faldas en su vestir diario	75
Figura 13. Tipo de telas preferidas por las mujeres cristianas evangélicas	76
Figura 14. Colores preferidos al comprar una falda	77
Figura 15. Estilos de faldas que utilizan con mayor frecuencia	78
Figura 16. Frecuencia en la compra de faldas	79
Figura 17. Sitios donde adquieren las faldas	80
Figura 18. Centros comerciales visitados por las mujeres cristianas Evangélicas	81
Figura 19. Almacenes visitados por las mujeres cristianas evangélicas	82
Figura 20. Medios publicitarios utilizados como propaganda para enterarse de la existencia de almacenes o lugares donde venden o confeccionan faldas	83
Figura 21. Precio que ha pagado por la compra de faldas	84
Figura 22. Forma de pago de las faldas	86

Figura 23. Dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas	87
Figura 24. Decisión de compra a un fabricante especializado	88
Figura 25. Aceptación de recibir asesoría personalizada	89
Figura 26. Tipo de tela	90
Figura 27. Cantidad de faldas a comprar por año según estilo Saray tipo de tela Jean	91
Figura 28. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo María y tipo de tela Dril	92
Figura 29. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo Esther tipo de tela lino	93
Figura 30. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Dril	95
Figura 31. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Lino	96
Figura 32. Precio a pagar en la nueva fábrica	97
Figura 33. Sitios de ubicación de la nueva fábrica	98
Figura 34. Fotos almacenes centro comercial cabecera IV etapa	103
Figura 35. Fotos almacenes centro comercial la Florida	104
Figura 36. Fotos almacenes Frank Bolier centro de Bucaramanga	106
Figura 37. Nivel 0: Productor – Consumidor	109
Figura 38. Nivel 1: Productos – Detallista – Consumidor	109
Figura 39. Esquema canal directo nivel 0	110
Figura 40. Esquema canal indirecto nivel 1	111
Figura 41. Logotipo Confecciones Saray	115
Figura 42. Diseño en computador	135
Figura 43. Impresión diseño en computador	136
Figura 44. Trazado de moldes por talla	137
Figura 45. Tendido de la tela	137
Figura 46. Corte de las piezas	138
Figura 47. Ensamble o confección	139

Figura 48. Fileteado	139
Figura 49. Terminado de la prenda	140
Figura 50. Despeluzado y control de calidad	140
Figura 51. Planchado de las faldas	141
Figura 52. Entrega de las faldas al almacén	141
Figura 53. Diagrama de proceso falda en jean Ref. Saray (24 unidades)	142
Figura 54. Diagrama de proceso falda en dril Ref. María (24 unidades)	143
Figura 55. Diagrama de proceso falda en lino Ref. Esther (24 unidades)	144
Figura 56. Distribución de áreas	158
Figura 57. Organigrama	166

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Ficha técnica	63
Cuadro 2. Porcentaje de mujeres cristianas que utilizan las faldas para su vestir diario	73
Cuadro 3. Cantidad de faldas que compran por año	74
Cuadro 4. Cálculo de la cantidad de faldas que compran en promedio por año	74
Cuadro 5. Tallas de mujeres cristianas que usan faldas en su vestir diario	75
Cuadro 6. Tipo de telas preferidas por las mujeres cristianas evangélicas	76
Cuadro 7. Colores preferidos al comprar una falda	77
Cuadro 8. Estilos de faldas que utilizan con mayor frecuencia	78
Cuadro 9. Frecuencia en la compra de faldas	79
Cuadro 10. Cálculo de la frecuencia de compras de faldas en promedio	79
Cuadro 11. Sitios donde acostumbran comprar las faldas	80
Cuadro 12. Centros comerciales visitados por las mujeres cristianas evangélicas	81
Cuadro 13. Almacenes visitados por las mujeres cristianas evangélicas	82
Cuadro 14. Medios publicitarios utilizados como propaganda para enterarse de la existencia de almacenes o lugares donde venden o confeccionan faldas	83
Cuadro 15. Precio que ha pagado por la compra de faldas	84
Cuadro 16. Cálculo promedio de precios pagados al comprar una falda	85
Cuadro 17. Forma de pago de las faldas	85
Cuadro 18. Dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas	86
Cuadro 19. Decisión de compra a un fabricante especializado	87
Cuadro 20. Aceptación de recibir asesoría personalizada	88
Cuadro 21. Cantidad de faldas a comprar según el tipo de tela	89
Cuadro 22. Cantidad de faldas a comprar por año según estilo Saray tipo de tela Jean	90

Cuadro 23. Cantidad promedio por año según estilo Saray tipo de tela Jean	91
Cuadro 24. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo María y tipo de tela Dril	92
Cuadro 25. Cantidad promedio por año según estilo María tipo de tela dril	92
Cuadro 26. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo Esther tipo de tela lino	93
Cuadro 27. Cantidad promedio por año según estilo Esther tipo de tela lino	94
Cuadro 28. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Dril	94
Cuadro 29. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Lino	95
Cuadro 30. Precio a pagar en la nueva fábrica	96
Cuadro 31. Cantidad promedio sobre precio a pagar en la nueva fábrica	97
Cuadro 32. Sitios de ubicación de la nueva fábrica	98
Cuadro 33. Demanda total por tipo de falda	99
Cuadro 34. Demanda total efectiva por tipo de falda	99
Cuadro 35. Demanda total de faldas por año proyectada	100
Cuadro 36. Demanda total efectiva de faldas por año proyectada	101
Cuadro 37. Almacenes y locales centro comercial cabecera IV etapa	102
Cuadro 38. Almacenes y locales centro comercial Cañaverál	104
Cuadro 39. Almacenes y locales centro comercial la Florida	105
Cuadro 40. Almacenes Frank Bolier centro Bucaramanga	106
Cuadro 41. Ventajas y desventajas de los precios en el mercado	112
Cuadro 42. Precios representativos de la competencia	112
Cuadro 43. Relación de precios para el diseño de los volantes	117
Cuadro 44. Presupuesto de lanzamiento	118
Cuadro 45. Presupuesto de operación (mensual)	119
Cuadro 46. Tiempos promedios de elaboración para un lote de 24 unidades por tipo de falda	124
Cuadro 47. Capacidad diseñada por tipo de falda	125

Cuadro 48. Capacidad instalada por tipo de falda	126
Cuadro 49. Capacidad utilizada por tipo de falda	127
Cuadro 50. Capacidad utilizada y proyectada a cinco años	128
Cuadro 51. Capacidad proyectada por tipo de falda y tallas a cinco años	128
Cuadro 52. Factor 1. Instalaciones locativos	131
Cuadro 53. Factor 2. Servicios públicos	131
Cuadro 54. Factor 3. Costos de arriendo	131
Cuadro 55. Factor 4. Ubicación y extensión con respecto al mercado	131
Cuadro 56. Factor 5. Disposiciones legales	131
Cuadro 57. Factor 6. Cercanía a la materia prima	132
Cuadro 58. Ponderación de factores	132
Cuadro 59. Determinación de la ubicación	132
Cuadro 60. Ficha técnica	133
Cuadro 61. Recuro humano	146
Cuadro 62. Requerimiento de maquinaria y equipos	147
Cuadro 63. Requerimiento de muebles y enseres	147
Cuadro 64. Requerimiento de equipos de oficina	148
Cuadro 65. Requerimiento de equipos de seguridad y primeros auxilios	148
Cuadro 66. Requerimiento de materias primas (tela) por tipo de falda y talla, según diseños	149
Cuadro 67. Total requerimientos de materia prima en metros	149
Cuadro 68. Total requerimientos de materias primas tela a 5 años	150
Cuadro 69. Requerimiento de accesorios por falda según diseños	151
Cuadro 70. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 1	152
Cuadro 71. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 2	153
Cuadro 72. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 3	153

Cuadro 73. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 4	154
Cuadro 74. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 5	155
Cuadro 75. Proveedores de telas	156
Cuadro 76. Proveedor de empaques	156
Cuadro 77. Proveedor de maquinaria y equipos	156
Cuadro 78. Proveedores de talleres de ensamble	156
Cuadro 79. Manual de funciones del gerente	167
Cuadro 80. Perfil del cargo del gerente	168
Cuadro 81. Manual de funciones del jefe de producción	169
Cuadro 82. Perfil del cargo del jefe de producción	170
Cuadro 83. Manual de funciones del contador	171
Cuadro 84. Perfil del cargo del contador	172
Cuadro 85. Manual de funciones de la secretaria auxiliar contable	173
Cuadro 86. Perfil del cargo de la secretaria auxiliar contable	174
Cuadro 87. Manual de funciones del diseñador	175
Cuadro 88. Perfil del cargo del diseñador	176
Cuadro 89. Manual de funciones del operario de corte	177
Cuadro 90. Perfil del cargo del operario de corte	178
Cuadro 91. Manual de funciones del operario de calidad, terminados y despeluzado	179
Cuadro 92. Perfil del cargo del operario de calidad, terminados y Despeluzado	180
Cuadro 93. Manual de funciones del operario de planchado	181
Cuadro 94. Perfil del cargo del operario de planchado	182
Cuadro 95. Manual de funciones del operario de empaque y almacenamiento	183
Cuadro 96. Perfil del cargo del operario de empaque y almacenamiento	184
Cuadro 97. Manual de funciones del vendedor	185
Cuadro 98. Perfil del cargo del vendedor	186

Cuadro 99. Manual de funciones de servicios generales	187
Cuadro 100. Perfil del cargo de servicios generales	188
Cuadro 101. Asignación salarial	189
Cuadro 102. Base salarial del patrono por prestaciones sociales, parafiscales, salud, pensión, riesgos profesionales y dotación	190
Cuadro 103. Costo de maquinaria y equipos	192
Cuadro 104. Costo de muebles y enseres	193
Cuadro 105. Costo de equipo de oficina	193
Cuadro 106. Costo de herramientas	194
Cuadro 107. Total de inversión fija	194
Cuadro 108. Inversión diferida	195
Cuadro 109. Costo de la tela por tipo de falda y talla	195
Cuadro 110. Costo de botones por tipo de falda y talla	196
Cuadro 111. Costo de los cierres por tipo de falda y talla	197
Cuadro 112. Costo hebillas por tipo de falda y talla	198
Cuadro 113. Costo de marquillas por tipo de falda y talla	199
Cuadro 114. Costo total de materias primas	200
Cuadro 115. Mano de obra directa	201
Cuadro 116. Costo del valor de diseños	201
Cuadro 117. Costo de ensamble	202
Cuadro 118. Resumen del costo de mano de obra directa	203
Cuadro 119. Costo de mano de obra indirecta	203
Cuadro 120. Costo de materiales indirectos	204
Cuadro 121. Costo de insumos	204
Cuadro 122. Costo de depreciación de producción	205
Cuadro 123. Costo de mantenimiento de producción	205
Cuadro 124. Costo de otros CIF (seguros de producción)	205
Cuadro 125. Resumen de CIF	205
Cuadro 126. Resumen de costos de producción	206
Cuadro 127. Nómina administrativa	206

Cuadro 128. Depreciación administrativa	207
Cuadro 129. Amortización de diferidos	207
Cuadro 130. Gastos generales	208
Cuadro 131. Resumen de gastos de administración y de ventas	208
Cuadro 132. Gastos financieros	209
Cuadro 133. Resumen capital de trabajo	209
Cuadro 134. Inversión total	210
Cuadro 135. Fuentes de financiamiento	210
Cuadro 136. Amortización del crédito	211
Cuadro 137. Costos y gastos fijos totales	213
Cuadro 138. Costos y gastos fijos de la falda en jean	214
Cuadro 139. Costos y gastos fijos para la falda en dril	216
Cuadro 140. Costos y gastos fijos para la falda en lino	217
Cuadro 141. Costos y gastos variables totales	218
Cuadro 142. Costos y gastos variables de la falda en jean	218
Cuadro 143. Costos y gastos variables de la falda en dril	219
Cuadro 144. Costos y gastos variables de la falda en lino	219
Cuadro 145. Costos y gastos total unitario de la falda en jean	220
Cuadro 146. Costos y gastos total unitario por tallas de la falda en jean	220
Cuadro 147. Costos y gastos total unitario de la falda en dril	221
Cuadro 148. Costos y gastos total unitario de la falda en lino	221
Cuadro 149. Precio de venta de la falda en jean por tallas	221
Cuadro 150. Precio de venta de la falda en dril por tallas	222
Cuadro 151. Precio de venta de la falda en lino por tallas	222
Cuadro 152. Costos de producción proyectados a cinco años	223
Cuadro 153. Gastos generales proyectados a cinco años	223
Cuadro 154. Gastos de administración y ventas proyectados a cinco años	224
Cuadro 155. Gastos financieros proyectados a cinco años	224
Cuadro 156. Ingresos por tipo de falda y talla año 1	224
Cuadro 157. Ingresos por tipo de falda y talla año 2	225

Cuadro 158. Ingresos por tipo de falda y talla año 3	226
Cuadro 159. Ingresos por tipo de falda y talla año 4	227
Cuadro 160. Ingresos por tipo de falda y talla año 5	227
Cuadro 161. Ingresos proyectados por tipo de falda y tallas	228
Cuadro 162. Distribución del producto	229
Cuadro 163. Margen de contribución	230
Cuadro 164. Margen de contribución ponderado	231
Cuadro 165. Unidades en el punto de equilibrio	231
Cuadro 166. Distribución de unidades en el punto de equilibrio	232
Cuadro 167. Comprobación del punto de equilibrio	232
Cuadro 168. Flujo de caja proyectado	234
Cuadro 169. Estado de resultados proyectado	235
Cuadro 170. Balance general (primer año)	236
Cuadro 171. Estudio ambiental para la fábrica de confección de faldas	
Saray	238
Cuadro 172. Valor presente neto	243
Cuadro 173. Tasa interna de retorno	244
Cuadro 174. Período de recuperación	245
Cuadro 175. Razón corriente	246
Cuadro 176. Nivel de endeudamiento	247
Cuadro 177. Rotación de activos totales	248
Cuadro 178. Margen bruto de ganancias	248
Cuadro 179. Margen neto de ganancias	249

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Formato de encuesta	255
Anexo B. Cotizaciones de máquinas, telas y equipo de cómputo	258

GLOSARIO

ACCESORIOS: detalles para decorar o lograr un efecto visual. (Correas, botones, hebillas.)

AGUJAS PUNTIAGUDAS: ideales para coser cualquier tipo de tela. Vienen en diferentes grosores. Se pueden encontrar desde la No.9 hasta No.18.

AGUJAS DE PUNTA ESFÉRICA: son para telas de punto y telas elásticas. Tamaños desde la 9-16.

ALTA COSTURA: prendas elaboradas a la medida

ARANDELA: franja de tela de regular tamaño, recogida en frunces, de igual o diferente color al resto de la prenda. Cortada al hilo o al sesgo.

CARTA DE COLOR: gama del color que se usará en cada temporada, para programar una colección de correderas, hilos, botones, zapatos, textiles; herramienta clave para lograr diferentes opciones y combinaciones.

CASUAL: prendas predispuestas a la elegancia en ocasión al día (chaquetas, blusas, faldas, vestidos, slack).

COTILLA: corte que lleva la falda hacia debajo de la cintura con forma deseada de 15 0 20cms de largo. Para el pantalón 8cms al lado y 12cms al centro.

DENIM: es el término usado para referirse a los jeans. Primero fue sinónimo de trabajo, después de rebeldía juvenil y ahora de elegancia.

DISEÑO: silueta, también llamada look. Es la forma o el contorno, la apariencia, la forma de las piezas etc.

DOBLADILLO: borde de la tela doblada sobre si misma y asegurada con puntada recta a mano o máquina en los bordes de los vestidos, faldas o pantalón. Otros lo llaman ruedo.

DRIL: tejido de algodón denim resistente especial para elaborar faldas, pantalones muy de moda.

EL HILO EXTRAFINO: para telas delicadas y bordados a máquina.

EL HILO COMÚN: que se usa para todo tipo de costura.

FASHION: palabra para designar lo que está de moda. Es el término usado para hablar de lo último en la moda. **IN:** Lo que está de moda.

FORRO: es la parte interior de la prenda en material más liviano.

HILVAN: unir las telas provisionalmente con puntadas hechas a mano, antes de coserlas.

JEANS: tejido de algodón resistente llamado denim. Especial para elaborar faldas informales.

LAS AGUJAS DE PUNTA BISELADAS: usadas para coser piel y vinilos. Las agujas no solo se cambian cuando se parten. Se cambian cuando usted las ha usado durante mucho tiempo, cuando las maltrata con alfileres. Una aguja doblada, estropeada o despuntada maltrata la tela.

LAS AGUJAS DOBLES: que se usan para puntadas decorativas.

LINO: tejido suave, fresco, resistente y elaborado de fibra vegetal, de buena caída.

MEDIDA: longitud de la prenda en centímetros que representa determinada parte del cuerpo y que se toma como base para el trazo.

METIDO: es un pedazo de tela de un color que contrasta con el color de la prenda y que se agrega para adornarla.

MODA: combinación de los diferentes elementos que componen una prenda (textura, color, tela, estampado, silueta, accesorios)

MOLDE: es el trazo cortado y listo en el papel para colocar sobre la tela.

MUESTRA PATRÓN: prenda testigo que contiene la característica de diseño, color, matiz, tono y registro de áreas, debidamente aprobada para efecto de comparación, evaluación y aceptación o rechazo de los lotes correspondientes.

ORILLO: en las telas es un tejido reforzado a lo largo de las mismas.

PINZA: es un doblar sobre la misma tela que disminuye en lo ancho hasta llegar al borde y que se hace para entallar las prendas.

PUNTADA: cada una de las pasadas que se dan a una tela u otro material al coser.

PRENSE: es el doblar de la tela sobre si misma una o varias veces. Generalmente se usan en las faldas. Cuando van en sentidos opuestos se llaman tablitas.

PRETINA: parte de la prenda que ciñe la cintura.

RIBETE: borde.

SESGO: tiras que se cortan doblando la tela diagonalmente de 3 a 4cms de ancho.

VINTAJE: todo lo que ha pasado de moda, pero que debido a su gran calidad perduran en el tiempo y no dejan de usarse. Los llamados clásicos de la moda.

ZIG-ZAG: puntada hecha a máquina para reforzar los orillos de la tela de lado revés. También puede hacerse con máquina fileteadora o de rebordes.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FÁBRICA DEDICADA A LA CONFECCION DE FALDAS PARA LAS MUJERES CRISTIANAS EVANGELICAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA*

**AUTORES: JIMÉNEZ FLOREZ, Deifidia
VILLADA HENAO, Luz Adriana****

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, confección, faldas, jean, dril, lino, mujeres, cristianas.

DESCRIPCIÓN:

La factibilidad para la creación de la fábrica dedicada a la confección de faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, fue inspirada a sus autoras gracias al conocimiento que tienen sobre las correctas formas de vestir de las mujeres de las Comunidades Cristianas Evangélicas, las cuales se basan en el fundamento bíblico para optar por convicción más que por imposición la utilización de la falda para su vestir diario. Lo que se quiere lograr con la creación de la fábrica de confecciones, es ofrecer un producto de calidad, que pueda competir con el mercado actual, que esté al alcance de todas las clientes potenciales del negocio.

Se comprobó que de las 11.894 mujeres evangélicas el 90% si utilizan faldas a diario, es decir 10.705 mujeres que compran al año en promedio 5.7 faldas/año, es decir, la demanda actual es de 61.019 faldas/año, por lo cual se planea una capacidad utilizada, para el año 1 de 19.217 faldas, que de acuerdo al comportamiento del mercado se distribuyó en 6.632 faldas en tela Jean, 6.254 en tela dril y 6385 en lino, equivalente al 50% de capacidad instalada, atendiendo el 18% de la demanda efectiva del primer año

Financieramente el proyecto se muestra como una alternativa de inversión viable, donde se observa que con una inversión de \$55.060.789, se obtienen resultados financieros importantes como una TIR del 48,2%, un VPN de \$93.142.951 y en un periodo de recuperación de 2 años, 4 meses aproximadamente, con una tasa mínima atractiva de retorno de los inversionistas del 7,16%. y se proyecta como un manera de generar independencia económica y auto gestionar empresa, lo cual es un objetivo base de los profesionales en Gestión empresarial.

* Proyecto de grado.

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora: HERNÁNDEZ SUÁREZ, Martha Isabel.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A DEDICATED FACTORY TO THE MAKING OF SKIRTS FOR THE EVANGELICAL CHRISTIAN WOMEN DE BUCARAMANGA AND THEIR METROPOLITAN AREA.

**AUTHORS: JIMÉNEZ FLOREZ, Deifidia
VILLADA HENAO, Luz Adriana ****

KEY WORDS: Feasibility, making, skirts, jean, jeans, linen, women, Christian.

DESCRIPTION:

The feasibility for the creation of the factory dedicated to the making of skirts for the Evangelical Christian Women of Bucaramanga and its Metropolitan Area, was inspired to its authors thanks to the knowledge that you/they have on the correct forms of dressing of the women of the Evangelical Christian Communities, which are based on the biblical foundation to opt for conviction more than for imposition. The use of the skirt for its to dress newspaper. What is wanted to achieve with the creation of the factory of makings, is to offer a product of quality that can compete with the current market that is within reach of all the potential clients of the business.

He/she was proven that of the 11.894 evangelical women 90% if they use skirts to newspaper, that is to say 10.705 women that buy on the average a year 5.7 skirts/year, that is to say, the current demand is of 61.019 skirts/year, reason why one plans an used capacity, for the year 1 of 19.217 skirts that was distributed in 6.632 skirts in cloth jean according to the behavior of the market, 6.254 in cloth jeans and 6385 in linen, equivalent to 50% of installed capacity, assisting 18% of the first year-old effective demand

Financially the project is shown like an alternative of viable investment, where it is observed that with an investment of \$55.060.789, important financial results are obtained as a TIR of 48,2%, a VPN \$93.142.951 and in a period of 2 year-old recovery, 4 months approximately, with an attractive minimum rate of the investors' of 7,16% return. and he/she is projected as a way of generating economic independence and car to negotiate company, that which is an objective bases of the professionals on managerial Administration.

* Degree project.

** Industrial University of Santander, Institute of Regional Projection and Education at Distance. Managerial administration. Director: HERNÁNDEZ SUÁREZ, Martha Isabel.

INTRODUCCIÓN

El vestuario de una mujer es determinante en el momento de su elección, el cual debe ser cuidado para que transmita lo que la mujer es y lo que desea proyectar. Cuando se trata de vestirse se debe recordar una frase, un poco adaptada, ya que está dirigida a la mujer, de Gabrielle Coco Chanel que dice: *“Viste vulgar y sólo verán el vestido, viste elegante y sólo verán a la persona”*¹.

No hay duda que la forma en que se vista la mujer dice mucho de la imagen personal y cuando se trata de dar ejemplo de decoro, prudencia y respeto las Mujeres Cristianas han aprendido que las faldas son prendas cómodas, discretas y que reflejan su personalidad, las buenas costumbres y el respeto que deben tener con ellas mismas y con las personas que les rodean.

En general el buen vestir en las mujeres es muy importante, pues estas son las que ponen la pauta en cualquier sitio donde se desempeñen, ellas son ejemplo de moda, delicadeza y feminismo. Teniendo en cuenta estos aspectos, es que se ha basado este proyecto donde las diferentes iglesias Cristianas en su mayoría la conforman las mujeres las cuales son una demanda grande para la puesta en marcha del mismo.

Para tener unos criterios más concretos sobre la viabilidad del proyecto, se realizó un análisis primario para constatar la necesidad del producto en el mercado, visitando diferentes almacenes de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana para verificar si hay sitios exclusivos donde se pueda acceder a esta prenda de vestir, encontrando que sólo hay una fábrica dedicada a la confección de ésta prenda, y en otros almacenes se consiguen pocos modelos

¹ Available from Internet: http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/rpp/vestir_correctamente.msp

que no llenan las expectativas de las usuarias y es ahí ante estas necesidades, que se presenta la oportunidad de entrar a competir en el mercado con el presente proyecto.

La Factibilidad para la creación de la fábrica dedicada a la confección de faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, fue inspirada por sus autoras gracias al conocimiento con el que cuentan sobre las correctas formas de vestir por parte de las damas en las Comunidades Cristianas Evangélicas, las cuales se basan en el fundamento bíblico para optar por convicción más que por imposición por la utilización de la falda para su vestir diario.

Lo que se quiere lograr con la creación de esta fábrica de confecciones, es ofrecer a las demandantes un producto de calidad, que pueda competir con el mercado actual, que esté al alcance de todas las Mujeres Cristianas Evangélicas, ya que estas son las clientes potenciales del negocio.

La idea central para la realización de la Factibilidad para la creación de una Fábrica dedicada a la confección de Faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, busca ofrecer a las mismas, prendas con calidad, precios competitivos y una cercanía más directa entre el cliente y el fabricante, por esto se propone ofrecer un servicio que brinde una asesoría personalizada y exclusiva para cada Mujer que visite la empresa.

Al hacerle todos los estudios necesarios para la creación de la empresa, se busca medir la aceptación y constatar que sea factible, que las mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, necesitan el servicio que se prestará, dando también asesoría personalizada, servicios a domicilio, facilidades de horarios para ser atendidas ajustándose a su tiempo y dándole este valor agregado a la creación de la empresa, se buscará suplir sus necesidades y

que adquieran las prendas que se ofrecerán, Para definir el nivel de posibilidades de éxito para conseguir la solución de las necesidades, se incluye el análisis de los siguientes estudios:

Estudio de Mercados. Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación. Consta básicamente del análisis y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de precios y canales de comercialización².

El estudio de mercados consiste en estimar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad productora, que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Se estudian algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a este.

El mismo análisis puede realizarse para explicar las políticas de distribución del producto final. Decisiones como el precio de introducción, inversiones para fortalecer una imagen, acondicionamiento del local de venta en función de requerimientos observados en el estudio de clientes potenciales, políticas de crédito recomendadas por el mismo estudio.

Estudio Técnico. Permitirá conocer el tamaño del proyecto a la capacidad real de la demanda, las necesidades de mano de obra, equipos y la localización apropiada, con el fin de establecer los recursos humanos, descripción del producto, procedimiento.

Estudio Administrativo. Permitirá analizar las exigencias administrativas de la organización y de personal; requisitos y funciones de los distintos cargos.

² SAPAG, SAPAG, Chain y Reynaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill/Interamericana de Chile Ltda. Santiago de Chile, 2000.

Estudio Financiero. Basado en el estudio de mercadeo, técnico y administrativo, se determina la inversión, los costos de operación, el precio de venta de cada producto, el punto de equilibrio, la proyección de los ingresos y egresos.

Evaluación Financiera y social del proyecto. Con el propósito de establecer la relación beneficio-costos, tasa interna de retorno, índices financieros y determinar el impacto social y ambiental del proyecto.

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Historia de la falda³. La primera falda, de piel, apareció hace ya 600.000 años y desde entonces esta prenda nunca ha abandonado a la mujer. En el año 1915 la moda enseñó los tobillos femeninos, pero la auténtica revolución llegó en 1965 gracias a Mary Quant, con el lanzamiento de la minifalda.

Los expertos señalan que las primeras faldas fueron fabricadas con pieles de animales, y que los hombres y mujeres se las ataban a la cintura. En esculturas de los sumerios, que datan del tercer milenio antes de Cristo, se pueden observar individuos vistiendo los llamados kaunakes, unos faldones de piel de cabra que se enlazaban en la parte trasera. Los reyes de Babilonia fueron fanáticos de esta pieza, por la dignidad, autoridad y majestuosidad que les otorgaban y les hacían sentir más poderosos.

En 1.500 antes de Cristo, los egipcios crearon el plisado. Los caballeros llevaban minis en forma de pétalo con cinturones que caían, y las damas faldas largas de talla alto, ajustadas a la cadera y con tirantes.

Roma y Grecia impusieron el drapeado con el uso de unos rectángulos de tela que se envolvían en el cuerpo de diversas formas y se sujetaban con hebillas. Durante el Imperio Romano, el emperador Constantino comenzó a vestir faldas hasta las rodillas, hechas de anchas tiras de cuero y bordes desflecados.

³ Available from Internet: <http://www.Groups.msn.com/invogue/historiadelafaldaiparte.msnw-24k>

Posteriormente, la falda fue sustituida por las sencillas túnicas, vestidos amplios largos y anchos, adornados con cinturones y piedras preciosas, que se emplearon aproximadamente durante unos ocho siglos.

En los siglos XV y XVI, esta prenda pasó de ser el traje de reyes, emperadores y personalidades de la alta sociedad, a la más popular entre campesinas, lavanderas, pastoras y cocineras. Se hacían de paño de lana con bordes rematados con otros tejidos o galones de colores, se llevaban a la pantorrilla y ajustadas al talle con un cordón.

Para el siglo XVII surgió una estructura hecha de junco, hierro o madera, que transformaba el cuerpo femenino en una especie de cono de la cintura para abajo, llamada vertugade o conservador de virtud. La idea de tanta rigidez era que no se formara ni un solo pliegue en la falda; sin embargo, se dice que su verdadera función era esconder embarazos no deseados.

Las damas siguieron luciendo en las décadas siguientes estas rígidas estructuras cada vez más grandes (llegaron a medir casi dos metros de diámetro), pero incorporaron bisagras que permitían que ésta se plegara en situaciones complicadas, como al momento de subir a la carroza. Para finales del siglo XVIII la falda se hizo estrecha, y surgió la siguiente innovación: los polisones, acolchados postizos en forma de medialuna que se ajustaban al talle con una cinta, cuyo fin era resaltar la parte posterior de la figura femenina. Más tarde, se creó una tan estrecha que las damas prácticamente no podían ni caminar, ni sentarse cómodamente.

1.1.2 Evolución de la falda en el último siglo⁴. El uso de la falda en los años 60 se caracterizó por sus presentaciones anchas, largas y de gran volumen, las cuales no les facilitaba a las damas de ese tiempo la fácil movilidad y desarrollo

⁴ Available from Internet: <http://www.mexicotop.com/article/años+70-33k>

de sus actividades, se empezaron a preocupar por el cuidado de su figura, dejando a un lado los trajes anchos y empezaron a recortar las faldas llegando a concebir la idea de las minifaldas, las cuales causaron un sinnúmero de contradicciones entre los que estaban de acuerdo y los que definitivamente sintieron que era un atropello a la dignidad de la mujer y un irrespeto a las convicciones que traía la sociedad hasta ese momento.

La moda de los años 70 se caracterizó por lo psicodélico, la ropa ajustada al cuerpo y el color en toda su expresión. Apareció la moda hippie y las mujeres nuevamente se sintieron atraídas por las faldas largas y anchas, pero ya no con los volúmenes que caracterizó la época anterior a los años 60, sin que la minifalda fuera excluida por completo del vestir de las mujeres de la época. La moda de los años 70, no puede resumirse en los cambios comerciales que se establecieron, porque luego de estas dos épocas un concepto muy fuerte surgió: “La libertad de elección en el vestir del hombre y la mujer”.

La década de los 80⁵ se caracterizó entre otras cosas por ser los años del Boom de la moda juvenil, una gran cantidad de diseñadores y marcas impusieron su estilo el cual fue aceptado por sus consumidores, para lo cual los jóvenes hacía lo posible para comprar los zapatos y prendas de vestir de las mejores marcas.

Fue conocida como la época del color. Trajo dos estilos diferentes: el basado en el trabajo y el del ejercicio físico. Se da el boom de las dietas y ejercicios.

La moda fue mas atrevida, las minifaldas, blusas cortas, estilos muy libres que dejaban ver las siluetas de las mujeres las cuales vivían obsesionadas por su figura, al darse la época de las supermodelos todas quería imitarlas y mantenerse en forma como ellas.

⁵ Available from Internet: <http://www.aquellos8.wordpress.com/2007/05/30/la-moda-en-los-80-parte-i/>

Cuando llegó la moda de los años 90, la pasarela dice adiós a la ostentación ochentera. En su lugar las formas sencillas, básicas, sin excesos marcan el inicio de la época llamada por los diseñadores como la “mezcla de todos los estilos”. Vuelve la minifalda y la falda a la rodilla. Todo se recicla, la ropa se superpone. Las mujeres se sienten atraídas por todo lo que sale nuevo, se adaptan a los mercados, y moda que se impone se lleva hasta el final.

1.1.3 Sector de las confecciones en Colombia⁶. Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones y en particular, en el de la moda. La realización de ferias de carácter internacional es un claro ejemplo de las fortalezas del negocio textil-confección, pero también de los ingentes esfuerzos que ha realizado para modernizarse y responder a las exigencias de ferias de ese género.

Colombia tiene una posición geográfica estratégica, ubicado cerca de los Estados Unidos, especialmente de Miami, y es un punto medio entre norte y sur América. También es el único país Suramericano con puertos en ambos océanos y el mar Caribe (Barranquilla es el principal puerto en la Costa Atlántica, Cartagena es en la zona industrial a lo largo del mar Caribe y Buenaventura en la Costa Pacífica). El terreno montañoso de Colombia, sin embargo, hace difícil el transporte terrestre. Trece proyectos de autopistas están en curso para aliviar este desafío

Las confecciones ocupan un lugar muy importante en la tradición industrial y exportadora en Colombia y en ciertos Departamentos que han logrado sobresalir y obtener gran reconocimiento, hoy es necesario retomar estas potencialidades en la perspectiva del mundo globalizado, para fortalecerlas e incursionar en nuevos mercados y posicionar y mantener sus productos en los mismos.

⁶ Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydeLaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

1.1.4 Informe sector de las confecciones en Colombia año 2008⁷. A lo largo del 2008 las empresas de la cadena textil y de confecciones afrontaron una de las coyunturas económicas más difíciles de las que se tenga memoria:

El peso colombiano se encontraba fuertemente revaluado frente a la divisa norteamericana; los Estados Unidos y la Unión Europea permitieron la libre entrada de textiles y confecciones chinas a sus mercados como parte del “Acuerdo Multifibras”; la crisis política entre Colombia y Venezuela amenazó con volverse una crisis comercial de grandes proporciones y el contrabando de textiles y prendas de vestir provenientes del Este Asiático alcanzó dimensiones desconocidas, llegando a poner en entredicho a más de una empresa con amplia trayectoria en Colombia.

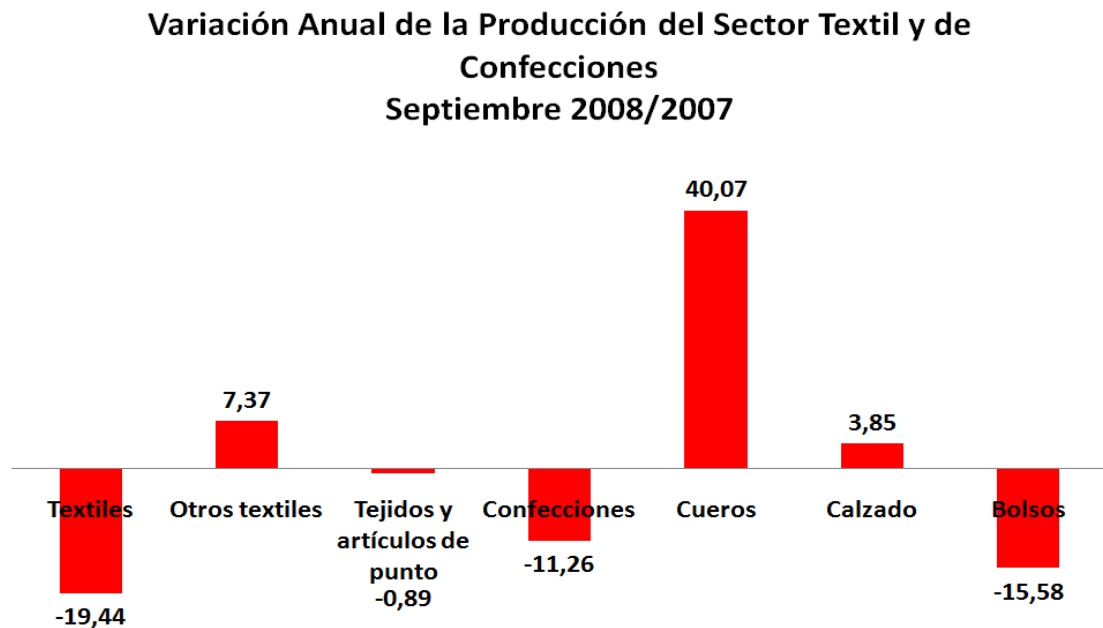
Teniendo en cuenta la gran importancia que dicha cadena representa para el país así como la gran cantidad de empresas que se encuentran vinculadas a la misma y el mal momento por el que se encuentran pasando dos de los tres socios comerciales más importantes del país, MAPFRE | Crediseguro S.A. fue elaborado el siguiente Informe de Coyuntura Económica sobre los sectores textiles y de confecciones, así como Cueros y Calzado colombianos como una manera de responder a las inquietudes de los asegurados y personas que necesitan conocer el estado actual de las confecciones en el país.

1.1.5 La coyuntura actual de los sectores textiles y confecciones. Según cifras divulgadas por el DANE en su última Muestra Mensual Manufacturera de fecha Noviembre de 2008, la producción textil colombiana (incluye la hilatura, tejetura y acabado de productos textiles nacionales) presentó una disminución del 19.44% frente al mismo mes del año anterior, mientras que los Otros productos textiles registraron un crecimiento del 7.37%.

⁷Available from Internet: http://www.crediseguro.com.co/mapfreCrediseguro/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=50MedellínNoviembrede2008

Los Tejidos y artículos de punto y ganchillo (camisetas, medias, etc.) registraron por su parte un decrecimiento del 0.89%, mientras que las Prendas de vestir y Confecciones registraron una caída del 11.26%. (Véase figura 1).

Figura 1. Producción sectores textil y de confecciones. Septiembre 2008/2007.



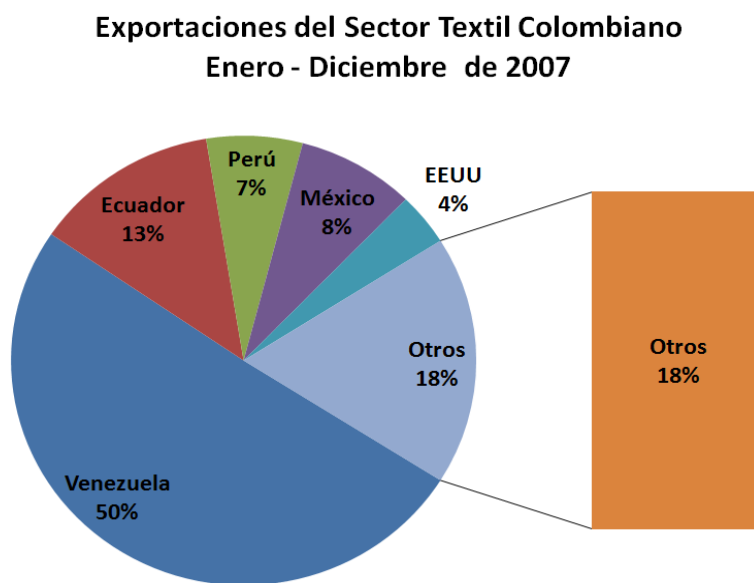
Fuente: DANE. 2008

En cuanto a los niveles de ventas, la producción textil presentó una disminución del 10.99% frente al mismo mes del año anterior, mientras que los Otros productos textiles registraron una disminución del 2.14%%.

Los Tejidos y artículos de punto y ganchillo registraron por su parte un crecimiento del 2.51%; las Prendas de vestir y Confecciones registraron una caída del 1.47%, mientras que el Curtido y preparado de cuero crecieron en un 45.31%.

1.1.6 La balanza comercial de los sectores textil y de confecciones⁸. A lo largo del 2008 se consolidó más una tendencia que se ha venido observando durante los últimos años y es que el país pasó de ser un exportador neto de productos textiles a un importador de los mismos; comportamiento que se ve ratificado por las últimas cifras suministradas por el Ministerio de Comercio Exterior y según las cuales el Sector Textil colombiano realizó durante el 2007 importaciones por valor de unos US\$960 millones, mientras que exportó tan sólo unos US\$480 millones de dólares, de manera que terminó el año con un déficit comercial en el sector textil cercano a los US\$480 millones. (Véase figura 2)

Figura 2. Exportaciones del sector textil colombiano enero – diciembre de 2007.



Fuente: Mincomercio (Noviembre de 2008). Gráfica: Crediseguro S.A.

En cuanto a los principales destinos de las exportaciones colombianas del sector textil vale destacar a países como Venezuela (50.6%), Ecuador (12.9%), México (8.2%), Perú (6.7%) y Estados Unidos (3.8%); mientras que cabe mencionar a

⁸ Available from Internet: http://www.crediseguro.com.co/mapfreCrediseguro/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=50MedellínNoviembrede2008

países como China (17.2%), Demás Asia (16.9%), Estados Unidos (14.9%), los Nuevos países industrializados del Este Asiático (9.7%), México (9.4%), la Unión Europea (7.6%) y Brasil (5.7%) como las principales fuentes de sus importaciones.

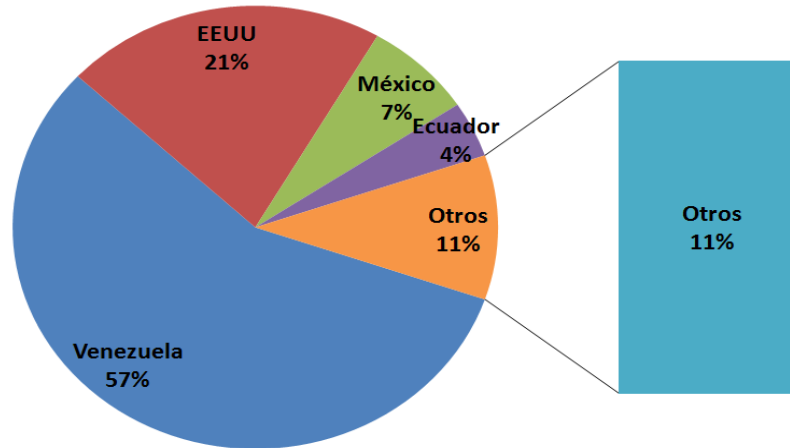
De acuerdo a las últimas cifras suministradas por el DANE, hasta agosto de 2008 Colombia había realizado importaciones de productos textiles por un valor cercano a los US\$617 millones, mientras que a lo largo del mismo periodo había realizado exportaciones por valores cercanos a los US\$670 millones, por lo que se estima un superávit cercano a los US\$53 millones durante los primeros ocho meses del año.

En cuanto al comercio exterior del Sector de Prendas de Vestir y Confecciones, vale destacar que a diferencia de lo que ocurre con el sector textil, Colombia sí ha logrado posicionarse como un exportador neto de este tipo de mercancías, puesto que durante el 2007 realizó importaciones por unos US\$280 millones, mientras que realizó exportaciones por unos US\$1.500 millones, registrando al finalizar el año, un superávit en su balanza comercial cercano a los US\$1.220 millones.

Al respecto, vale señalar que los principales proveedores del mercado de Confecciones colombiano son la China (40.4%), la Unión Europea (11.4%), Ecuador (10.3%), el resto de Asia (8.3%), Perú (6.8%) y los Estados Unidos (6.2%); mientras que los principales destinos de exportación son Venezuela (56.7%), los Estados Unidos (21.5%), México (7.3%) y Ecuador (4.1%). (Véase figura 3).

Figura 3. Exportaciones del sector confecciones enero – diciembre de 2007.

**Exportaciones del Sector Confecciones
Enero - Diciembre de 2007**



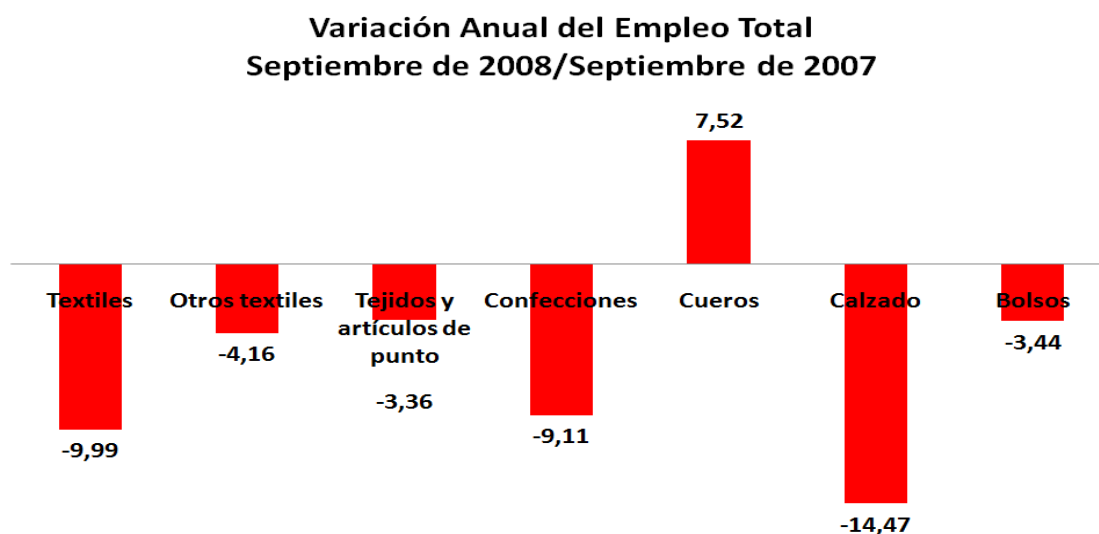
Fuente: Mincomercio (Noviembre de 2008). Gráfica: Crediseguro S.A.

Cabe destacar, por lo demás, que en el 2007 y como consecuencia de la marcada revaluación que el peso colombiano mostraba frente al dólar y a la no aprobación del TLC con los Estados Unidos, el país disminuyó sus ventas de Confecciones hacia los Estados Unidos (éstas cayeron en un 26.3%) y aumentó sus exportaciones a Venezuela (éstas crecieron en un 241.4%), de manera que el país bolivariano pasó a ser nuestro principal socio comercial.

Según cifras preliminares suministradas por el DANE, hasta agosto de 2008 Colombia registraba exportaciones de confecciones por valor de unos US\$700 millones, e importaciones por valor de US\$120 millones, de manera que el sector contaba con una balanza comercial cercana a los US\$580 millones durante los primeros ocho meses del año.

1.1.7 El empleo en los sectores textil y de confecciones⁹. La mala situación por la que se encuentra atravesando la cadena textil y de confecciones se vio reflejada a su vez en el nivel de contratación de las empresas textiles y que según estimativos del DANE redujo su tasa de empleo en niveles cercanos al 10.0%, cifra que es bastante alta y que contrasta con la que habíamos presentado en el mes de marzo del presente año (1.3%). (Véase figura 4).

Figura 4. Empleo sectores textil y de confecciones. Septiembre 2008/2007.



Fuente: DANE.

Disminuyeron también, los niveles de empleo de las empresas dedicadas a la elaboración de los Otros Textiles (4.16%), los Tejidos y artículos de punto y ganchillo (3.36%), el Calzado (14.47%) y la producción de bolsos (3.44%), mientras que se registró un aumento del 7.52% en los empleos relacionados con la fabricación de productos de cuero. En cuanto al sector de las Confecciones, se observó que también en dicho sector se sintieron las consecuencias de la desaceleración en la actividad económica, puesto que se registró una disminución en el empleo del 9.11% frente al mismo mes del año anterior.

⁹ Available from Internet: http://www.crediseguero.com.co/mapfreCrediseguero/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=50MedellínNoviembrede2008.

Sin lugar a dudas, estas cifras corroboran las dificultades por las que viene atravesando la cadena y llevan a pensar a los expertos que de no resultar medidas tan extremas (recortar personal es siempre una medida extrema), muchas empresas de la cadena correrán el riesgo de desaparecer.

1.1.8 Ventas al por menor de los productos textiles y de confecciones¹⁰. En cuanto a las ventas de los establecimientos dedicados a la venta al por menor de los productos de la cadena en Colombia, vale destacar que los establecimientos dedicados a la venta de Productos textiles registraron en Septiembre una leve disminución en sus ventas (2.26%) frente al mismo mes del año anterior, mientras que los dedicados a las ventas de Prendas de vestir y Confecciones registraron un crecimiento anual cercano al 3.61%. Pese a las dificultades los confeccionistas colombianos lograron aumentar sus ventas durante el último año.

Figura 5. Sector textil y de confecciones colombianos



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydeLaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

1.1.9 Perspectivas para los sectores textil y de confecciones colombianos¹¹. Prácticamente todos los analistas económicos coinciden en afirmar que el 2009 va a ser un año extremadamente difícil para los productores textiles colombianos como consecuencia de la crisis financiera que se originó en los Estados Unidos y

¹⁰ Available from Internet: http://www.crediseguro.com.co/mapfreCrediseguro/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=50MedellínNoviembrede2008

¹¹ Ibid

que ya comenzó a sentirse en Venezuela, uno de los más importantes socios comerciales en estos momentos.

Teniendo en cuenta que los estados Unidos es el segundo comercial y que una de las presiones que se ciernen sobre el futuro mandatario de dicha nación es la de volver a generar los empleos que se perdieron en la crisis, se considera que la aprobación del TLC con el mencionado país tampoco va a realizarse durante el próximo año; situación que colocará las exportaciones colombianas de textiles en desventaja, sobre todo si se tiene en cuenta que dicho acuerdo sí fue firmado con el Perú (país que también exporta textiles y confecciones) y que ahora se permite la compra y venta de textiles y confecciones chinas en el mencionado país y en la Unión Europea como consecuencia de la entrada en vigor del “Acuerdo multifibras”. En el 2008 los textileros atravesaron por una difícil situación económica.

Figura 6. Empresa textil



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydeLaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Cabe mencionar, sin embargo, que la crisis financiera que se desató durante los últimos meses en los Estados Unidos sí tuvo un efecto positivo en las exportaciones textiles y de confecciones colombianas y fue que debido a los agentes económicos decidieron refugiarse en los bonos del tesoro norteamericano, se elevó la cotización de dicha moneda Colombia, donde se revirtió la fuerte revaluación por la que venía afrontando el país durante los últimos

cuatro años y se pasó de cotizaciones cercanas a los US\$1.800 a cotizaciones cercanas a los \$2.200; de manera que se acabó uno de los mayores “dolores de cabeza” que venían sufriendo los exportadores colombianos, sobre todo los ubicados en la cadena textil y de confecciones.

En cuanto al sector de las Confecciones, cabe mencionar que a lo largo del 2009 muchos confeccionistas colombianos se verán obligados a reestructurar sus negocios para poder hacer frente a la nueva competencia que llegó al país de la mano de empresas del segmento de moda masculina como Austin Reed, Hermenegildo Zegna, Guy Laroche, Louis Feraud, Givenchi e Yves San Laurent entre otros; así como hacer frente a la entrada al país de prendas íntimas de China, la disminución en el ritmo de la actividad económica nacional, la no aprobación del TLC con los Estados Unidos y las respectivas desaceleración y recesión de los más importantes clientes del país: Venezuela y los Estados Unidos. De todas formas y a pesar de las dificultades, se espera que el sector continúe creciendo a un buen ritmo y sigan aumentando sus exportaciones, tal y como ha venido ocurriendo durante los últimos años; aunque no cabe esperar crecimientos muy significativos ni en los niveles de ventas ni en los de producción del sector.

En cuanto al mercado interno, hay dos hechos que merecen ser destacados: El primero es que a pesar de la difícil coyuntura por la que ha venido atravesando el sector, varios inversionistas internacionales han comenzado a explorar el país y han decidido, o bien realizar fusiones con empresas del sector de las confecciones, o bien adquirir empresas colombianas para posicionarse en los mercados andino y de los Estados Unidos (prueba de ello fue la reciente adquisición de Coltejer por parte del grupo Kaltex de México); comportamiento que muy seguramente le permitirá a muchas empresas volver a salir a flote. El segundo, es que dada la recesión en los Estados Unidos, no queda sino esperar que comience a llegar al país una mayor cantidad de textiles y confecciones de la

China y de la India, con menores precios y en muchos casos contrabandeados; situación que obliga a las empresas de la cadena a estar muy bien preparadas frente a la mayor competencia que se avecina, puesto que en caso de no hacerlo se verán obligadas a salir del mercado.

1.2 SANTANDER CUNA DE GRANDES CONFECCIONES¹²

La industria de la confección en Santander, mas específicamente en Bucaramanga, y su Área Metropolitana representa uno de los sectores de mayor tradición y dinamismo en la economía regional. Entre 1955 y 1960 en Bucaramanga no existían fábricas de confección, solo se contaban con pequeños talleres dedicados a la sastrería. A mediados de los 60 se fueron instalando en la ciudad fábricas de confecciones propiamente dichas, que formaron un grupo representativo del departamento y lograron penetrar en los mercados nacionales.

En cuanto a la comercialización, los productos de este sector tienen amplio reconocimiento tanto en mercados nacionales como internacionales, encontrándose posicionados principalmente con los productos de la línea infantil. De ahí su organización de la Feria Internacional EIMI que se realiza una vez al año y reúne a los principales productores y compradores a nivel Nacional e internacional. Sus ventas se dirigen a: La Costa, Eje cafetero y ciudades como Medellín, Bogotá, Cali, en mercados internacionales se ha logrado penetrar en el Norteamérica, el de Inglaterra y Puerto Rico, el mercado Centroamericano y a los países que conforman la comunidad andina.

Desde 1990 la apertura económica sirvió de incentivo para que muchas empresas del sector confecciones empezaran a exportar. La estrategia utilizada para penetrar mercados internacionales, y mantenerse en el mundo de la moda ha sido saber identificar los nichos de mercados conociendo quien y como es el cliente,

¹² CÁMARA DE COMERCIO-CDP.

qué características exige el producto para enfocar todos los esfuerzos y recursos para satisfacerlo, por lo tanto el confeccionista no solo se centra en ser diseñador de prendas sino desarrollador de productos que satisfagan la demanda, teniendo en cuenta siempre al cliente, sus exigencias, gusto, hábitos de compra, costumbres y en general todo aquello que hace que un productos se venda.

De acuerdo al último dato actualizado suministrado por la Cámara de Comercio, con fecha Mayo de 2009, el sector de las confecciones en Santander está conformado por ¹³un número aproximado de 1.039 empresas distribuidas en microempresas, pequeñas y medianas empresas, siendo la mayoría de ellas microempresas, las cuales se han especializado principalmente en la línea de ropa infantil, quienes por su calidad y diseño son las más apetecidas a nivel nacional e internacional, incluso hoy día se habla de algunas empresas de confecciones santandereanas que hacen parte de las 100 empresas mas grandes del país en este sector.

La suma total de los empleos directos generados por las confecciones en Santander asciende aproximadamente a 2.500, no se tiene una cuantificación precisa de la cantidad de empleos indirectos que genera en términos de almacenes de ventas, insumos, y en fin todos los pormenores de la producción y distribución, sin embargo es preciso señalar, que por la cantidad de eslabones involucrados con el sector de las confecciones, este se hace uno de los mas representativos del departamento.

En cuanto a ciencia y tecnología¹⁴, el sector de las confecciones encamina sus esfuerzos hacia la consolidación de un esquema de desarrollo tecnológico que contribuya a la participación competitiva de los productos del sector en mercados internacionales, en tal sentido se viene adelantado el establecimiento de un

¹³ Cámara de Comercio

¹⁴ Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilyde la Confecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

esquema de formación superior que sirva de soporte a las estrategias planteadas por las empresas, así mismo, se busca establecer un esquema organizacional que permita la generación y transferencia continua de tecnología hacia al sector, para esto, se plantea generar un programa que crezca y fortalezca grupos y centros de investigación en las universidades del departamento con líneas de investigación que dé soporte a las confecciones, y así mismo permita redireccionarlos, como es el caso del CDP de confecciones quien siempre ofrece nuevas alternativas, productos y servicios relacionados con la innovación y el desarrollo tecnológico.

1.3 ASPECTOS RELIGIOSOS

El artículo 19 de la Constitución de Colombia¹⁵ de 1991 garantiza la libertad de cultos y dice además que "Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva". El artículo 19 aclara también que "Todas las confesiones religiosas e iglesias son igualmente libres ante la ley".

Esto dio pie a que a partir de 1991 se diera una activa participación política de parte de grupos evangélicos, que llegaron a poner a varios de sus pastores en cargos de representación en instituciones como El Congreso de la República o los consejos municipales. Quienes han analizado dicha participación se refieren a la reproducción de los antiguos lazos clientelares que antes utilizaban con frecuencia en ciertas zonas rurales de Colombia, por parte del clero católico para promover el voto hacia ciertos candidatos que decían ofrece garantías a la Iglesia Católica.

Entre el protestantismo evangélico se ha promovido, así la organización de partidos confesionales que basan su éxito en el clientelismo religioso, combinando efectivamente la predicación religiosa con la propaganda política.

¹⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución política de Colombia 1991. Bogotá, 1991.

Teniendo en cuenta los ideales y las convicciones de las Iglesias Protestantes existentes, es que el hombre moderno, ha tomado la decisión de optar por alguna de estas Iglesias, cansados de la monotonía o cómo rebeldía ante la iglesia católica, debido a las situaciones que se ha presentado con el pasar de los tiempos.

Las Iglesias Cristianas de Bucaramanga y su Área Metropolitana van en aumento, existen actualmente, año 2009, aproximadamente 85 Iglesias Cristianas¹⁶, resaltando entre ellas las siguientes: Iglesia Misión Carismática Internacional, Comunidad Cristiana Iglesia de las Naciones Vida Nueva, Centro Familiar de Adoración, Comunidad Cristiana Cuadrangular Cabecera, Iglesia Wesleyana, Escuela Bíblica Emaus , Iglesias del Movimiento Misionero Mundial, entre otras, que serán los nichos de mercado objetivo que se tendrán en cuenta para desarrollar la idea.

Tales iglesias se han ubicado en los diferentes estratos de la ciudad, donde asisten un gran número de personas, que en su mayoría son mujeres, las cuales por convicción han adoptado el uso de la falda para asistir a las reuniones y de esta forma dar ejemplo de decoro, prudencia, modestia y temor de Dios.

Desde este punto de vista, se ha enfocado esta factibilidad para demostrar la gran demanda de mujeres que pertenecen a las Iglesias Cristianas Evangélicas, las cuales van en aumento día tras día, siendo esta una base importante para llevar a cabo la ejecución del proyecto.

¹⁶ Según reuniones mensuales realizadas por la Asociación de Ministros Evangélicos de Santander AMES año 2009.

1.3.1 ¿Cómo interpreta la comunidad cristiana lo que dice la biblia sobre la vestimenta correcta del hombre y la mujer?¹⁷. En el antiguo testamento Dios le habló al pueblo de Israel en cuanto a la vestimenta del hombre y la mujer. Tanto el hombre como la mujer utilizaban vestidos similares, de modo que la diferencia entre los sexos era muy importante.

En la Santa Biblia en el libro Deuteronomio 22:5 dice: “No vestirá la mujer traje de hombre, ni el hombre vestirá ropa de mujer; porque abominación es a Jehová tu Dios cualquiera que hace esto “.

Este versículo hace referencia directamente al uso de la ropa del hombre y la mujer y creemos que el énfasis está puesto en la homosexualidad. El hombre y la mujer debían demostrar siempre por su vestimenta el género al cual pertenecían; debía hacer clara esta distinción. Al no vestir el hombre o la mujer de acuerdo a su género, sugería que existían inclinaciones homosexuales en la persona y esto constituía en sí mismo un acto que era abominable ante los ojos de Dios. “No te echarás con varón como con mujer, es abominación” (Levítico 18:22).

La Biblia tanto en el Antiguo como el Nuevo Testamento condena la homosexualidad tanto en el hombre como en la mujer.

Aunque la Biblia no hace mención específica en cuanto al tipo de moda o estilo que se ha de usar, si da ciertas reglas o principios que se deben seguir al vestir. Si leemos en Timoteo 2: 9 -15, “así mismo que las mujeres se atavíen de ropa decorosa, con pudor y modestia; no con peinado ostentoso, ni oro, ni perlas, ni vestidos costosos, si no con buenas obras, como corresponde a mujeres que profesan piedad”.

¹⁷ Available from Internet: <http://www.vidaeterna.org/esp/preguntas/vestido.htm> – 30k

Cualquiera sea la vestimenta, calzado o maquillaje que usen las mujeres cristianas en cualquier cultura o sociedad, deben estar basados, en estos tres principios:

- El de ser decorosos (apropiado y de buen gusto).
- Con pudor (apropiada, aceptable de una mujer cristiana, que no sea sexualmente provocativa).
- Con modestia (libre de orgullo, pretensión y vanidad).

Como cuestión de orden y respeto a la casa de Dios, la mujer cristiana debe asistir a la iglesia vestida con traje o falda y no con pantalón. La manera en que se va vestida a la casa de Dios deja mucho que decir acerca de lo que conoce, predica y da testimonio.

De acuerdo a lo anterior, la Comunidad Cristiana ha tomado como base estos versículos para aplicarlos y enseñarlos en las Iglesias, dando la libertad a las mujeres de elegir o no el uso de la falda, como una prenda que las distingue y marca la diferencia en el vestir con relación al hombre y demás mujeres de otras convicciones.

1.4 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

Las leyes que rigen la industria de la confección entre otras son las siguientes¹⁸:

- **Ley 256 de 1996 sobre la competencia desleal**

Capítulo I.

Disposiciones Generales

Artículo 3o. **Ámbito subjetivo de aplicación.** Esta Ley se le aplicará tanto a los comerciantes como a cualesquiera otros participantes en el mercado.

¹⁸ Available from Internet: http://www.secretariassenado.gov.co/leyes/L0256_96.htm

Artículo 4o. **Ámbito Territorial De Aplicación.** Esta ley se le aplicará los actos de competencia desleal cuyos efectos principales tengan lugar o estén llamados a tenerlos en el mercado colombiano.

Artículo 6o. **Interpretación.** Esta Ley deberá interpretarse de acuerdo con los principios constitucionales de actividad económica e iniciativa privada libres dentro de los límites del bien común; y competencia económica y libre y leal pero responsable.

Capítulo II.

Actos de competencia desleal

Artículo 8o. **Actos de desviación de la clientela.** Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial.

- **Decreto 586 de 1983**, por medio del cual se crea un Comité Nacional de Salud Ocupacional, con carácter permanente para contribuir en el diseño, coordinación, asesoría, estudio, programas, políticas de salud ocupacional.
- **Decreto 614 de 1984** en sus artículos 28, 29 y 30, los patronos y empleados están obligados a adelantar programas de salud ocupacional, velare por la salud y seguridad de los trabajadores a su cargo y responder por la ejecución del programa permanente de salud ocupacional en los lugares de trabajo.
- **Leyes 550 de 1999 y 1116 de 2006** Sobre la Reactivación Empresarial
- **Ley 677 de 2001** aplicable a toda empresa que opere de manera permanente en el territorio Nacional, de carácter Privado, Público o de Economía mixta.

- **Ley 216 de 2003** que apoya la Industria Nacional a través de la Contratación Pública.
- **Ley 963 de 2005** de Estabilidad Jurídica para inversionistas en Colombia

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercados recopilando información de diversas fuentes, que permita conocer las variables que influyen en la oferta, la demanda, los canales de comercialización, precios, publicidad y promoción con el fin de pronosticar el nivel de aceptación para la fábrica dedicada a la confección de faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

2.1.2 Específicos. Desde el punto de vista de mercados el proyecto se fija los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de la demanda para determinar entre las mujeres de las diferentes iglesias las principales características que influyan en el proceso de selección y compra de las faldas que ofrecerá la fábrica de confecciones.
- Establecer las características de la oferta, mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias, para conocer las alternativas que tiene la fábrica en la venta de las faldas.
- Determinar los precios que las consumidoras estarían dispuestas a pagar por el producto y fijar políticas de precios con base en los costos de producción y en los precios del mercado para satisfacer las expectativas con respecto al precio de las faldas.
- Definir los canales de comercialización adecuados mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias que permitan tener el producto en el momento oportuno y el lugar indicado.

- Identificar los medios de promoción y publicidad adecuados para dar a conocer el producto al mercado objetivo del proyecto.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Usos y especificaciones del producto / servicio. La fábrica dedicada a la confección de faldas para las mujeres cristianas de Bucaramanga y su área metropolitana brinda a su nicho de mercado una alternativa de vestir, innovadora, con diseños de tipo formal, informal y elegante que podrán utilizar en todo tipo de eventos, los cuales serán fáciles de conseguir, se contará con horarios de atención flexibles y una asesoría de imagen personalizada, que les permitirá adquirir nuevos estilos en cuanto a su presentación se refiere, para que puedan ser clientas satisfechas del producto ofrecido.

Para la elaboración de las faldas se utilizarán telas de alta calidad tales como: Linos, driles, jeans, con diseños exclusivos, colores de moda con diversidad de adornos, decoraciones, hebillas requeridas de acuerdo a modelos seleccionados, telas con procesos etc., para que las clientas puedan escoger entre diferentes opciones y logren mayor satisfacción.

Las faldas tendrán el logotipo de la fábrica en su respectiva marquilla, donde se especificará la ciudad de confección, composición de la tela utilizada y especificaciones del lavado y planchado que siempre serán de fácil aplicabilidad para que las consumidoras finales le den buen uso al producto y no pierda sus características.

El valor agregado del producto es el servicio de asesoría de imagen, atención personalizada, alta calidad de los insumos, color y diseño de la falda, estarán a cargo de personas expertas que aconsejarán a las mujeres sobre la correcta adquisición del producto, además se les prestará el servicio a domicilio en el

momento que lo requieran, considerando su disponibilidad de tiempo y brindando las mejores opciones a elegir, todo esto va incluido en la adquisición del producto.

El horario de atención de la fábrica será de lunes a sábado de 8 am a 12 am y de 2 pm a 6 pm. Pero el servicio a Domicilio será cuando las clientas lo requieran.

2.2.2 Productos principales. El producto principal del proyecto son las faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, las cuales son confeccionadas en diferentes tipos de telas y estilos.

Tipos de telas y estilos de faldas

- **Jean:** tela denim resistente de hilos de algodón puro o mezclado con poliéster, generalmente de color azul y utilizado para la elaboración de faldas y pantalones Jean. (Véase figura 7)

Figura 7. Falda en Jean Ref. Saray



Fuente: Fotos tomadas directamente por las autoras del proyecto

Producto: falda de Jean $\frac{3}{4}$ Ref. Saray

Estilo: 2 cortes delanteros y 2 traseros con bolsillos sobrepuestos. Costuras visibles.

Material utilizado: tela denim - Jean 100% algodón

Tallas disponibles: S, M, L

Colores disponibles: índigo-Jean

Herrajes: 8 botones niquelados y hebilla sencilla niquelada

- **Driles:** Tela firme de algodón, similar a la mezclilla. Con líneas de refuerzo más cercanas y planas que la gabardina. (Véase figura 8).

Beige Azul Marrón



Figura 8. Falda en Dril delgado Ref. maria



Fuente: Fotos tomadas directamente por las autoras del proyecto

Producto: falda de Dril larga estilo: recta. Bolsillos tipo camuflado sobrepuestos y con 5 pasadores.

Material utilizado: Dril delgado

Tallas disponibles: S, M, L

Colores disponibles: Beige, café, blanco

Herrajes: 2 botones de cobre y 2 hebillas de cobre

Cierre: 10 Cm

- **Linos:** tela ligera de algodón, suave y muy liviana. (Véase figura 9)

Gris Rojo Café



Figura 9. Falda en Lino delgado Ref. Esther.



Fuente: Fotos tomadas directamente por las autoras del proyecto

Producto: falda estándar Ref. Esther con 4 pasadores y bordado en la parte inferior de la prenda.

Material utilizado: tela lino delgado

Tallas disponibles: S, M, L, XL

Colores disponibles: gris, rojo, blanco

Herraje: Cierre de 15 cm, botón normal

2.2.3 Productos sustitutos. Las Faldas pueden ser sustituidas por otras prendas de vestir tales como: vestidos, pantalones, faldas pantalón, shorts, toreros etc., elaborados en las fábricas de Confecciones existentes en el mercado.

2.2.4 Productos complementarios. Las faldas fabricadas pueden ser complementadas con blusas en diferentes estilos las cuales van acompañadas con accesorios como flores decorativas en telas, pañoletas, bufandas, estolas, correas, bisutería en general, bolsos, y zapatos que hagan juego con las faldas, las cuales se encuentran en el comercio de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

2.2.5 Atributos diferenciales del producto y servicio. La fábrica dedicada a la confección de Faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana se diferenciara de su competencia, porque contará con personal especializado en moda, los cuales están en capacidad de brindar modelos exclusivos, acabados perfectos, telas de alta calidad y durabilidad que no permitirá que se destiñan, costuras resistentes las cuales serán ajustadas según se requieran en el momento de prueba de la prenda, garantía, cumplimiento al máximo con la entrega de las faldas, a satisfacción de las mismas, respetando gustos y preferencias y por encima de todo la atención personalizada que recibirán las clientas que utilicen los servicios.

Los servicios que prestará la fábrica a las demandantes de la misma son:

- La atención personalizada con asesoría de imagen
- La facilidad en los horarios el cual será ajustado al de las usuarias

- Prueba de la prenda ya terminada y entrega de la misma
- Un servicio innovador y rápido con el que contará la fábrica es con una persona, que se dedicará exclusivamente a ajustar medidas de las prendas que sean solicitadas con urgencia, con un tiempo de entrega que no durará más de 1 hora.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado está compuesto por todas las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana que requieren el servicio de la Fábrica de Confecciones, y están en capacidad de adquirir el producto.

2.3.2 Mercado objetivo. Comprende las Mujeres que pertenecen a las Iglesias Cristianas Evangélicas de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, las cuales son aproximadamente 11894 mujeres¹⁹.

2.4 DEMANDA²⁰

La demanda es la cantidad que los compradores desean comprar a cada precio. Siendo todo lo demás constante, a menor precio, mayor cantidad demandada, teniendo en cuenta la anterior definición, para cuantificarla en el presente proyecto se realizará una investigación de mercados.

2.4.1 Investigación de mercados

2.4.1.1 Planteamiento del problema. Las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga están ubicadas en los diferentes estratos de la ciudad, donde asisten un gran número de personas, que en su mayoría son mujeres, las cuales

¹⁹ ASOCIACIÓN DE MINISTROS EVANGÉLICOS DE SANTANDER - AMES. Septiembre de 2008

²⁰ Available from Internet: <http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado/> - 16k -

por convicción han adoptado el uso de la falda para asistir a las reuniones y de esta forma dar ejemplo de decoro, prudencia, modestia y temor de Dios.

Desde este punto de vista, se ha enfocado esta factibilidad para demostrar la gran demanda de mujeres que pertenecen a las iglesias cristianas Evangélicas, las cuales van en aumento día tras día, siendo esta una base importante para llevar a cabo la ejecución del proyecto.

Lo que se quiere lograr con la creación de esta fábrica de confecciones, es ofrecer a las demandantes un producto de calidad, que pueda competir con el mercado actual, que esté al alcance de todas las Mujeres Cristianas Evangélicas, ya que estas son las clientes potenciales del negocio.

Se realizará una investigación de mercados para definir y cuantificar la demanda, para determinar cuáles son los tipos y colores de faldas preferidos por las mujeres cristianas, con qué frecuencia comprarán dichas faldas, qué cantidades comprarán, en dónde las adquirirán, a qué precios. Finalmente se indagará por los canales de comercialización y sobre los medios de publicidad más utilizados.

Toda la anterior información brindará respuestas acerca de la factibilidad de mercados para la creación de la nueva empresa.

2.4.1.2 Necesidades de información:

- Se requiere saber la cantidad del producto que hay en el mercado, la marca más comprada y el por qué de la preferencia.
- Los diseños, colores y estilos de faldas, para de acuerdo a este análisis se les puedan hacer nuevas propuestas a las clientas.
- Conocer las inclinaciones con respecto a las clases de telas y texturas preferidas para imponer nuevos diseños.
- Se necesita tener conocimiento sobre la cantidad de dinero con la que dispone para realizar la compra y de esta manera conocer las posibilidades económicas de las demandantes del producto.
- Identificar dónde compran las Mujeres Cristianas Evangélicas, para conocer las características del almacén o la empresa que realiza la confección de las faldas y tener bases para competir.
- Conocer los precios del mercado para poder competir ampliamente con márgenes atractivos frente al mercado.
- Identificar los canales de comercialización actuales y los que la nueva empresa utilizará para dar a conocer los productos a las consumidoras.
- Descubrir las necesidades específicas de las Mujeres Cristianas Evangélicas para atraerlas hacia el producto y tener alternativas de cambio e innovación.
- Conocer los medios publicitarios donde dan a conocer los productos y promociones.

2.4.1.3 Ficha técnica

Cuadro 1. Ficha técnica

TIPO DE ESTUDIO	El desarrollo del proyecto se basa en una primera etapa, en un estudio exploratorio que se empleará con el objetivo de definir el problema y desarrollar un planteamiento adecuado. También se analizarán los parámetros bajo los cuales se está trabajando en el mercado y los recursos actuales con que se puede contar, por otro lado, se requiere de
------------------------	--

	un estudio descriptivo que permita delimitar el problema objeto de investigación, así como el análisis de factores determinantes en el mercado tales como: producto, precios, estrategias de los competidores, publicidad y canales de comercialización entre otros.
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	El método de investigación utilizado es el deductivo, dado que se basa en toda la información recolectada de clientes potenciales, con el propósito de establecer conclusiones que llevan a presentar una viabilidad comercial. Así mismo se recurrirá al método de observación directa como un procedimiento importante para la recolección de la información que se complementará con fuentes secundarias.
SISTEMA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	Como instrumento de recolección se utilizará cuestionario estructurado por medio de encuestas aplicado a la población objetivo de estudio. Ver Anexo A.
FUENTES Y TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL PROYECTO:	Fuentes secundarias o información ya existente y/o a la recopilación de información primaria.
FUENTES PRIMARIAS	La observación directa y mediante Encuestas realizadas a las Mujeres Cristianas Evangélicas con el cuestionario del Anexo A. así mismo se investigará a la competencia observando sus productos, instalaciones, precios, entre otros aspectos.
FUENTES SECUNDARIAS	Consulta en Internet, Libros, Cámara de Comercio, DANE, Alcaldías, Ames, Proyectos de la UIS, Revistas Económicas, etc.
INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	Por medio de un Cuestionario estructurado, de esta forma se captará las diversas opiniones, actitudes y situaciones que conllevan a determinar la viabilidad del proyecto. Ver Anexo A
PROCESO DE MUESTREO	Muestreo probabilístico aleatorio simple
MARCO MUESTRAL	Once mil ochocientos noventa y cuatro (11.894) Mujeres Cristianas de Bucaramanga y su Área

	metropolitana según AMES en Septiembre de 2008 como se había mencionado anteriormente
CÁLCULO DE MUESTREO.	<p>Se emplea el proceso de muestreo probabilístico aleatorio simple, para que todos los elementos de la población tengan la misma posibilidad de ser seleccionado para la muestra. El tamaño de la muestra se define mediante la aplicación de la siguiente formula estadística.</p> $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 (N-1) + (Z^2 \times p \times q)}$ <p>Donde: N = Tamaño de la población Objetivo p = probabilidad de éxito del 50% q = Probabilidad de fracaso es del 50% e = error estimado del 5% Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96</p> <p>Reemplazando:</p> $n = \frac{(1.96)^2 (11.894) \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (11.894-1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 30.693$ <p>n= 372</p>
TIEMPO DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS	Las encuestas se aplicarán en el período comprendido entre tercera semana de Enero y todo mes de febrero.

Fuente: autoras del proyecto

Realizado el cálculo del muestreo y al obtener como resultado 372 encuestas para aplicar, estas se harán con base en la participación porcentual, a continuación se muestran las iglesias con mayor número de mujeres:

- Misión Carismática Internacional: mujeres 1551/11894= 13%
- Iglesia de la 43: mujeres 645/11894 = 5.4%
- Iglesia Misionera Embajadores de Cristo: mujeres 625/11894= 5.2%

- Iglesia Pentecostal Unidad de Colombia: mujeres 588/11894= 5%
- Iglesia Cristiana Cuadrangular: mujeres 455/11894= 4%
- El resto de encuestas el 62.7% se realizarán en las restantes iglesias en igual porcentaje porque no existe mayor diferenciación entre las cantidades de mujeres pertenecientes a una o a otra iglesia.

Definición de la población²¹: Los clientes potenciales están en las Iglesias Cristianas Evangélicas de la Ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, las cuales conforman aproximadamente el 7% de la Población total de la Ciudad, y de las cuales se citan a continuación las que poseen mayor número de mujeres que se congregan en las mismas:

1. Iglesia: Torre Fuerte (Presbiteriana)

No. mujeres: 358 aprox

Dirección: Carrera 18 Nro. 19 -72

Teléfono: 671 1910

Pastor: Faustino Ramírez Benítez

E-mail Pastor: farabemin@hotmail.com

2. Iglesia: Semillas de Jesucristo (Cristiana Trinitaria)

No. mujeres: 241 aprox

Dirección: Calle 9 Nro. 20-74

Teléfono: (313)335 6276 - (314) 488 4790

Pastor: Lowane Caballero Kairuz

Pastor: semillasdecristo7@hotmail.com

²¹ Available from Internet: <http://direcciones.amen-amen.net/?c=1056>

3. Misión Carismática Internacional (Carismática)

No. mujeres: 1.551 aprox.

Dirección: Calle 36 entre Carrera 26 y 27

Teléfono: 645 0642

Pastor: Esteban Chávez

E-mail Pastor: mcibucaramanga@hotmail.com

4. Iglesia Pentecostal Unida de Colombia (Pentecostal)

No. mujeres: 588 aprox

Dirección: Calle 42 N° 16

Teléfono: 670 7848 - 652 1673

Pastor: Alonso Galindo

E-mail Pastor: Webmaster@ipuc.orc.co

5. Iglesia Misionera Embajadores De Cristo (Evangélica)

No. mujeres: 625 aprox

Dirección: Carrera 14B # 45 100

Teléfono: 6420408 - 6524629

Pastor: Víctor Manuel Mancilla Rubio

6. Iglesia Misionera Embajadores (Evangélica)

No. mujeres: 220 aprox.

Dirección: Carrera 43w 59 63 Barrio Estoraques

Teléfono: 683 7703 - 641 2432

Pastor: Gonzalo Quiñones Vera

7. Iglesia Interamericana Ebenezer (Evangélica)

No. mujeres: 315 aprox.

Dirección: Cra 8, Dig 4
Teléfono: 626 0626
Pastor: José Jiménez Niño

8. Iglesia de las Naciones Vida Nueva IDELAN (Cristiana)

No. mujeres: 357 aprox.
Dirección: Carrera 26 No. 19-25
Teléfono: 645 6205
Pastor: Luis y Clara Rodríguez
E-mail Pastor: idelan@andinet.com

9. Iglesia De La 43 (Trinitarios)

No. mujeres: 645 aprox.
Dirección: Calle 43 # 14-64 Centro
Teléfono: 630 2258
Pastor: Jaime Beltrán

10. Iglesia Cristiana Misión Mundial (Cristiana)

No. Mujeres: 185 aprox.
Dirección: Cra. 12 21N 26 Kennedy
Teléfono: 673 2675
Pastor: José Rodríguez Picón

11. Iglesia Cristiana Familia de Sion (Cristiana)

No. mujeres: 215 aprox
Dirección: Calle 33 Nro. 8-84, Cañaveral Panamericano
Teléfono: 638 6276 - 690 8257
Pastor: Luis Orlando Rodríguez Pinzón

12. Iglesia Cristiana De Restauración (Bautista)

No. mujeres: 185 aprox.

Dirección: Cra. 15 Nro. 8- 56

Teléfono: 671 0969

Pastor: Rafael Camargo

E-mail Pastor: rafael_camargo52@hotmail.com

13. Iglesia Cristiana Cuadrangular (Cuadrangular)

No. mujeres: 455 aprox.

Dirección: Cra. 33 No. 17-70

Teléfono: 6711493

Pastor: Hermes Caballero y Mireya López

Pastor: hermesymireya@hotmail.com

14. Iglesia Cristiana Camino De Fe (Independiente)

No. mujeres: 235 aprox

Dirección: Ave. González Valencia 54- 46

Teléfono: (97) 657 5466

Pastor: Juan Carlos Rojas Castillo

E-mail Pastor: j_c_rojas@hotmail.com

15. Iglesia Cristiana Amor y Luz a las Naciones (cristiana Independiente)

No. mujeres: 240 aprox

Dirección: Calle 105 Nro. 23-29

Teléfono: (577) 631 8863

Pastor: Alberto Landázuri

E-mail Pastor: landazuri_2000@yahoo.com

16. Iglesia Bíblica Emmaus (Hermanos en Cristo)

No. mujeres: 134 aprox.

Dirección: Calle I03B 12D 16

Teléfono: 637 7286

Pastor: Pluralidad de Ancianos

E-mail Pastor: betopinzón@hotmail.com

17. Cristianos Bucaramanga (Concilio Cristianos Internacional)

No. mujeres: 143 aprox.

Dirección: Calle 53 No 31-152, Tercer piso

Teléfono: (300) 312 2421 - 788 8950

Pastor: Diego Velásquez Rasch

E-mail Pastor: velazquez62@hotmail.com

18. Comunidad Cristiana De Bucaramanga (Cristiana Independiente)

No. mujeres: 382 aprox.

Dirección: Diagonal 31 N. 29-135, Cañaveral

Teléfono: 639 7822 - 678 0166

Pastor: Ricardo Parra

E-mail Pastor:

19. Comunidad Cristiana Betel (Asambleas de Dios)

No. mujeres: 235 aprox.

Dirección: Calle 48 No.20-53, La Concordia

Teléfono: (7) 642 9726

Pastor: Rev. Williams Otálvaro

E-mail Pastor: wilot506@hotmail.com

20. Centro Familiar de Restauración (Cristiana)

No. mujeres: 162 aprox.

Dirección: Calle 53 Nro. 31-152, Tercer Piso

Teléfono: 657 1539

Pastor: Diego Velásquez Rasch

E-mail Pastor: velazquez62@hotmail.com

21. Centro Familiar de Adoración (Asambleas de Dios)

No. mujeres: 520 aprox.

Dirección: Carrera 27 # 34 – 35

Teléfono: (97) 645 8994

Pastor: José Satirio Dos Santos Jr.

E-mail Pastor: filho75@cfacolombia.com

22. Centro Bíblico Internacional (Asambleas de Dios)

No. mujeres: 193 aprox.

Dirección: Carrera 27a No 48-76

Teléfono: 647 1059

Pastor: Salvador de la Hoz Benedetti

23. Casa De Oración Caminando Con Cristo (Cristiana)

No. mujeres: 175 aprox.

Dirección: Carrera 32C No. 18-75

Teléfono: (7) 645 4629

Pastor: Flor Jerez de Orejarena

24. Avivamiento Jesucristo a las Naciones (Independiente)

o. mujeres: 286 aprox.

Dirección: Calle 48 Nro. 32-14 **Teléfono:** 657 0880

Pastor: Guillermo Mendieta Pardo

Pastor: guillermo_mendieta@coomevmail.com

25. Centro Cristiano La Amistad (Asambleas de Dios)

No. mujeres: 171 aprox.

Dirección: Calle 6 # 10- 55

Teléfono: (7) 675 2243

Pastor: Marco Aurelio Marín

26. Iglesia Cristiana Renacer

No. mujeres: 287 Aprox.

Dirección: Cr 23 No. 31 – 50

Teléfono: (7) 6471059

27. Iglesia Centro Bíblico Internacional

No. mujeres: 316 aprox.

Dirección: Cra 29 No. 51 – 16

Teléfonos: (7) 6471059

28. Otro número considerable de Iglesias pequeñas cuentan aproximadamente con 2.475 mujeres, Según visitas realizadas a cada una de las iglesias y por información suministrada por los representantes de las mismas con fecha Septiembre de 2008, las cuales en total suman un aproximado de 11.894 mujeres según la fuente mencionada antes.

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Se presenta a continuación el análisis para cada pregunta, de la encuesta realizada a las mujeres pertenecientes a las Iglesias cristianas evangelizadas de Bucaramanga y su área metropolitana.

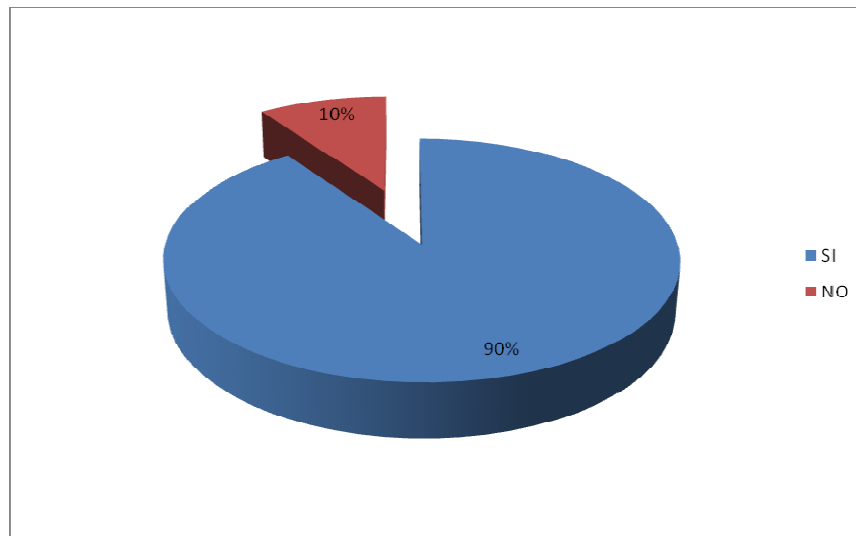
Pregunta Uno. ¿Utiliza faldas para su vestir diario?

Cuadro 2. Porcentaje de mujeres cristianas que utilizan las faldas para su vestir diario

Aspecto	Número de mujeres	Porcentaje
Si	336	90
No	36	10
Total	372	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 10. Porcentaje de mujeres cristianas que utilizan las faldas para su vestir diario



Análisis. Según el estudio realizado a las mujeres cristianas evangélicas de las iglesias de Bucaramanga y su área metropolitana, sienten un gran atractivo por las faldas, tal y como se puede evidenciar en la gráfica anterior donde el 90% de las mujeres las utilizan a diario contra un 10% que no las prefieren a diario, aunque las usen pero no se tendrán en cuenta para este estudio. En términos generales se puede evidenciar que existe demanda por el producto a ofrecer. (Véase cuadro 2, figura 10).

Pregunta Dos. ¿Cuántas faldas para su uso compra en el año?

Cuadro 3. Cantidad de faldas que compran por año

Intervalo	Promedio Por Intervalo No. Faldas	Total	Porcentaje
3 a 5	4	194	58
6 a 8	7	97	29
9 a 11	10	36	11
12 a 14	13	9	2,0
Total		336	100

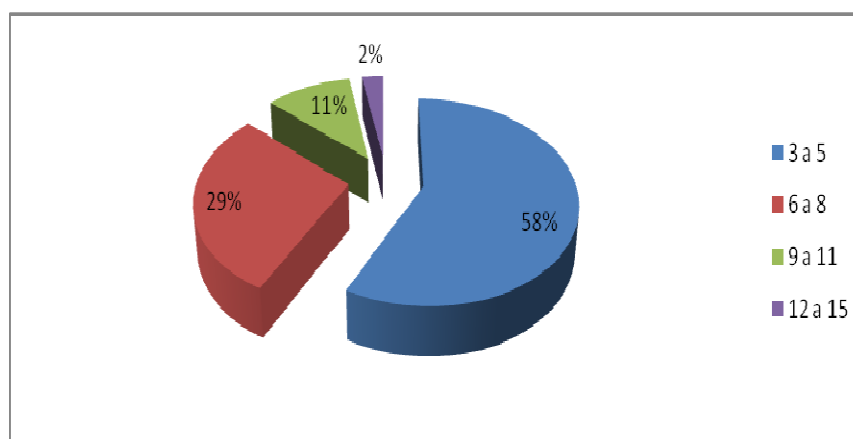
Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Cuadro 4. Cálculo de la cantidad de faldas que compran en promedio por año

Intervalo	Total por Año
Promedio por %	
4 x 0,58	2,32
7 x 0,29	2,03
10 x 0,11	1,1
13 x 0,02	0,26
Total	5,7

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 11. Cantidad de faldas que compran por año



Análisis. La cantidad promedio de compra de faldas por año es de aproximadamente 6 por año, por mujer, cifra muy significativa para el proyecto lo que demuestra que durante todo el año compran el producto a ofrecer. (Véase cuadros 3 y 4, figura 11).

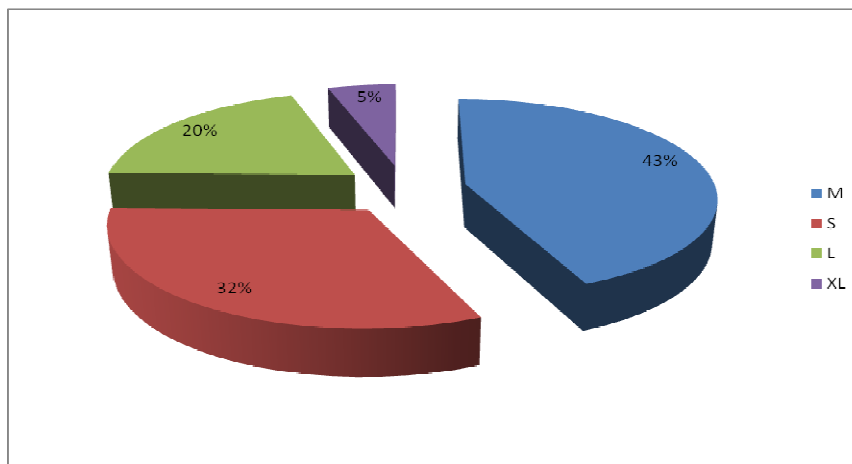
Pregunta Tres. ¿Cuál es su talla?

Cuadro 5. Tallas de mujeres cristianas que usan faldas en su vestir diario

Tallas	Total	Porcentaje
M	146	43
S	107	32
L	66	20
XL	17	5
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 12. Tallas de mujeres cristianas que usan faldas en su vestir diario



Análisis. El estudio refleja que la talla más representativa en las mujeres cristianas evangélicas es la M, con un 43%, lo que llevaría a la nueva fábrica a producir mayores volúmenes de faldas de esta talla. (Véase cuadro 5, figura 12).

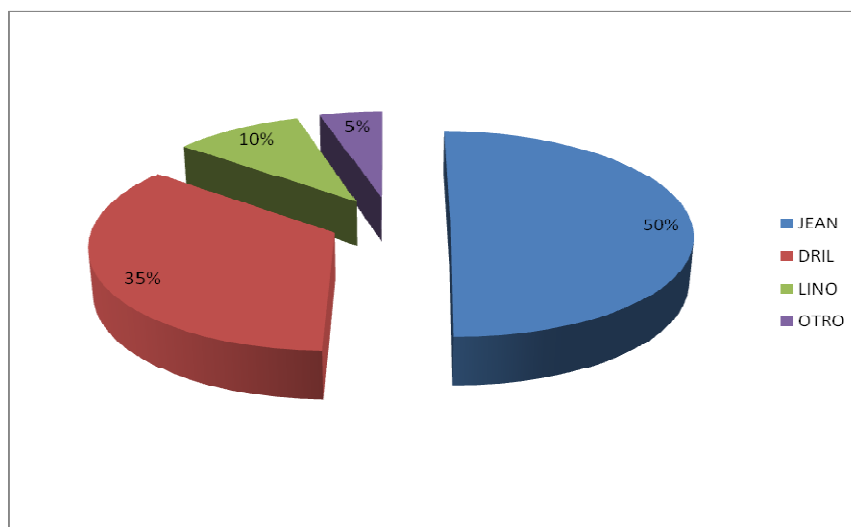
Pregunta Cuatro. ¿Cuál es el tipo de tela de su preferencia?

Cuadro 6. Tipo telas preferidas por las mujeres cristianas evangélicas

Tipo tela	Total mujeres	Porcentaje
Jean	169	50
Dril	118	35
Lino	33	10
Otro	16	5
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 13. Tipo telas preferidas por las mujeres cristianas evangélicas



Análisis. De acuerdo al estudio realizado, se observa que las mujeres cristianas evangélicas prefieren las faldas en jean y en lino, con porcentajes del 50% y 35% respectivamente, siendo estas telas las más llamativas y utilizadas por comodidad y frescura. (Véase cuadro 6, figura 13).

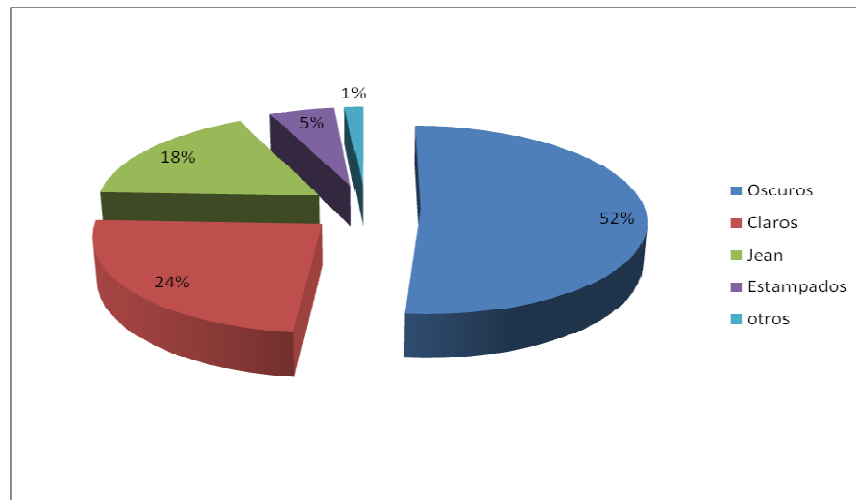
Pregunta Cinco. ¿Qué colores prefieres al comprar una falda?

Cuadro 7. Colores preferidos al comprar una falda

Colores	Total mujeres	Porcentaje
Oscuros	173	52
Claros	81	24
Blue Jean	59	18
Estampados	18	5
Otros	5	1
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 14. Colores preferidos al comprar una falda



Análisis. El 52% de las mujeres cristianas evangélicas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, prefieren los colores oscuros, por ser sobrios y elegantes para vestir, mientras el 24% prefieren colores claros que les proporcionan frescura, tranquilidad y elegancia. (Véase cuadro 7, figura 14).

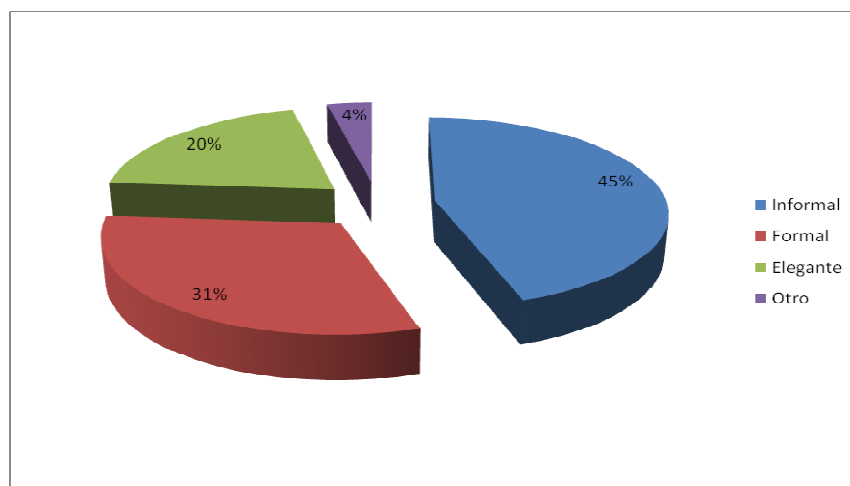
Pregunta Seis. ¿Qué estilos de faldas utiliza con mayor frecuencia?

Cuadro 8. Estilos de faldas que utilizan con mayor frecuencia

Estilos	Total mujeres	Porcentaje
Informal	151	45
Formal	105	31
Elegante	68	20
Otro	12	4
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 15. Estilos de faldas que utilizan con mayor frecuencia



Análisis. De acuerdo al resultado obtenido, los estilos de faldas más utilizados por las mujeres cristianas evangélicas son las informales en tela jean y dril con un porcentaje del 45%, debido a las ventajas que ofrece en cuanto a comodidad, fresca y de fácil adquisición en el mercado. así mismo la falda formal en tela lino que les proporciona elegancia con un resultado de aceptación del 31%. (Véase cuadro 8, figura 15).

Pregunta Siete. ¿Cuál es la frecuencia con la que compra las faldas en el año?

Cuadro 9. Frecuencia en la compra de faldas

Frecuencia	Número Meses	Total	Porcentaje
Trimestral	3	136	40
Bimestral	2	121	36
Semestral	6	63	19
Otra, 1 vez año	12	16	5
Total		336	100

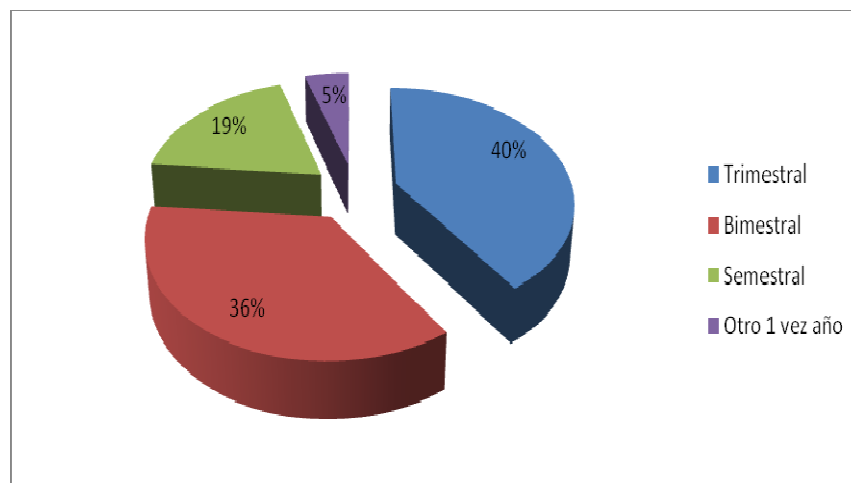
Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Cuadro 10. Cálculo de la frecuencia de compras de faldas en promedio:

Promedio de Intervalo por %	Total por Año
3 x 0,40	1,2
2 X 0,36	0,7
6 X 0,19	1,1
12 X 0,05	0,6
Total	3,6

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 16. Frecuencia en la compra de faldas



Análisis. De acuerdo al cálculo anterior se evidencia que la frecuencia promedio de compra es de 3.6 meses, lo cual garantiza la viabilidad del proyecto y muestra que durante todo el año hay demanda del producto. (Véase cuadros 9 y 10, figura 16).

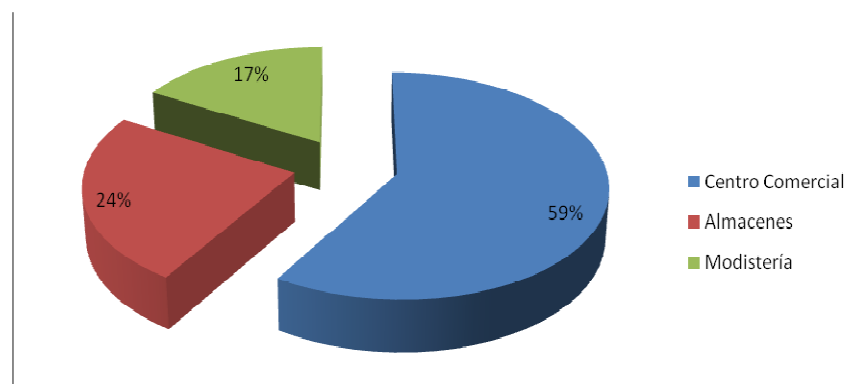
Pregunta Ocho. ¿Dónde acostumbra comprar sus faldas?

Cuadro 11. Sitios donde acostumbran comprar las faldas

Sitios	Total	Porcentaje
Centro Comercial	198	59
Almacenes	82	24
Modistería	56	17
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 17. Sitios donde adquieren las faldas



Análisis. Según el resultado obtenido, se puede asegurar que los Centros Comerciales de Bucaramanga que se dedican a la distribución y ventas de faldas,

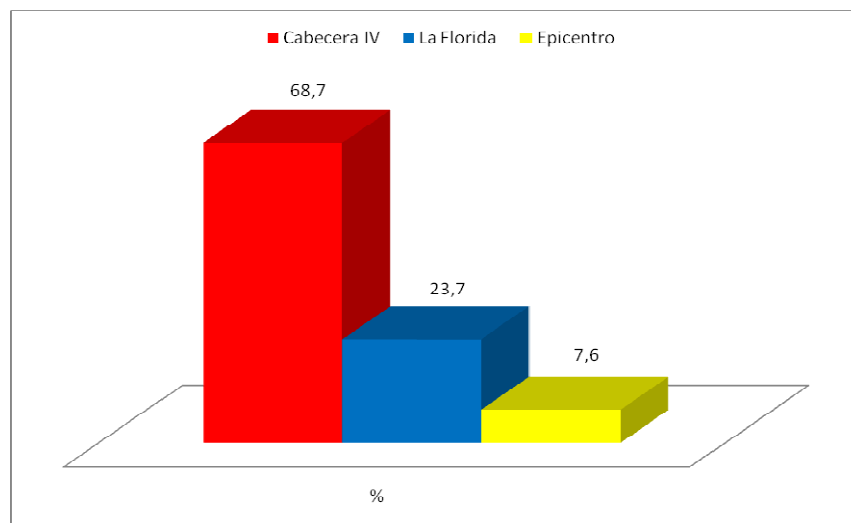
son los más visitados por las Mujeres Cristianas Evangélicas. A continuación se detallan los centros comerciales. (Véase cuadro 11, figura 17).

Cuadro 12. Centros comerciales visitados por las mujeres cristianas evangélicas

Centro Comercial	Total	Porcentaje
Cabecera IV	136	68,7
La Florida	47	23,7
Epicentro	15	7,6
Total	198	100,0

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 18. Centros comerciales visitados por las mujeres cristianas evangélicas



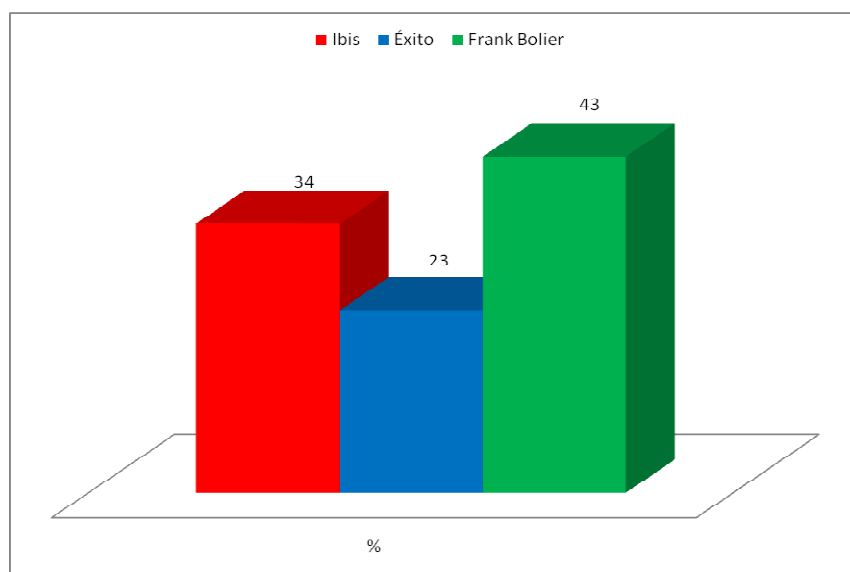
Análisis: Para las mujeres cristiana evangélicas, que prefieren acudir a los centros comerciales a comprar sus faldas, se destaca que el 68,7% acostumbran ir a el Centro Comercial Cabecera IV, le sigue el Centro Comercial la Florida, con una participación de 23,7% y en el Centro de Bucaramanga, con el Centro Comercial Epicentro, según el restante 7,6%. (Véase cuadro 12, figura 18).

Cuadro 13. Almacenes visitados por las mujeres cristianas evangélicas

Almacenes	Total	Porcentaje
Ibis	28	34
Éxito	19	23
Frank Bolier	35	43
Total	82	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 19. Almacenes visitados por las mujeres cristianas evangélicas



Análisis: Para las mujeres cristianas evangélicas, que visita a los almacenes, el de mayor preferencia y el cual sería la principal competencia porque es fabricante y está posicionado en el mercado es Frank Bolier, según lo afirma el 43%, le sigue almacén importante, Ibis con un 34% de participación, entre otros. (Véase cuadro 13, figura 19).

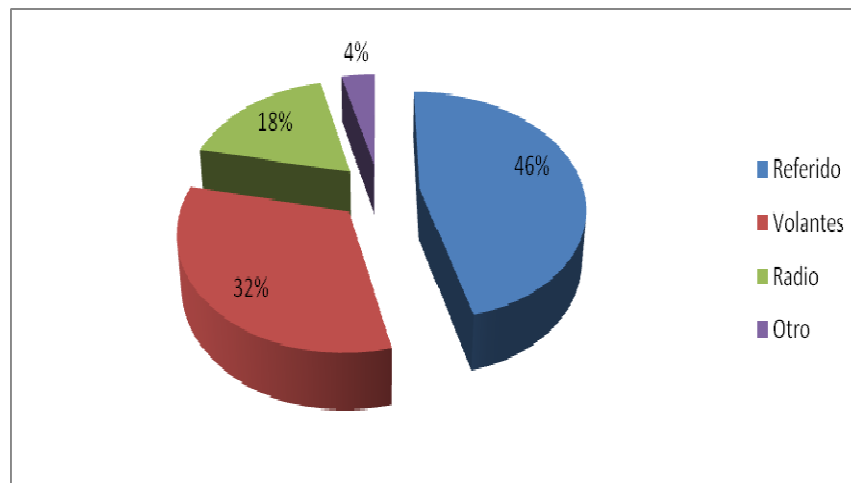
Pregunta Nueve. ¿A través de qué medio se enteró de la existencia de los almacenes ó lugares donde venden o confeccionan las faldas?

Cuadro 14. Medios publicitarios utilizados como propaganda para enterarse de la existencia de almacenes ó lugares donde venden ó confeccionan faldas.

Medios	Total	Porcentaje
Referido	155	46
Volantes	109	32
Radio	59	18
Otros	13	4
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 20. Medios publicitarios utilizados como propaganda para enterarse de la existencia de almacenes ó lugares donde venden ó confeccionan faldas.



Análisis. Se observa que la forma en que las Mujeres Cristianas Evangélicas se enteraron sobre la existencia de las fábricas dedicadas a la confección de faldas

fue por medio de Referidos con un 46%, mientras que un 32% recibe volantes y los utilizan, frente a un 18% que escuchan radio o viendo vitrinas consiguen las mismas, esta información se tendrá en cuenta para fijar los medios publicitarios de la nueva empresa. (Véase cuadro 14, figura 20).

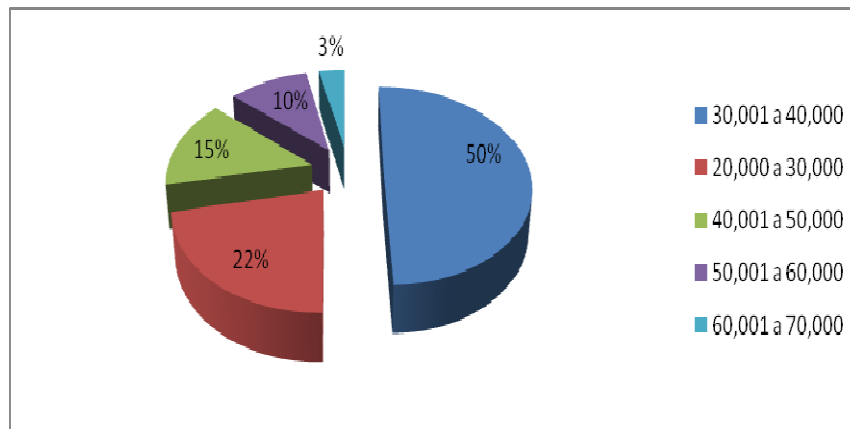
Pregunta Diez. ¿Qué promedio ha pagado por la compra de una falda?

Cuadro 15. Precio que ha pagado por la compra de faldas

Intervalo \$	Promedio de Intervalo \$	Total	Porcentaje
20,000 a 30,000	25,000.0	74	22
30,001 a 40,000	35,000.5	167	50
40,001 a 50,000	45,000.5	49	15
50,001 a 60,000	55,000.5	35	10
60.001 a 70.000	65,000,5	11	3
Total		336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 21. Precio que ha pagado por la compra de faldas



Cuadro 16. Cálculo promedio de precios pagados al comprar una falda

Intervalo por %	Total por Año
\$35,000.5x0,50	\$ 17.500,00
\$25,000.0x0,22	\$ 5.500,00
\$45,000.5x0,15	\$ 6.750,00
\$55,000.5x0,10	\$ 5.500,00
\$65,000.5x0,03	\$ 1.950,00
Total	\$ 37.200,00

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Análisis. Analizando el cuadro anterior se confirma que el precio promedio pagado por la compra de una falda, es de \$37.200, el cual está acorde con los precios del mercado en general, ni muy alto, ni muy bajo, este precio servirá de base para fijar los precios en la nueva empresa. (Véase cuadros 15,16 y figura 21)

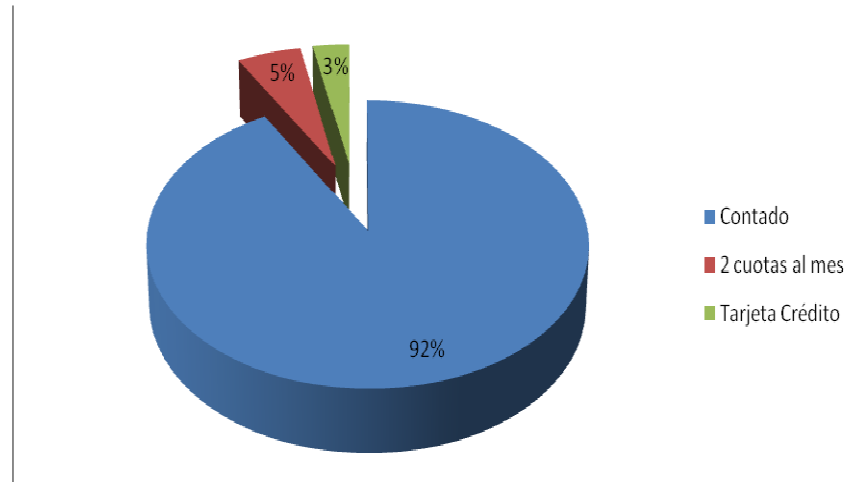
Pregunta Once. ¿Cuál es la forma de pago al comprar una falda?

Cuadro 17. Forma de pago de las faldas

Forma de pago	Total	Porcentaje
Contado	308	92
2 cuotas x mes	18	5
Tarjeta Crédito	10	3
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 22. Forma de pago de las faldas



Análisis. El gráfico muestra que el 92% de las Mujeres Cristianas Evangélicas compran las faldas de contado, debido a que desde un principio destinan un valor para realizar este tipo de compra y aparentemente los precios son cómodos. (Véase cuadro 17, figura 22).

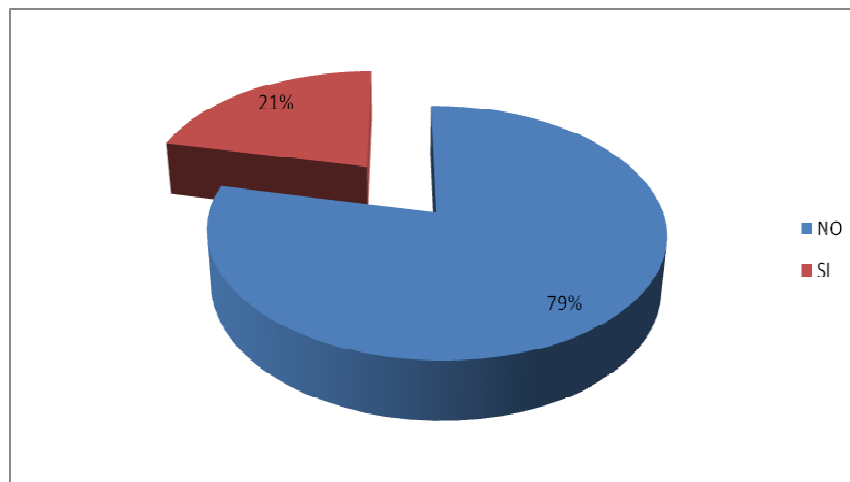
Pregunta Doce. ¿Se le ha presentado alguna dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas?

Cuadro 18. Dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas

Dificultad	Total	Porcentaje
NO	264	79
SI	72	21
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 23. Dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas



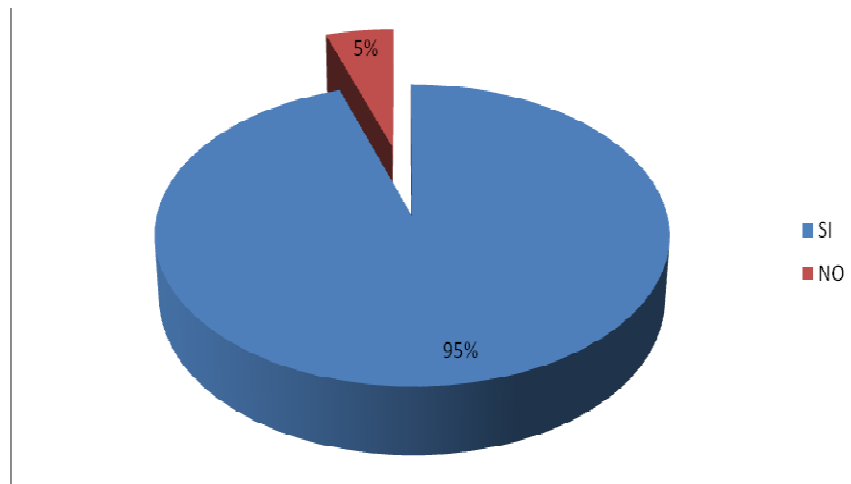
Análisis. De acuerdo al resultado obtenido, se confirma que el 21% de las Mujeres Cristianas han presentado dificultad al momento de comprarlas, debido a que no se ajustan a sus gustos, encontrando dificultades en el diseño (cortas) y otras presentan inconformidad al mandarlas a confeccionar, porque los estilos escogidos no llenan las expectativas, y en ocasiones deben ser nuevamente diseñadas, causando daño en las telas, siendo esto una ventaja para la nueva empresa de poder competir en el mercado. (Véase cuadro 18, figura 23).

Pregunta Trece. ¿Le gustaría comprar las faldas a un fabricante especializado en la confección de este tipo de prendas?

Cuadro 19. Decisión de compra a un fabricante especializado

Fabricante especializado	Total	Porcentaje
Si	319	95
No	17	5
Total	336	100

Figura 24. Decisión de compra a un fabricante especializado



Análisis. Se demuestra que el 95% de las Mujeres Cristianas Evangélicas, les gustaría comprar las faldas a un fabricante especializado en éstas, debido a que cuenta con personal idóneo y capacitado para brindar asesorías. (Véase cuadro 19, figura 24).

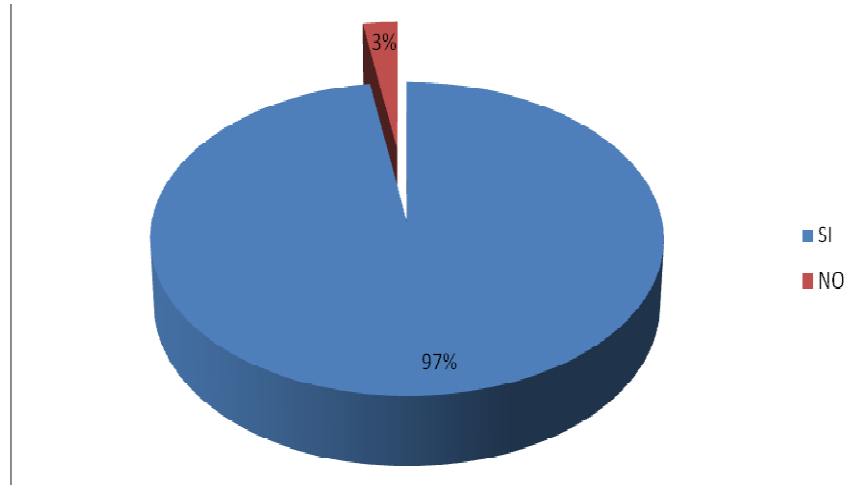
Pregunta Catorce. ¿Al comprar las faldas a la nueva empresa estaría dispuesta a recibir una asesoría personalizada?

Cuadro 20. Aceptación de recibir asesoría personalizada

Asesoría personalizada	Total	Porcentaje
Si	309	97
No	10	3
Total	319	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 25. Aceptación de recibir asesoría personalizada



Análisis. El 97% de las Mujeres Cristianas Evangélicas les gustaría recibir asesoría personalizada al momento de mandar a confeccionar una falda, teniendo en cuenta que el resultado final sería positivo para su presentación e imagen. (Véase cuadro 20, figura 25).

Pregunta Quince. a) ¿Qué Cantidad de faldas por año según el Tipo de Tela estaría dispuesta a comprar?

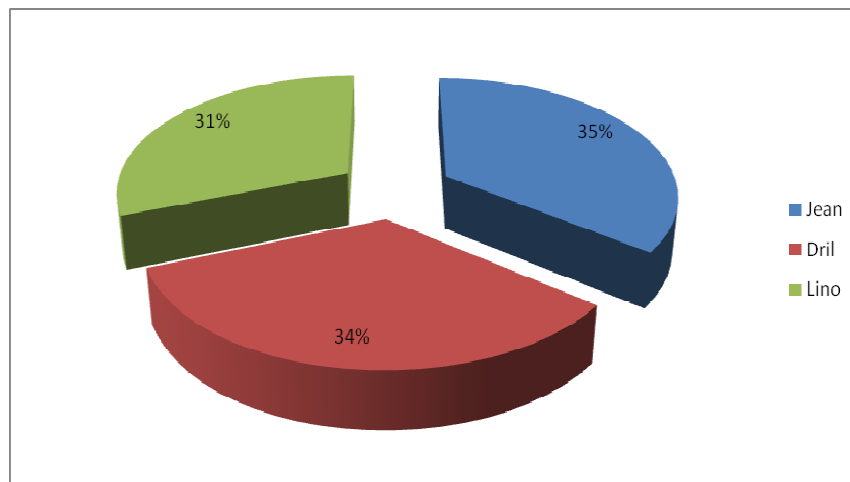
Cuadro 21. Cantidad de faldas a comprar según el tipo de tela

Tipo tela	Cantidad	Porcentaje
Saray Blue Jean	319	100
María Dril	302	94,7
Esther Lino	278	87,15
Total	899	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Se aclara que en esta pregunta se obtuvieron respuestas múltiples, es decir una misma encuestada eligió al mismo tiempo 2 ó 3 estilos de falda que le gustaron.

Figura 26. Tipo de tela



Análisis. Se puede observar que la preferencia de las Mujeres Cristianas Evangélicas por las telas ofrecidas por la empresa, es muy parecida, los tres tipos de tela gustan, aunque se inclinan un poco más por la tela Jean. (Véase cuadro 21, figura 26).

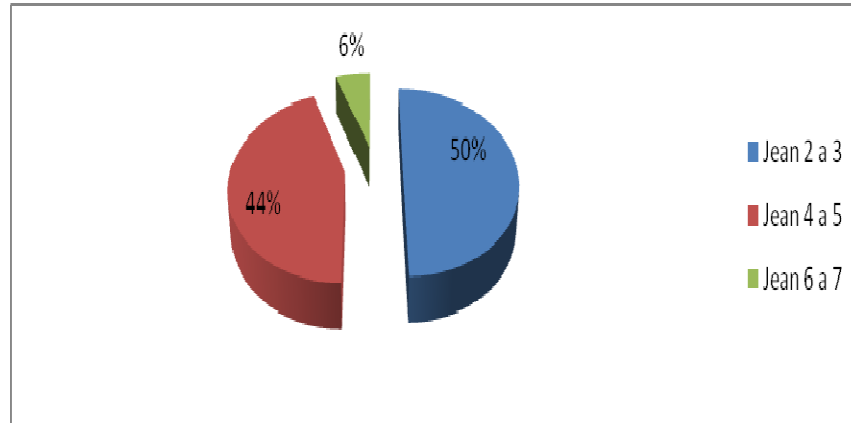
Pregunta Quince. b) ¿qué cantidad de faldas por año según el estilo Saray y tipo de tela Blue Jean estaría dispuesta a comprar?

Cuadro 22. Cantidad de faldas a comprar por año según estilo Saray tipo de tela Jean

Tipo tela	Cantidad	Total	Porcentaje
Blue Jean	2 a 3	159	49
	4 a 5	142	45
	6 a 7	18	6
Total		319	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 27. Cantidad de faldas a comprar por año según estilo Saray y tipo de tela Jean



Cuadro 23. Cantidad promedio por año según estilo Saray tipo de tela Blue jean

Intervalo por porcentaje	Total por Año
2,5 x 0,49	1,2
4,5 x 0,45	2,0
6,5 x 0,06	0,4
Total	3,6

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Análisis: Según lo muestra la tabla anterior, la cantidad promedio de faldas a comprar por parte de las mujeres en tela Jean sería de 3.6 faldas por año por mujer cristiana, cifra significativa porque se trata de adquirir nuevas prendas con un oferente distinto a los actuales. (Véase cuadro 22, 23 y figura 27).

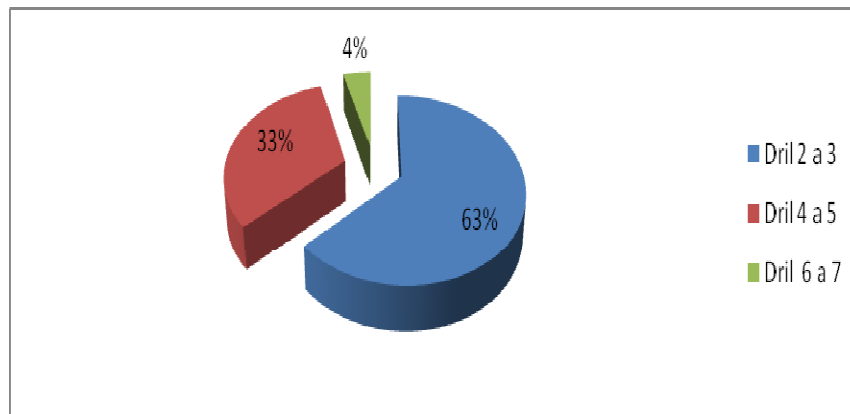
Pregunta 15. c) ¿Qué cantidad de faldas por año según el estilo María y tipo de tela Dril estaría dispuesta a comprar?

Cuadro 24. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo María y tipo de tela Dril

Tipo tela	Cantidad	Total	Porcentaje
Dril	2 a 3	191	63
	4 a 5	98	32
	6 a 7	13	5
Total		302	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 28. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo María y tipo de tela Dril



Cuadro 25. Cantidad promedio por año según estilo María tipo de tela dril

Intervalo por %	Total por Año
2,5 x 0,63	1,6
4,5 x 0,32	1,4
6,5 x 0,05	0,3
Total	3,3

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Análisis: Según lo muestra la tabla anterior, la cantidad promedio de compra de faldas por parte de las mujeres en tela Dril es de 3.3 faldas por año por mujer cristiana. (Véase cuadros 24, 25 y figura 28).

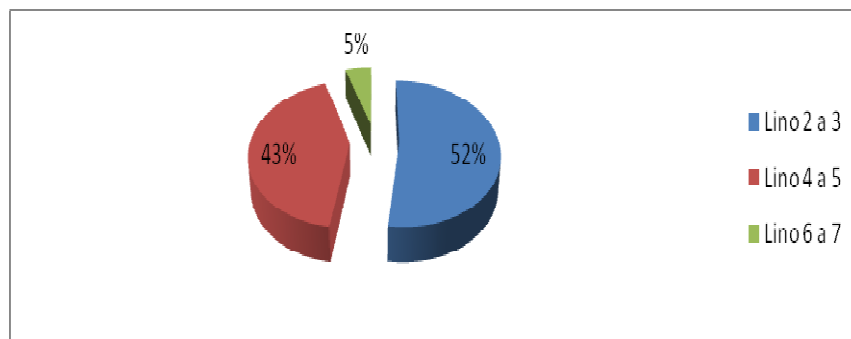
Pregunta quince. D) ¿qué cantidad de faldas por año según el estilo Esther y tipo de tela lino estaría dispuesta a comprar?

Cuadro 26. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo Esther tipo de tela lino

Tipo tela	Cantidad	Total	Porcentaje
Lino	2 a 3	145	52
	4 a 5	119	43
	6 a 7	14	5
Total		278	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 29. Cantidad de faldas por año a comprar según estilo Esther y tipo de tela Lino



Cuadro 27. Cantidad promedio por año según estilo Esther tipo de tela Lino

Intervalo por %	Total por Año
2,5 x 0,52	1,3
4,5 x 0,43	1,9
6,5 x 0,05	0,3
Total	3,5

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Análisis: Según lo muestra la tabla anterior, la cantidad promedio de consumo de faldas por parte de las mujeres en tela Lino es de 3.5 faldas por año y por mujer cristiana. (Véase cuadros 26, 27 y figura 29).

Pregunta 15: e) ¿Qué cantidad de faldas por año según Colores tipo Saray de tela Jean estaría dispuesta a comprar?

No se tabularon colores, porque la tela Jean es unicolor.

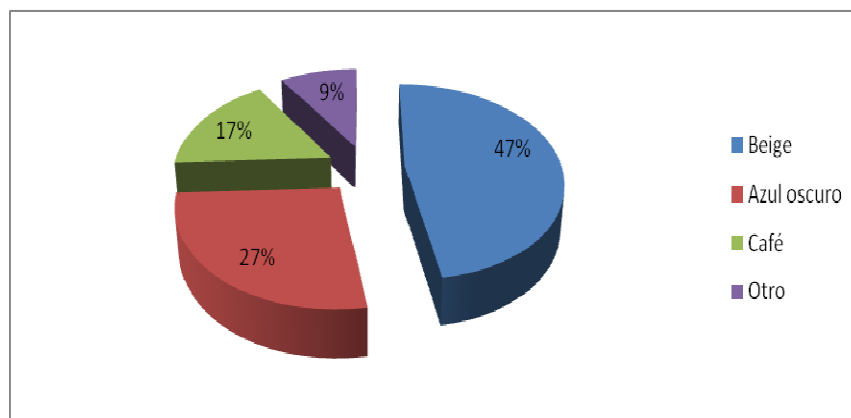
Pregunta 15: f) ¿Qué cantidad de faldas por año según Colores tipo MARIA de tela Dril estaría dispuesta a comprar?

Cuadro 28. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Dril.

Tipo tela	Color	Total	Porcentaje
Dril	Beige	143	47
	Azul oscuro	81	27
	Café	50	17
	Otro	28	9
	Total	302	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 30. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Dril.



Análisis. De lo anterior se deduce que las mujeres cristianas prefieren en primer grado el color beige, seguido del azul oscuro y café entre otros todos en tela Dril, lo anterior será tenido en cuenta en el momento de realizar la producción. (Véase cuadro 28, figura 30).

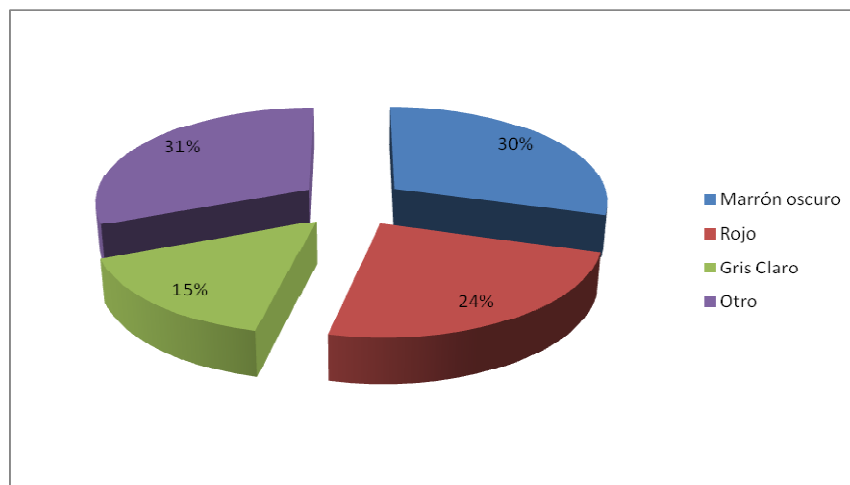
Pregunta 15: g) ¿Qué cantidad de faldas por año según colores tipo Esther de tela lino estaría dispuesta a comprar?

Cuadro 29. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Lino.

Tipo tela	Color	Total	Porcentaje
Lino	Marrón oscuro	82	29
	Rojo	67	24
	Gris claro	43	15
	Otro	86	31
	Total	278	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 31. Cantidad de faldas por año a comprar según colores en tipo tela Lino.



Análisis. El color preferido en el estilo de tela LINO es el marrón oscuro y le sigue de cerca el rojo y el gris, esta información se tendrá en cuenta en la nueva empresa en el momento de realizar la producción. (Véase cuadro 29, figura 31).

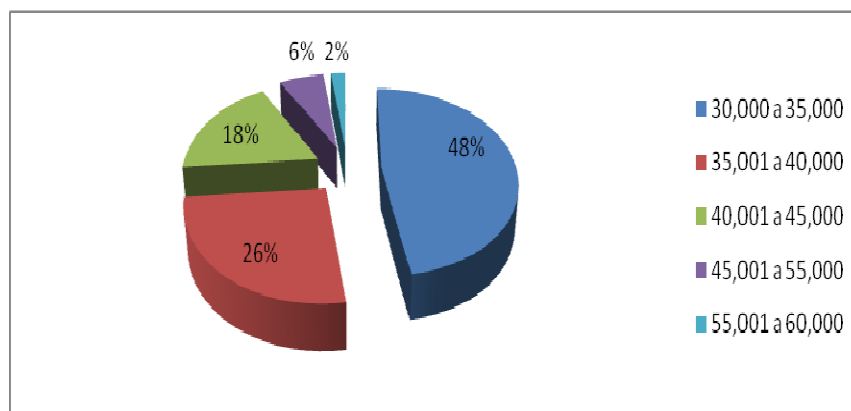
Pregunta Dieciséis. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una falda en la nueva fábrica?

Cuadro 30. Precio a pagar en la nueva fábrica

Aspecto \$	Intervalo \$	Total	Porcentaje
30,000 a 35,000	32,500.00	160	48
35,001 a 40,000	37,500,50	87	26
40,001 a 45,000	42,500,50	61	18
45,001 a 55,000	50,000,50	21	6
55,001 a 60,000	55,000,50	7	2
Total		336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 32. Precio a pagar en la nueva fábrica



Cuadro 31. Cantidad promedio sobre precio a pagar en la nueva fábrica

Intervalo por porcentaje	Total por año
\$32,500.0x0,48	\$ 15.600,00
\$37,500.5x0,26	\$ 9.750,00
\$42,500.5x0,18	\$ 7.650,00
\$50,000.5x0,06	\$ 3.000,00
\$55,000.5x0,02	\$ 1.100,00
Total	\$ 37.100,00

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Análisis. La cantidad promedio de pago oscila entre \$ 37.100 valor que está acorde con los precios del mercado actual y le permite a la nueva empresa tener una base para fijar una política de precios en su momento. (Véase cuadros 30, 31 y figura 32)

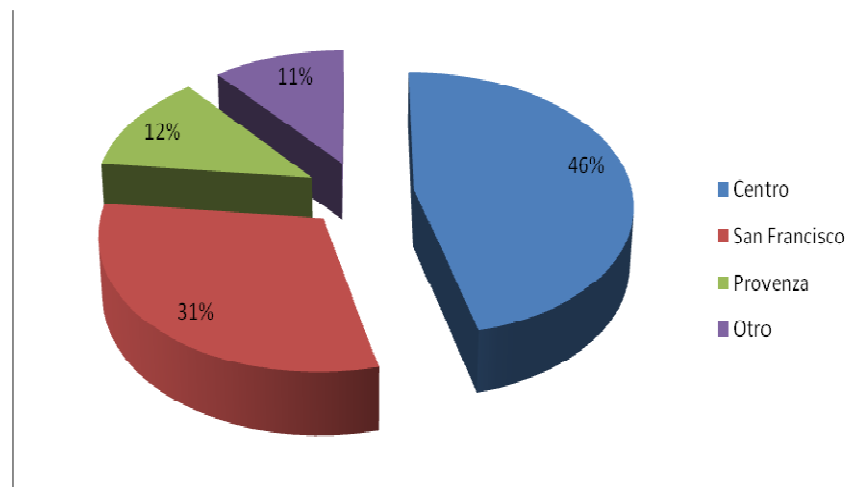
Pregunta Diecisiete. ¿En qué sitio le gustaría que estuviera ubicada la nueva fabrica?

Cuadro 32. Sitios de ubicación de la nueva fábrica

Ubicación	Total	Porcentaje
Centro	155	46
San francisco	103	31
Provenza	41	12
Otro, cual?	37	11
Total	336	100

Fuente: Investigación realizada por las autoras del proyecto

Figura 33. Sitios de ubicación de la nueva fábrica



Análisis. El 46% de las Mujeres Cristianas Evangélicas seleccionaron el Centro de Bucaramanga como sitio de ubicación y compra de los productos de la nueva fábrica, seguidos de un 31% que aseguran que San Francisco es un buen sitio para la nueva empresa. (Véase cuadro 32, figura 33).

2.4.3 Estimación de la demanda. Actualmente hay 11.894 mujeres evangélicas según AMES y con base en la investigación realizada en la pregunta #1 el 90% si utilizan faldas a diario, es decir 10.705 mujeres que compran al año en promedio con base en la pregunta #2 alrededor de 5.7 faldas/año, es decir, la demanda actual es de 61.019 faldas/año, cifra significativamente alta que favorece la idea de creación de la nueva empresa. (Véase cuadro 33).

Cuadro 33. Demanda total por tipo de falda

Tipo de falda	Porcentaje	Cantidad de faldas año
Falda tipo jean	50	30.509
Falda tipo dril	35	21.356
Falda tipo lino	10	6.102
otras	5	3.051
Total	100	61.019

Fuente: Autoras del proyecto

Por otra parte, una vez analizada la información se logró precisar la demanda efectiva es decir, las mujeres que estarían interesados en comprarle a la nueva fábrica y estarían dispuestas a comprar en el tipo de falda y su cantidad promedio al año. (Véase cuadro 34).

Cuadro 34. Demanda total efectiva por tipo de falda

Tipo de falda	Proporción porcentaje	Total mujeres interesadas	Promedio de compra /año	Total de faldas año	Participación porcentaje
Falda tipo Blue jean	100%	10.170	3,6	36.612	37
Falda tipo dril	94,70%	9.631	3,3	31.782	32
Falda tipo lino	87,15%	8.863	3,5	31.021	31
Total				99.415	100

Fuente: Autoras del proyecto

2.4.4 Evolución histórica de la demanda del producto/servicio. El tipo de producto, objeto del presente estudio no presenta datos estadísticos según se pudo evidenciar en visitas realizadas por las autoras del proyecto al DANE en el rubro de Industria Manufacturera, en el MINCOMEX sobre cifras de exportación y en la Cámara de Comercio; por lo cual no se pudo evidenciar una panorámica precisa sobre la cantidad de faldas largas similares a las que usan las Mujeres de las Comunidades Evangélicas, por lo tanto no es posible establecer la evolución histórica de la demanda.

2.4.5 Proyección de la demanda. Según AMES²² durante el período 2.007 a 2.008, el crecimiento de las mujeres Cristianas fue del 7% aproximadamente de la población evangélica. Se proyectará con base en esta cifra el índice de crecimiento anual de mujeres y la cifra del consumo del producto se tomará de la investigación como demanda actual, por parte de las Mujeres de las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana a 5 años, porque como se mencionó anteriormente no existen datos históricos. (Véase cuadros 35 y 36).

Índice de incremento poblacional del 7% anual según AMES:

Cuadro 35. Demanda total de faldas por año proyectada

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
61.019	65.290 (61.069x1.07)	69.860 (65.290x1.07)	74.750 (69.860x1.07)	79.983 (74.750x1.07)	85.582 (79.983x1.07)

Fuente: Autoras del proyecto

²² ASOCIACIÓN DE MINISTROS EVANGÉLICOS DE SANTANDER.

Cuadro 36. Demanda total efectiva de faldas por año proyectada

Tipo de falda	Total de faldas año base	Total de faldas año 1	Total de faldas año 2	Total de faldas año 3	Total de faldas año 4	Total de faldas año 5
Falda tipo Jean	36.612	39.175	41.917	44.851	47.991	51.350
Falda tipo dril	31.782	34.007	36.388	38.935	41.660	44.576
Falda tipo lino	31.021	33.193	35.516	38.002	40.662	43.509
Total	99.415	106.374	113.821	121.788	130.313	139.435

Fuente: Autoras del proyecto

2.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA OFERTA

2.5.1 Evolución histórica de la oferta. Para determinar la Evolución histórica de la oferta, se recurrió a entidades como Cámara de Comercio y DIAN para conocer información, detectándose que no existen datos estadísticos sobre la cantidad de faldas vendidas por año a las Mujeres Evangélicas por parte de los oferentes tales como: los centros comerciales, almacenes, modistas y otros locales, por lo tanto no es posible establecer la Evolución Histórica de la Oferta.

2.5.2 Oferta actual. No se realizó encuesta a los oferentes, aunque se hizo un sondeo y se encontró que no existía la información necesaria mencionando los oferentes que era confidencial y que además no poseían las cifras precisas sobre la cantidad de faldas vendidas sino de prendas totales por año, por lo tanto, según la encuesta realizada a la demanda, se pudo constatar exactamente cuáles eran los sitios de compra donde las Mujeres adquieren las faldas, los cuales son la oferta actual o competencia para la nueva fábrica:

• **Sector Cabecera: Centro Comercial Cabecera IV Etapa y locales.** Existen aproximadamente 20 locales donde venden toda clase de ropa para mujeres, pero ninguno de estos se dedican a comercializar exclusivamente faldas, si se consiguen y son exhibidas en sus vitrinas, pero definitivamente los estilos no están orientados hacia las mujeres cristianas, gran parte de los modelos son faldas muy cortas que no llenan las expectativas de las comunidades cristianas. A continuación se relacionan los principales almacenes con algunas de sus debilidades y fortalezas: (Véase cuadro 37).

Cuadro 37. Almacenes y locales Centro Comercial Cabecera IV etapa

Almacén	Debilidad	Fortaleza
ASFARI-STUDIO	Minifaldas, pantalones, blusas	Sitio Visible-claro-ventilado
AMPAIRE	Minifaldas-surtidos-varios	Sitio visible-1 vestier-ventilado
LOISS	Solo pantalones-blusas-vestidos	Sitio visible-1 vestier-ventilado
CARUSO	Solo blusas para dama-vestier pequeño	No es competencia
ARMI	Prendas variadas-pocas faldas	Reconocimiento-buen ambiente
DA-MODA	Faldas serias. pantalones-vestidos	2 vestieres-ventilado-cómodo
MALE & FEMALE	Moda alternativa-informal-surtidas	Cómodo,4 vestieres-local grande
CFW-CLOTHES FASHION WEAR	Moda alternativa ambos sexos	Cómodo-grandes-buena atención
MUAA	Faldas rodilla-ropa variada	2 locales-visibles-iluminación
GORDITAS Y MAS	Faldas pocos estilos-conjuntos	Grande, cómodo, ventilado, luz
HABOR	Moda alternativa-faldas juveniles	Grande, cómodo, ventilado, luz
DEREK	Minifaldas, moda juvenil-	Grande, cómodo,

Almacén	Debilidad	Fortaleza
	sofisticada	ventilado, luz
ROSE PISTOL	Costosas-pocas existencias	Cómodo, fresco, agradable
STEEL	Faldas rodilla-ropa variada-costosas	Pequeño, 1 vestier-ventilado
GORDITAS Y FLAQUITAS	Moda formal-conjuntos-faldas pocas	Grande, cómodo, ventilado, luz
GLORIA BOHORQ	Sofisticado-demasiado costoso	Modelos innovadores, cómodo
EDITH PINZÓN	Solo blusas para dama-vestier pequeño	Modelos variados, pequeño
IBIS	Moda fresca, variada, pocas faldas	Local grande, ventilado, cómodo

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 34. Fotos Almacenes Centro Comercial Cabecera IV etapa

a) Almacén Ibis



b) Almacén Armi



a) Ibis, maneja ropa Juvenil para mujeres pero no posee variedad para las Mujeres Evangélicas.

b) Armi, Es otro almacén que posee faldas pero muy cortas y ropa muy fresca, Juvenil.

Fuente: Fotografías tomadas por las autoras del proyecto

Figura 35. Fotos Almacenes Centro Comercial La Florida

Almacén Broché

Almacén Studio F.



Fuente: Fotografías tomadas por las autoras del proyecto

En el Centro Comercial la Florida aproximadamente existen 19 almacenes, entre ellos se mencionan los más reconocidos Studio F, Adriana Liévano, Broche entre otros, los cuales tienen colecciones y estilos de ropa para dama de la mejor calidad, pero existe el problema que no se dedican a distribuir sólo faldas, las pocas que tiene en existencia no llenan las expectativas de las mujeres cristianas, son muy costosas con precios que oscilan entre \$ 60.000= y \$ 90.000=. Esta es una debilidad que la nueva empresa debe saber manejar muy bien para incursionar en el mercado de la moda para mujeres. (Véase cuadro 38).

Cuadro 38. Almacenes y locales Centro Comercial Cañaveral

No.	Almacenes	Ubicación	Productos
1	NIKI BIKI	Primer piso	Vestidos - faldas cortas
2	IBIS	Primer piso	Faldas cortas
3	TRAVEL STORE	Primer piso	Vestidos
4	DEREK	Primer piso	Vestidos - faldas cortas
5	ISABELLA	Primer piso	Vestidos
6	LOISS	Primer piso	Vestidos
7	NAF NAF	Primer piso	Vestidos
8	STOP JEANS	Segundo piso	Faldas cortas
9	FDS - FUERA DE SERIE	Segundo piso	Vestidos
10	STILE WOMANS	Segundo	Faldas largas y pantalones

No.	Almacenes	Ubicación	Productos
		piso	elegantes
11	SHALIA	Segundo piso	Vestidos - faldas largas
12	FASHION PARADA	Segundo piso	Faldas cortas

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 39. Almacenes y locales Centro Comercial la Florida

No.	Almacenes	Ubicación	Productos
1	THE COLOR WEAR	primer piso	vestidos
2	PRONTO	primer piso	vestidos - faldas cortas
3	UNSER	primer piso	vestidos
4	STYLE CHIC	primer piso	vestidos
5	BROCHÉ	segundo piso	vestidos - faldas largas
6	CHOCOLATO	segundo piso	vestidos
7	ADRIANA LIEVANO	segundo piso	vestidos - faldas cortas

Fuente: Autoras del proyecto

- **Frank Bolier:** Se considera como la principal competencia porque es el único fabricante y distribuidor, además fue uno de los competidores que se mencionó con nombre propio; es una empresa familiar que se fundó en el año 1989 y con el pasar de los años sus productos se fueron posicionando en el mercado que en su mayoría fueron las Mujeres Cristianas Evangélicas, y en la actualidad cuenta con una buena participación en el mercado, alrededor del 8%, lo cual le ha permitido ampliar su producción y confeccionar no sólo las faldas, sino también blusas, vestidos y pantalones.

Cuadro 40. Almacenes Frank Bolier Centro Bucaramanga

Almacén	Debilidad	Fortaleza
<p>Frank Bolier</p>	<p>Faldas muy recargadas, demasiado Costosas</p>	<p>Empresa reconocida Buen posicionamiento Trayectoria. Posee dos locales grandes y cómodos en el centro. En Omnicentro en la calle 36 Entre 17 y 18. Y epicentro en la Calle 37 entre 16 y 17.</p>

Fuente: Autoras del proyecto

Figura 36. Fotos Almacenes Frank Bolier Centro de Bucaramanga



Fuente: Fotografía tomada por las autoras del proyecto

Como se puede observar en las fotos tomadas a la Fábrica de Confecciones Frank Bolier, maneja unas instalaciones modernas, amplias, buena iluminación y ventilación, lo que obliga a la nueva fábrica tener especial cuidado en el montaje de la misma, la cual debe superar a las empresas existentes en todos los aspectos.

2.6 RELACIÓN DEMANDA - OFERTA= DEMANDA INSATISFECHA

Matemáticamente la demanda y la oferta se relacionan a través de la siguiente ecuación:

$\text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada} = \text{Demanda Insatisfecha}$

Pero al no encontrar información para hacer la proyección de la oferta, no se pudo realizar la relación Demanda-Oferta. Lo que si se pudo definir con base en la encuesta realizada es que las Mujeres de las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga, si han presentado dificultades al momento de comprar o mandar a confeccionar sus faldas, lo cual se evidencia en la pregunta No. 12 de la encuesta, reflejándose un 21% de insatisfacción con los productos que existen en el mercado.

Adicionalmente en la pregunta #13 acerca de si le comprarían a la nueva empresa se pudo evidenciar que del 90% de mujeres que utilizan faldas a diario, el 95% estarían dispuestas a comprarle al nuevo oferente, lo cual muestra que hay un segmento del mercado muy interesado en los productos que ofrecerá la nueva empresa.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Un canal de distribución²³ (algunas veces conocido como canal comercial), para un producto es la ruta o medio tomada por la propiedad de las mercancías a medida que estas se mueven del productor al consumidor final. Un canal siempre incluye tanto al productor como al consumidor final del producto, así como el intermediario, agente o mercantil, que participa en la transferencia de la propiedad.

²³ Available from Internet: http://www.es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribución

Se debe estudiar los canales de distribución porque se tiene que comprender cómo llega el producto hasta su destinatario final. Se debe tener en cuenta los múltiples factores que influyen en esa corriente. Es necesario apreciar la importancia del papel de los intermediarios para hacer que el producto llegue al usuario final y asegurar que se reciba a un precio razonable.

La utilización de canales de distribución adecuados mejora la eficiencia de las ventas.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Cada producto requiere de un manejo especial por parte del canal de distribución para que llegue en buenas condiciones al consumidor.

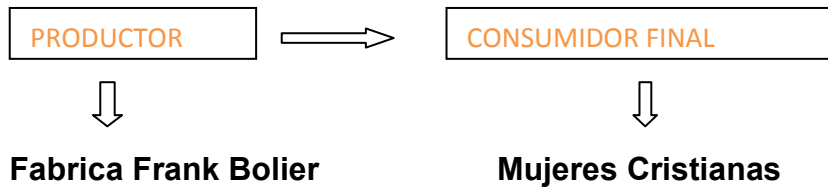
Cada empresa tendrá que identificar alternativas para llegar a sus mercados meta, que van desde la venta directa hasta el uso de canales con uno, dos, tres o más niveles de intermediarios.

Como niveles de intermediarios se entiende el número de intermediarios que intervendrán en la transportación de productos al consumidor.

2.7.1.1 Canales de comercialización utilizados por la competencia

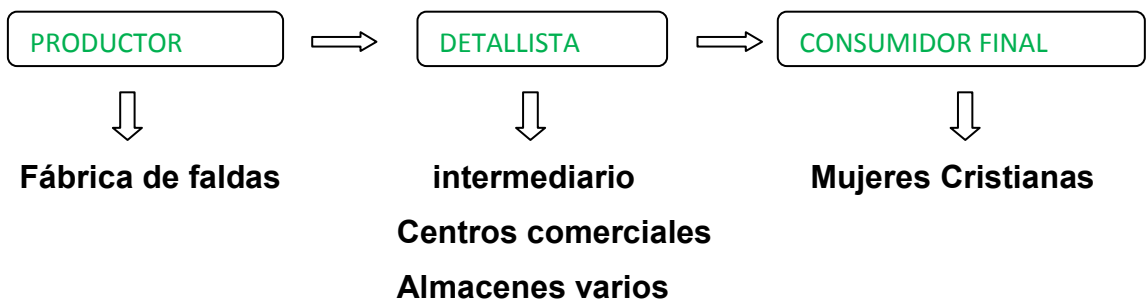
Nivel 0: Productor – Consumidor. Es el nivel más corto, los artículos se venden directamente del fabricante al consumidor, le permite a la empresa estar más cerca de sus consumidoras, conocer sus gustos, la aceptación del producto, sus necesidades no satisfechas y precios cómodos. Este canal es poco utilizado actualmente en B/manga y su Área Metropolitana, sólo se encontró que existe un fabricante y distribuidor que es Frank Bolier, quien desde hace más de 18 años se ha dedicado a fabricar y comercializar prendas en especial para las Mujeres de las Comunidades Evangélicas. A continuación se muestra el esquema de este canal. (Véase figura 37).

Figura 37. Nivel 0: Productor - Consumidor



Nivel 1: Productor – Detallista – Consumidor. En este nivel un intermediario (detallista) compra los productos al fabricante para posteriormente venderlos al consumidor final, en este caso el producto se encarece un poco, pero puede llegar a más consumidoras, gracias a que el detallista se encarga de distribuirlo a más sectores que no alcanza a llegar la empresa directamente. La gran mayoría de competidores son distribuidores de faldas, es decir son intermediarios que venden al menudeo este tipo de prendas, aquí se puede clasificar los Centros Comerciales y varios almacenes de acuerdo con las respuestas de la pregunta #8. (Véase figura 38).

Figura 38. Nivel 1: Productor – Detallista - Consumidor



2.7.1.2 Ventajas y desventajas de los canales

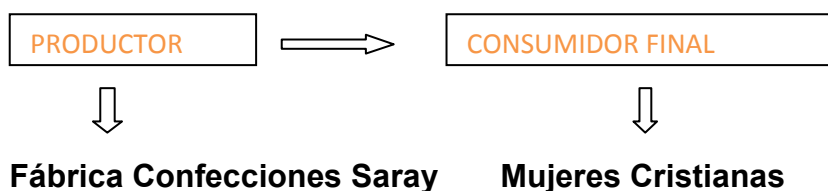
- **Ventajas del canal directo.** La empresa goza de contacto directo con las consumidoras y puede ofrecerles mejores garantías al momento de adquirir los productos que ofrece, tales como descuentos, promociones etc.

- **Desventajas:** Si la empresa no utiliza los canales, no puede dar a conocer con mayor facilidad sus productos, y se le dificultaría la accesibilidad de compradoras, lo cual le imposibilitaría llegar a todos los mercados, es en estos casos donde sería importante utilizar los intermediarios aunque esto afecta a los consumidores en el sentido que el producto se encarece.

2.7.2 Selección de canales. Inicialmente la Fábrica de Confecciones utilizará el Nivel 0, Productor-Consumidor, para llegar a su mercado objetivo, ya que en el primer contacto que tenga con sus clientas le permitirá crearles nuevas expectativas, sobre lo que les gustó y lo que les gustaría encontrar en la próxima visita a la nueva empresa.

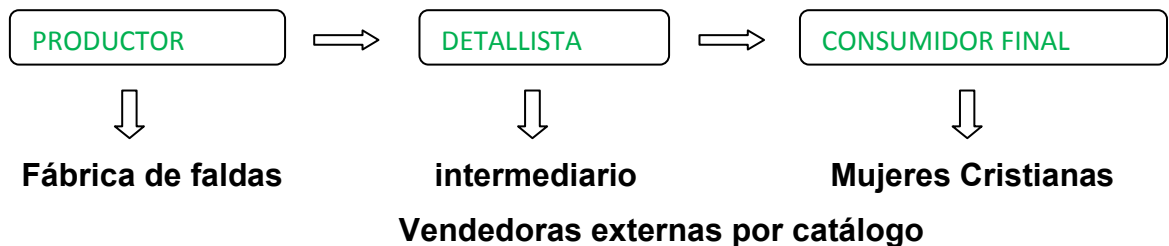
2.7.2.1 Esquema del canal directo. La Fábrica tendrá su propio punto de venta, el cual será en la fábrica. Adicionalmente se harán ventas por catálogo, las cuales serán realizadas por mujeres integrantes de las diferentes iglesias que deseen incrementar sus ingresos mediante este sistema, quienes harán reuniones de grupos de mujeres para ofrecer las faldas y aprovecharan todos los espacios de reuniones para que todas conozcan la fábrica y sus productos. Se relaciona a continuación el canal directo utilizado para llegar a las consumidoras. (Véase figura 39).

Figura 39. Esquema canal directo nivel 0



2.7.2.2 Esquema del canal indirecto

Figura 40. Esquema canal indirecto nivel 1



El esquema indirecto que utilizará la fábrica, corresponde a las vendedoras externas por catálogo, ellas ofrecen sus servicios a la nueva empresa, por lo cual reciben un pago o retribución sobre el valor de las ventas que hagan.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Para la justificación del precio de venta de las faldas se tendrán en cuenta aspectos tales como el mercado meta, determinando las características de las consumidoras potenciales, como la capacidad de obtener el producto, frecuencia de compra y disponibilidad de recursos para comprar. Se fijará el precio de acuerdo a la ley de la oferta y demanda.

Las guías de acción para facilitar las decisiones que a diario se deben tomar sobre el precio del producto, serán estimados en función del costo real de producción incluyendo CIF, obteniéndose así un coeficiente de costo.

Para el ingreso al mercado el análisis de precios es muy importante, por lo tanto es recomendable hacer un estudio sobre las ventajas y desventajas de ingresar al mercado con precios altos o bajos. (Véase cuadro 41).

Cuadro 41. Ventajas y desventajas de los precios en el mercado

Precio-producto de introducción	Ventajas	Desventajas
Alto respecto a la competencia	Se podrá obtener mejores ganancias	Existe competencia que cobra mas barato y el cliente se puede perder.
Menor respecto a la competencia	Se podrá captar mayor número de clientes	Se puede dañar el mercado y no sería una competencia sana
Igual respecto a la competencia	Se competirá en igualdad de condiciones	Se deja de ganar

Fuente: Autoras del proyecto

Analizando los precios que existen en el mercado, y contando con datos reales, producto de un trabajo personalizado realizado en los diferentes almacenes de Bucaramanga como clientes normales, se pudo indagar sobre los precios más representativos de la competencia y se presentan los siguientes datos. (Véase cuadro 42).

Cuadro 42. Precios representativos de la competencia

Almacén	Falda Jean	Falda Lino	Falda Dril
FRANK BOLIER	\$50.000-\$75.000	\$40.000- \$60.000	\$40.000-\$55.000
IBIS	\$45.000-\$70.000	\$50.000- \$65.000	\$40.000-\$65.000
ÉXITO	\$34.000-50.000	\$20.000-\$40.000	\$30.000-\$50.000

Fuente: Datos obtenidos en los almacenes mencionados por visita directa como consumidoras de estos sitios

Según las respuestas obtenidas en la pregunta No. 10 de las encuestas se estableció que el precio promedio que las Mujeres han pagado por una falda es de \$37.200 y el que estarían dispuestas a pagar en la nueva fábrica según la

pregunta No. 16 es de \$37.100. Para la fijación de los precios se tendrán en cuenta las variables de costos de producción y los precios existentes en el mercado. A continuación se establecen algunas políticas y estrategias de fijación de precios.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Para la fijación de precios de los servicios ofrecidos por la fábrica de Confecciones para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga se debe tener en cuenta:

- **Fijación de precios orientada al costo**, en la cual se determina el precio de costo de fabricar la falda con mano de obra y materia prima.
- **Fijación de precios orientada a la demanda**, en el cual se debe tener en cuenta cuál es la demanda directa del producto con sus capacidades adquisitivas para poder sacar al mercado productos acordes, es decir cuando la demanda es mucha los precios son altos y cuando es poca deben ser bajos, para que puedan tener un equilibrio.
- **Fijación de precios orientada a la competencia**, tener muy claro con quien se está compitiendo, para saber con qué responder. Un buen análisis de la oferta le permitirá al proyecto mayores ganancias, pues si se lanza el producto con precios muy bajos no llena las expectativas del mercado, creyéndose que el producto ofrecido es de mala calidad, y si es muy alto, el problema sería que muy pocas personas lo podrían comprar.

Para la fijación de precios es importante tener en cuenta los costos totales, la utilidad deseada, el equilibrio de demanda y oferta del mercado y los precios fijados por la competencia dirigidos al mercado objetivo.

2.9 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Publicidad es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet, etc.

Las cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- **Promoción de ventas:** incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- **Relaciones públicas:** la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos, son los que determinan el posicionamiento de una empresa en el mercado.
- **Ventas personales:** presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

2.9.1 Objetivo de la publicidad y promoción

- **General.** Formular estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a las Mujeres Cristianas de Bucaramanga y su Área Metropolitana sobre la existencia de la fábrica de confecciones de faldas.
- **Específico.** Recurrir a los medios de comunicación existentes para impulsar el producto y darlo a conocer al mercado objetivo.

2.9.2 Logotipo. Explicación del logo: Saray es un nombre Bíblico y representa un nombre de mujer. El logo está enmarcado con un diseño que representa la falda objeto del proyecto.

Significado de los colores: Los colores escogidos para identificar el logotipo de la Fábrica de Confecciones para las Mujeres Cristianas de las Iglesias Cristianas de Bucaramanga y su Área Metropolitana son:

- **Rosado o palo de rosa:** siendo este la mezcla del rojo y blanco, simboliza la Felicidad y Alegría de quienes portan este color.
- **Azul agua marina:** Este color significa la Espiritualidad y Orden, el cual va asociado con la Lealtad y Honestidad. Es el preferido de la mayoría de personas.
- **Café:** Implica Estabilidad, Protección y Seguridad. Es el color de la tierra. (Véase figura 40).

Figura 41. Logotipo Confecciones Saray



Fuente: autoras del proyecto

2.9.3 Lema. “Vestimos con un propósito a la Mujer de Hoy”

Explicación del lema: La falda, es la prenda femenina que refleja la elegancia y distinción de las mujeres que se atreven a utilizarlas. Por esto CONFECCIONES SARAY tiene como propósito suplir las necesidades del mercado y posicionarse como una de las Fábricas de gran reconocimiento en la ciudad de Bucaramanga.

2.9.4 Análisis de medios. A continuación se presenta los principales medios masivos de comunicación de mayor escucha en Bucaramanga:

- **Medios auditivos:** Radio Col mundo, Radio Primavera, Radio Caracol, Radio Metropolitana, Radio Olímpica Estéreo, Radio R.C.N., Radio Melodía, Radio Todelar, Radio de Comunicaciones de la UIS.
- **Medios audiovisuales:** Televisión Ciudadana (T.V.C.), Televisión Regional del Oriente (Canal tro). Ver anexo (cotización).
- **Medios gráficos:** Vanguardia Liberal, El Frente, La República.
- **Medios en línea:** Paginas Amarillas. Com

2.9.5 Selección de medios. Para el manejo de la Comunicación del proyecto se seleccionaron los medios auditivos como Radio Primavera y Radio Colmundo por ser las emisoras que mas escuchan las clientes potenciales del proyecto.

En los medios Audiovisuales se decidió por el canal Regional del Oriente (Canal TRO), por ser la televisión local de la Ciudad donde se desarrollará el proyecto. Medios Gráficos como Vanguardia Liberal y Medios en línea, como las páginas amarillas para registrar la empresa.

También se manejará la venta por catalogo, herramienta muy importante, debido a que en este se detallan las características, modelos, clases de telas, accesorios y últimas Tendencias de la moda. La venta por catalogo será realizada por mujeres de las diferentes iglesias que deseen trabajar, quienes ofrecerán las faldas organizando reuniones y visitas a las Iglesias, y con catálogo en mano expondrán las colecciones de moda.

De igual manera se diseñaron los volantes, siendo ésta una forma de incursionar en el mercado, informándole a la población de los productos que se ofrecen, las facilidades de pago, las promociones y lanzamientos de nuevos productos. El diseño e impresión de los mismos se elaboraran en papel bond, para hacerlos atractivos y de esta forma captar la atención de las Mujeres a quienes va dirigido el proyecto. Este tipo de publicidad resulta ser muy económico, pero presenta una desventaja en el sentido que gran parte de la población no le da el verdadero valor a la información que contienen y si los reciben son desechados con facilidad. (Véase cuadro 43).

Cuadro 43. Relación de precios para el diseño de los volantes

Descripción	Material	Cantidad	Valor
Volantes	Papel bond	500	\$28.000
Venta por catalogo	Plegable	24	280.000

Fuente: Tipografía Ebenezer

2.9.6 Estrategias de publicidad. Para realizar el lanzamiento de la Fábrica dedicada a la Confección de Faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga se han programado las siguientes actividades como campaña de expectativa:

- **Campaña radial:** se ha presupuestado realizar un mes antes del lanzamiento una campaña agresiva por el sistema radial de mayor escucha como son Colmundo Radio y primavera, para dar a conocer la nueva Fábrica.
- **Volantes:** al mismo tiempo se contrataran dos personas por una semana para que visiten todas las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga con publicidad alusiva a la Fábrica para que todas conozcan la nueva alternativa en prendas para la mujer de hoy.
- **Portafolio de productos y servicios:** se diseñará para el día del lanzamiento un portafolio de productos en forma de plegable para que conozcan los atributos diferenciales de la nueva fábrica y los diseños con que inicialmente se confeccionaran las prendas. Este portafolio o catálogo será manipulado por la Gerente y Administrador en los diferentes eventos programados para tal fin.

2.9.7 Presupuesto

2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento

Cuadro 44. Presupuesto de lanzamiento

Actividad	Cantidad	Valor
campaña radial	20seg. X15 días 3vecesxdía	\$405.000
Volantes	1000 volantes	\$50.000
Empleados	\$10.000x2emp.x7días	\$140.000
Portafolio de productos	100	\$300.000
Venta por catalogo	24	280.000
Total		\$1.175.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.9.7.2. Presupuesto de operación (mensual)

Cuadro 45. Presupuesto de operación (mensual)

Campaña radial	20seg. X15 días 3vecesxdía	\$405.000
Volantes	500 volantes	\$25.000
Catálogos	24	280.000
Total		\$710.000

Fuente: Autoras del proyecto

2.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

- Según el trabajo de campo realizado a las mujeres evangélicas cristianas, se comprobó que el tipo de faldas de mayor preferencia son en jean, dril y lino, en las diferentes tallas correspondientes desde la M, S, L y XL.
- Para la demanda actual se comprobó que de las 11.894 mujeres evangélicas según AMES y con base en la investigación realizada en la pregunta #1 el 90% si utilizan faldas a diario, es decir 10.705 mujeres que compran al año en promedio con base en la pregunta #2 alrededor de 5.7 faldas/año, es decir, la demanda actual es de 61.019 faldas/año.
- Además, se encontró que la demanda efectiva de faldas para el primer año sería de 99.415 prendas, correspondiente a que de la demanda actual el 100% compraría a la empresa faldas en jean, con un promedio por año de 3.6 faldas, le sigue en importancia en dril, según lo confirman el 94,7%, con un consumo promedio de 3.3 faldas por año y en lino comprarían el 87,15% de ellas con un promedio de 3.5 prendas año.

- Se detectó que existe un mercado objetivo, que son las Mujeres de las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana las cuales según encuesta realizada el 95% estarían dispuestas a adquirir el producto a la nueva fábrica, las faldas preferidas son las de tela Jean ref. Saray en un 35% de aceptación, Dril ref. María con un 34% en colores beige, azul oscuro y café, Lino ref. Esther con un 31% en colores marrón oscuro, rojo y gris claro. La frecuencia de compra de las faldas es de 3.6 por año y el precio promedio de compra de las faldas es de \$37.100, siendo este un precio que se puede manejar en la fábrica actual, en razón a que en el mercado no hay mucha oferta del producto, y lo que existe no reúne las características y gustos de las mismas, lo cual favorece altamente el proyecto.
- Para el desarrollo del proyecto, se pudo conocer que en el mercado existe poca competencia, se realizó visita a los locales que venden prendas femeninas en el Centro Comercial Cabecera 4 etapa y Centros Comercial Cañaveral y la Florida sin encontrar un solo sitio que se dedicara exclusivamente a la comercialización de este tipo de prendas. Existen almacenes como los relacionados en los cuadros 33, 34 y 35 del presente estudio que venden prendas para damas pero en lo que respecta a faldas es muy poco lo que hay.
- En el Centro de Bucaramanga se encontró solo una fábrica dedicada exclusivamente a la confección de faldas, con la cual se entraría a competir siendo ésta Diseños FRANK BOLIER, cuyo mercado son las Mujeres Cristianas Evangélicas. En el cuadro 36 se registraron los datos y fotos de la misma.
- Se considera viable el hecho de utilizar el canal de distribución nivel 0 Directo, para llevar los productos a las consumidoras finales, ya que permiten tener un contacto más personalizado con las clientas, y el canal indirecto donde las vendedoras por catálogo (detallistas) llegarán también a la demanda de una manera más personalizada.

- Los valores agregados con los que cuenta el proyecto, como son: La Asesoría Personalizada, el Servicio a domicilio, la flexibilidad en los horarios, le permite al proyecto identificarse con su mercado objetivo y lograr captar la atención y decisión de compra de las mismas.
- Analizando las anteriores variables, se puede afirmar que el proyecto es viable y muy atrayente para las Mujeres de las Iglesias Cristianas Evangélicas de Bucaramanga, las cuales según encuestas realizadas estarían dispuestas a comprar en la nueva Fábrica; teniendo en cuenta que cada día son más las Mujeres que optan por el uso de las faldas y que las adaptan a su estilo de vida.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. La capacidad del proyecto, comprende la cantidad de faldas que puede llegar a producir Confecciones Saray, teniendo en cuenta una serie de factores que a continuación se analizarán:

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de la empresa. Dentro de los factores que determinan el tamaño de la empresa se encuentran:

- **Análisis del mercado:** de acuerdo a información recolectada en el estudio de mercados realizado a las mujeres cristianas evangélicas de Bucaramanga y su área metropolitana, se encontró para el primer año de una demanda actual de 106.374 faldas, donde el 90% de ellas la utilizan a diario, lo que constituye una gran oportunidad para que la nueva empresa pueda ingresar al mercado objetivo, además si se tiene en cuenta que actualmente existe poca competencia y que el 95 % manifestó su interés de compra a la nueva empresa. Se considera que no existe restricción del mercado.
- **Tecnología:** la tecnología que se va a utilizar para la empresa es una tecnología medianamente tecnificada, se consigue en el mercado, existiendo suficiente demanda de la misma y se cuenta con precios asequibles y cómodos. Por lo anterior no existe restricción desde el punto de vista de tecnología.
- **Mano de obra:** la mano de obra que se necesita para el desarrollo del proyecto debe ser calificada para realizar la labor asignada, para que sean más fáciles los

controles de calidad y poder entregar un producto en perfectas condiciones. Por lo anterior no existe restricción desde el punto de vista del recurso humano.

- **Insumos:** los insumos que se utilizan para la empresa se consiguen en el mercado regional por proveedores que entregan la mercancía en el tiempo oportuno y a los precios indicados de acuerdo al juego de la demanda y oferta, según las garantías que ofrezca el mercado. Por lo anterior no existe restricción desde el punto de vista de la materia prima.

- **Capital:** el capital inicial que tendrá la empresa está conformado por el aporte de las dos socias, La infraestructura y capital de trabajo será financiada por entidades bancarias, que apoyen a las microempresas nuevas y cuenten con una buena solidez.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Se presenta a continuación el cálculo de capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada del proyecto de elaboración de faldas para las mujeres evangélicas y cristianas de Bucaramanga y su área metropolitana, tomando como base el número de operarios, el tiempo laboral, el tiempo de elaboración de la falda, el tipo de falda y su material y los equipos utilizados para tal fin.

3.1.3.1 Capacidad diseñada. La capacidad diseñada “corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio”²⁴.

Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:

Número de operarios:	5 operarios
Número de turnos:	3 Turnos
Tiempo laboral por turno:	8 horas

²⁴ MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social ambiental. 4ed. Bogotá: Editora Guadalupe, 2001, p. 119.

Días laborables por semana: 7 días
 Semanas al año: 52 semanas.

De acuerdo con los supuestos anteriores se tiene.

Tiempo total laboral:

5 operarios x 3 turnos x 8 horas x 7 días x 52 semanas = 43.680 horas / año,
 equivalente a 2.620.800 minutos año.

Por medición y consultas realizadas por las autoras, se estima el tiempo en minutos por tipo de falda para un lote de producción de 24 unidades, base para el cálculo de unidades a producir, de acuerdo con el tiempo real laboral. (Véase cuadro 46)

Cuadro 46. Tiempos promedios de elaboración para un lote de 24 unidades por tipo de falda

Operación	Falda en Jean minutos por prenda	Falda en dril minutos por prenda	Falda en Lino minutos por prenda
Tendido de la tela	60	60	60
Ubicar y verificar molde	32	32	32
Corte	120	110	100
Entrega al taller de ensamble	60	60	60
Ensamble	360	312	288
Recibo e inspección de ensamble	60	60	60
Accesorios, despeluzado y planchado	160	140	130
Empaque	60	60	60
Traslado almacenar	28	28	28
Total tiempo de proceso(Minutos) 24 und	940	862	818
Tiempo de elaboración de 1 falda(Min)	39,17	35,92	34,08

Fuente: Cálculo de autoras

Tomando como base el tiempo laboral total, y los tiempos promedios por tipo de falda, se distribuye la producción de acuerdo con el comportamiento del mercado, según la investigación de mercados, para la falda en jean su participación global es del 37%, la falda en dril del 32% y la falda en lino el 31%. (Véase cuadros 20, 21, 22, 23 y 47).

Cuadro 47. Capacidad diseñada por tipo de falda

Tipo de falda	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral en min/año	Tiempo por falda(Minutos)	Total faldas año
Falda en jean	16.162	969.696	39,17	24.758
Falda en dril	13.977	838.656	35,92	23.348
Falda en lino	13.541	812.448	34,08	23.837
Total tiempo	43.680	2.620.800		71.943

Fuente: Cálculo de autoras

3.1.3.2 Capacidad instalada. “Corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente”²⁵. El cálculo de la capacidad instalada de confecciones Saray, se hará con base en: la maquinaria, la mano de obra, el espacio disponible para la producción, los procesos y tiempos de producción por tipo de falda, los niveles de producción y la demanda proyectada entre otros aspectos.

Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:

Número de operarios:	5 operarios
Número de turnos:	2 Turnos
Tiempo laboral por turno:	8 horas menos el tiempo ocioso de 0.5 = 7,5
Días laborables por semana:	6 días
Semanas al año:	52 semanas.

²⁵ Ibíd., p. 119.

De acuerdo con los supuestos anteriores se tiene.

Tiempo total laboral:

5 operarios x 2 turnos x 7,5 horas x 6 días x 52 semanas = 23.400 horas / año, equivalente a 1.404.000 minutos año.

Igualmente se distribuye la producción, de acuerdo al comportamiento del mercado, el número de faldas a producir por cada tipo sería. (Véase cuadro 48).

Cuadro 48. Capacidad instalada por tipo de falda

Tipo de falda	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral en min/año	Tiempo por falda(Minutos)	Total faldas año
Falda en jean	8.658	519.480	39,17	13.263
Falda en dril	7.488	449.280	35,92	12.509
Falda en lino	7.254	435.240	34,08	12.770
Total tiempo	23.400	1.404.000		38.542

Fuente: Cálculo de autoras

3.1.3.3 Capacidad utilizada. “Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando. En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada”²⁶.

Del anterior cálculo de capacidad instalada se toma:

Número de operarios: 5 operarios
Número de turnos: 1 Turnos
Tiempo laboral por turno: 8 horas menos el tiempo ocioso de 0.5 = 7,5
Días laborables por semana: 6 días
Semanas al año: 52 semanas.

²⁶ Ibíd., p. 119.

De acuerdo con los supuestos anteriores se tiene.

Tiempo total laboral:

5 operarios x 1 turnos x 7,5 horas x 6 días x 52 semanas = 11.700 horas / año, equivalente a 702.000 minutos año.

Siguiendo el procedimiento se distribuye la producción por tipo de falda, acorde a nivel de preferencia calculado en el capítulo de mercados a saber. (Véase cuadro 49).

Cuadro 49. Capacidad utilizada por tipo de falda

Tipo de falda	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral en min/año	Tiempo por falda(Minutos)	Total faldas año
Falda en jean	4.329	259.740	39,17	6.632
Falda en dril	3.744	224.640	35,92	6.254
Falda en lino	3.627	217.620	34,08	6.385
Total tiempo	11.700	702.000		19.271

Fuente: Cálculo de autoras

Siguiendo el procedimiento anterior, se estima que la fábrica de confecciones Saray, crecerá acorde al comportamiento del mercado y del sector de confecciones, en un 5% por año, partiendo de la capacidad utilizada, iniciando actividades con un 50% de capacidad instalada, donde atenderá el 18% de la demanda efectiva del primer año, logrando para el segundo año un 53%, para el tercer año el 55%, para el cuarto año el 58% y para el quinto año llegará al 61% de la capacidad total instalada. (Véase cuadro 50).

Cuadro 50. Capacidad utilizada y proyectada a cinco años

Tipo de falda	Total faldas año 1	Total faldas año 2	Total faldas año 3	Total faldas año 4	Total faldas año 5
Falda en jean	6.632	6.963	7.311	7.677	8.061
Falda en dril	6.254	6.567	6.896	7.240	7.602
Falda en lino	6.385	6.704	7.039	7.391	7.761
Total tiempo	19.271	20.235	21.246	22.309	23.424
% De capacidad instalada	50%	53%	55%	58%	61%
% Participación del mercado	18%				

Fuente: Cálculo de autoras

Para mayor claridad se estima la capacidad proyectada por tipo de falda y tallas de la siguiente forma: para la talla m el 43%, para la S el 32%, para la L, el 20% y por último el 5% para la talla XL, más representativas y utilizadas, por las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana. (Véase cuadro 51).

Cuadro 51. Capacidad proyectada por tipo de falda y tallas a cinco años

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Total faldas año 2	Total faldas año 3	Total faldas año 4	Total faldas año 5
Falda en jean	Talla m	2.852	2.994	3.144	3.301	3.466
	Talla S	2.122	2.228	2.340	2.457	2.579
	Talla L	1.326	1.393	1.462	1.535	1.612
	Talla XL	332	348	366	384	403
	Sub total	6.632	6.963	7.311	7.677	8.061
Falda en dril	Talla m	2.689	2.824	2.965	3.113	3.269
	Talla S	2.001	2.102	2.207	2.317	2.433
	Talla L	1.251	1.313	1.379	1.448	1.520
	Talla XL	313	328	345	362	380
	Sub total	6.254	6.567	6.896	7.240	7.602

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Total faldas año 2	Total faldas año 3	Total faldas año 4	Total faldas año 5
Falda en lino	Talla m	2.746	2.883	3.027	3.178	3.337
	Talla S	2.043	2.145	2.253	2.365	2.483
	Talla L	1.277	1.341	1.408	1.478	1.552
	Talla XL	319	335	352	370	388
	Sub total	6.385	6.704	7.039	7.391	7.761
Total		19.271	20.235	21.246	22.309	23.424

Fuente: Cálculo de autoras

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La fábrica de confecciones Saray, estará ubicada en la ciudad de Bucaramanga, departamento de Santander.

3.2.2 Micro localización. La fábrica de confecciones Saray estará ubicada en la ciudad de Bucaramanga, para lo cual es necesario estudiar varias opciones para la localización así: Opción 1: Local ubicado en la calle 35 entre carreras 16 y 17, Opción 2: Casa ubicada en la carrera 11 No. 34 - 25, Opción 3 local ubicado en la carrera 21 No. 20-05. Estos sitios de ubicación de la fábrica se tienen en cuenta debido a que en la encuesta aplicada las mujeres cristianas respondieron que estuviera ubicada en el centro de Bucaramanga, además por que en el centro se encuentran ubicadas varias Iglesias Cristianas grandes, como son: La Iglesia de la 43, Filadelfia y Embajadores de Cristo.

Para la selección de la fábrica se utilizó el método de puntos y los factores que más se relacionan con la ubicación óptima son los siguientes:

- Instalaciones locativas
- Cercanía a las Iglesias Cristianas
- Costos de arriendo
- Ubicación y extensión con respecto al mercado

- Disposiciones Legales
- Cercanía a la materia prima

- **Definición de factores**

F.1 Instalaciones locativas: estado actual del lugar donde funcionará la fábrica.

F.2 Cercanía a las Iglesias Cristianas: localización de Iglesias en el centro de Bucaramanga, para este caso.

F.3 Costos de arriendo: valor a pagar mensualmente por el lugar donde funcionará la fábrica.

F.4 Ubicación y extensión con respecto al mercado: la ubicación permite estar cerca de la demanda del producto y permite el acceso a los clientes.

F.5 Disposiciones legales: tiene que ver con todo lo permitido dentro de las normas legales y el Esquema del Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio.

F.6 Cercanía a la materia prima: facilidad en la adquisición de los materiales para la confección y cercanía a los almacenes de telas del municipio, donde se obtiene la tela para confección de faldas.

A continuación se dividen los factores en grados y se les asigna su ponderación, de acuerdo al análisis de cada factor considerando 500 puntos en total para seis (06) factores (Véase cuadros 52 a 59).

Cuadro 52. Factor 1. Instalaciones locativas

Grados	Descripción	Puntos
1	Instalaciones no aptas	50
2	Regular estado, reformas	60
3	buenas y apropiadas Instalaciones	110

Cuadro 53. Factor 2. Cercanía a Iglesias Cristianas

Grados	Descripción	Puntos
1	No hay iglesias Cerca	30
2	Entre 1 y 2 Iglesias	60
3	Mas de 2 iglesias cerca ubicación fábrica	90

Cuadro 54. Factor 3. Costos de arriendo

Grados	Descripción	Puntos
1	Más de \$ 700,000=	20
2	Entre \$ 600,000= a \$ 700,000=	40
3	Menos de \$ 600,000=	60

Cuadro 55. Factor 4. Ubicación y extensión con respecto al mercado

Grados	Descripción	Puntos
1	Sitio apartado	40
2	Facilita el acceso a los Clientes	60
3	Sitio cercano a los Clientes	100

Cuadro 56. Factor 5. Disposiciones legales

Grados	Descripción	Puntos
1	No cumple con las normas legales	30
2	Regular ubicación	50
3	Se ajusta a la reglamentación territorial	80

Cuadro 57. Factor 6. Cercanía a la materia prima

Grados	Descripción	Puntos
1	Dificultad para obtener los materiales	15
2	Medianamente cerca al lugar de ventas de materia P	45
3	Cerca a los almacenes de venta materia Prima	60

Cuadro 58. Ponderación de factores

Factor	Puntos	Ponderación
1. Instalaciones Locativas	110	22%
2. Cercanía a Iglesias Cristianas	90	18%
3. Costo de Arriendo	60	12%
4. Ubicación y extensión con respecto al mercado	100	20%
5. Disposiciones Legales	80	16%
6. Cercanía a la materia prima	60	12%
TOTAL	500	100

Fuente: Autoras del Proyecto

Cuadro 59. Determinación de la ubicación

Factor	Grados	Ubicación 1	Grados	Ubicación 2	Grados	Ubicación 3
		Clle 35 entre 16 y 17		Cra 11 No. 34 - 25		Cra 21 No. 20-05
		Puntos		Puntos		Puntos
1	2	60	3	110	2	60
2	3	90	3	90	3	90
3	2	40	3	60	3	60
4	1	40	3	100	2	60
5	3	80	3	80	2	50
6	3	60	3	45	2	45
TOTAL		370		485		365

Fuente: Autoras del Proyecto

Los datos arrojados por el cuadro anterior demuestran que el sitio más adecuado para ubicar la fábrica de confecciones Saray, es la ubicación 2 correspondiente a la casa de la Carrera 11 No. 34 – 25 contiguo a las instalaciones de la Alcaldía de Bucaramanga, siendo esta una ubicación estratégica para la empresa y donde se puede llevar a cabo el desarrollo del proyecto.






















3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Con el estudio de Ingeniería del proyecto se pretende resolver todo lo relacionado con la instalación y el funcionamiento de la fábrica de confecciones de faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana, Desde la descripción del proceso de confección de las faldas, la adquisición de la maquinaria y equipo y la distribución óptima de la planta con el fin de lograr una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles para que el servicio de confección de las faldas, genere prendas de excelente calidad.

3.3.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 60. Ficha técnica del producto

PRODUCTO PRINCIPAL	Producción de Faldas en diferentes estilos , colores, telas y diseños para Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana.																	
DISEÑO	Formales, informales, Elegantes. Últimas tendencias de la moda en cuanto a materias primas y accesorios. Ver en 2.2.2 figuras 3,4 y 5 los tipos de diseños que se trabajaran.																	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Confección de faldas las cuales se producen por tallas S, M, L, XL y siguiendo las especificaciones dadas por el departamento de producción.																	
VIDA ÚTIL	<p>La prenda tiene una durabilidad de 2 años, siempre y cuando se sigan al pie de la letra las especificaciones contenidas en la marquilla sobre la forma correcta de lavado y secado. A continuación se relacionan las posibles instrucciones que pueden estar en las marquillas.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">LAVADO CON AGUA</th> <th colspan="2">SECADO NATURAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>No lavar con agua.</td> <td></td> <td>Utilizar colgador de ropa y moldear la prenda mientras se seca.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Sólo lavado a mano.</td> <td></td> <td>Secar colgando la prenda en vertical.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Máxima temperatura, de agua indicada.</td> <td></td> <td>Secar apoyando la prenda en superficie</td> </tr> </tbody> </table>		LAVADO CON AGUA		SECADO NATURAL			No lavar con agua.		Utilizar colgador de ropa y moldear la prenda mientras se seca.		Sólo lavado a mano.		Secar colgando la prenda en vertical.		Máxima temperatura, de agua indicada.		Secar apoyando la prenda en superficie
LAVADO CON AGUA		SECADO NATURAL																
	No lavar con agua.		Utilizar colgador de ropa y moldear la prenda mientras se seca.															
	Sólo lavado a mano.		Secar colgando la prenda en vertical.															
	Máxima temperatura, de agua indicada.		Secar apoyando la prenda en superficie															

			Secar a la sombra.
BLANQUEADO		SECADO A MAQUINA	
	No blanquear.		No secar a máquina.
	Acepta todo tipo de blanqueador.		Admite secadora centrífuga.
	Acepta sólo blanqueador sin cloro.		Admite secadora, ciclo normal.
	Igual al anterior.		Ciclo: Estirado permanente.
	Acepta blanqueador a base de cloro.		Ciclo: Suave / Delicado.
LAVADO A MAQUINA		PLANCHADO	
	No lavar a máquina.		No planchar.
	Lavadora, ciclo normal, agitación media.		Plancha, baja temperatura.
	Lavadora en ciclo: Estirado permanente.		Plancha, temperatura media.
	Lavadora, ciclo delicado, corto, poca agitación.		Plancha, temperatura alta.
	No estrujar, sólo estilar, secar colgado o apoyado.		Planchar sin vapor.

Fuente: Autoras del Proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Tratándose de la confección de faldas para Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga, los productos que se obtendrán son faldas de diferente tipo de tela, estilos y colores, para lo cual a continuación se describen las etapas del proceso de confección, las cuales varían de acuerdo a los requerimientos del cliente, a los tiempos de confección, el cual no es igual para los tipos de faldas y con respecto a diseños y modelos específicos.

Etapas del Proceso de Confección de una Falda: (Aplica para Jean, Dril y lino)

- **Diseño:** el diseño asistido por computadora (CAD) y la fabricación o manufactura asistida por computadora (CAM) se han convertido en herramientas muy importantes para mejorar la calidad del producto y aumentar la productividad en la industria moderna. El diseño y la fabricación son dos procesos inseparables, dado que el diseño precede a la fabricación. Para saber qué se va a diseñar, previamente se recopila información sobre las tendencias de la temporada, estilos de prenda, colorido que predominará, conocimiento de los tejidos actuales y las novedades, etc.

Figura 42. Diseño en computador



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydeConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Luego se analiza toda la información para determinar el producto. Los diseños se realizan en forma clara para que se pueda interpretar el estilo y los detalles van elaborados en una ficha técnica explicativa para facilitarle los procesos de elaboración a los departamentos para quién aplican.

Figura 43. Impresión diseño en computador



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydeLaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

El diseño de las faldas será elaborado por la diseñadora contratada por la empresa a través de contrato de prestación de servicios, la cual cuenta con una especialización en esta área, este proceso se hace por medio del computador el cual tiene el programa para desarrollarlos. Al realizar el diseño se elabora el molde básico o patrón prototipo del cual se realizará el escalado del diferente tallaje a realizar. Para efectos del presente proyecto se tendrá en cuenta sólo 1 colección para todo el año para facilitar los cálculos del estudio técnico y del estudio financiero.

- **Escalado y trazado de moldes por tallas:** formalizando la demanda se decide el tallaje a escalar para cada modelo. Esto puede hacerse en computador ó a mano, en este proyecto se hará en computador; el escalado se realiza tomando el patrón prototipo y de este se sacan las demás tallas, de acuerdo a una tabla de medidas estandarizadas. Como en el diseño se elaboró el molde básico o prototipo, la persona encargada procede a realizar el escalado y trazado por computador, ya que ella sabe manejar el programa para sacar en un archivo todos los moldes que luego se convertirá en un pliego similar a la tela en cuanto a ancho y largo, luego se manda a imprimir en plotter todos los moldes, y se obtiene el pliego impreso con todas las piezas señaladas para cortar.

En todos los diseños seleccionados para la colección, se realizan patrones prototipos, ampliando la información en la ficha técnica, incluyendo datos de

detalle de costura y montaje, accesorios y tejidos complementarios. Con el patrón prototipo se corta el tejido original con el que se va a confeccionar la prenda o uno parecido, para detectar posibles defectos que serían difíciles de corregir en plena línea de producción.

Figura 44. Trazado de moldes por talla



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Este proceso lo realiza el Jefe de Producción, quien cuenta con un curso especializado en Escalado y Patronaje Industrial por computador.

- **Tendido de la tela**

Figura 45. Tendido de la tela



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

El tendido es la operación en el cual se va superponiendo la tela, capa por capa en la mesa de corte, hasta complementar el número de capas deseadas por color. La altura recomendable para un tendido depende del tipo de tela y el acabado que

ésta tenga. En el tendido se revisa la calidad de las telas y al finalizar la tendida se coloca encima el pliego de los moldes trazados para luego iniciar el corte. Esta labor es realizada por el cortador.

- **Corte:** una vez tendida toda la tela se procede a ejecutar el corte, utilizando la máquina cortadora de cuchilla vertical o circular, según sea el caso, obteniéndose bloques de todas las piezas del pedido, pasando luego a la mesa auxiliar, en donde se separan los bloques por tallas y piezas, luego se procede a etiquetar pieza por pieza. En la etiqueta se indica el N° de Orden de Corte, talla de la prenda y el número correlativo correspondiente.

Figura 46. Corte de las piezas



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydeLaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Finalizado el etiquetado se inspecciona las piezas para evitar que pasen partes defectuosas. Terminada la verificación se arman paquetes de cada una de las piezas que conforman las prendas del pedido. Cada paquete tiene una ficha técnica. Luego las piezas quedan listas para ser trasladadas al departamento de producción.

- **Ensamble o confección.** Este proceso no será realizado directamente en la fábrica, sino que se subcontratará con empresas satélites dedicadas a esta labor. El tiempo máximo para ensamblar las faldas va desde 12 a 15 minutos, dependiendo del tipo de falda, es decir, en una jornada de 8 horas diarias los talleres estarían ensamblando entre 30 y 38 faldas por día, allí siguen al pie de la

letra todas las indicaciones dadas, las cuales están contenidas en una ficha que generó producción, adicionándole el cierre y la marquilla distintiva de la Fábrica.

Figura 47. Ensamble o confección



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Dentro del proceso de ensamble se realiza también el fileteado de las prendas que consiste en pasar los bordes de la tela en la maquina fileteadora, para evitar que la tela se dañe por donde se ha hecho el corte y así perfeccionar el terminado de la falda.

Figura 48. Fileteado



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

- **Terminado:** después de terminada la confección de la falda, se le adicionan los accesorios tales como: botones, dobladillos y se le hacen los ajustes necesarios para completar la confección.

Figura 49. Terminado de la prenda



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

- **Despeluzado y calidad.** Se debe revisar cuidadosamente la prenda y quitarle los hilos de la costura que le sobran y que le dan mala presentación a la falda. Aquí es muy importante que la persona dedicada a esta labor lo haga muy a conciencia, ya que el control de calidad que se le haga a la prenda es determinante para causar impacto al momento de la venta. Esta labor es realizada junto con el terminado por la misma persona contratada para tal fin.

Figura 50. Despeluzado y control de calidad



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

- **Planchado:** toda falda que salga de producción debe ser planchada para que la prenda tenga una muy buena presentación. Esta labor es combinada y la realizan dos personas contratadas para tal fin junto con la persona encargada del despeluce y calidad.

Figura 51. Planchado de las faldas



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

- **Entrega al almacén:** la producción es entregada al almacén, donde son acomodados los pedidos en los estantes, los cuales están marcados para su respectiva entrega a los clientes. Esta labor la realiza una persona contratada para llevar los inventarios de la empresa, manejo de la materia prima, requisiciones de materias primas e insumos y entrega de la misma a los diferentes departamentos de la fábrica.

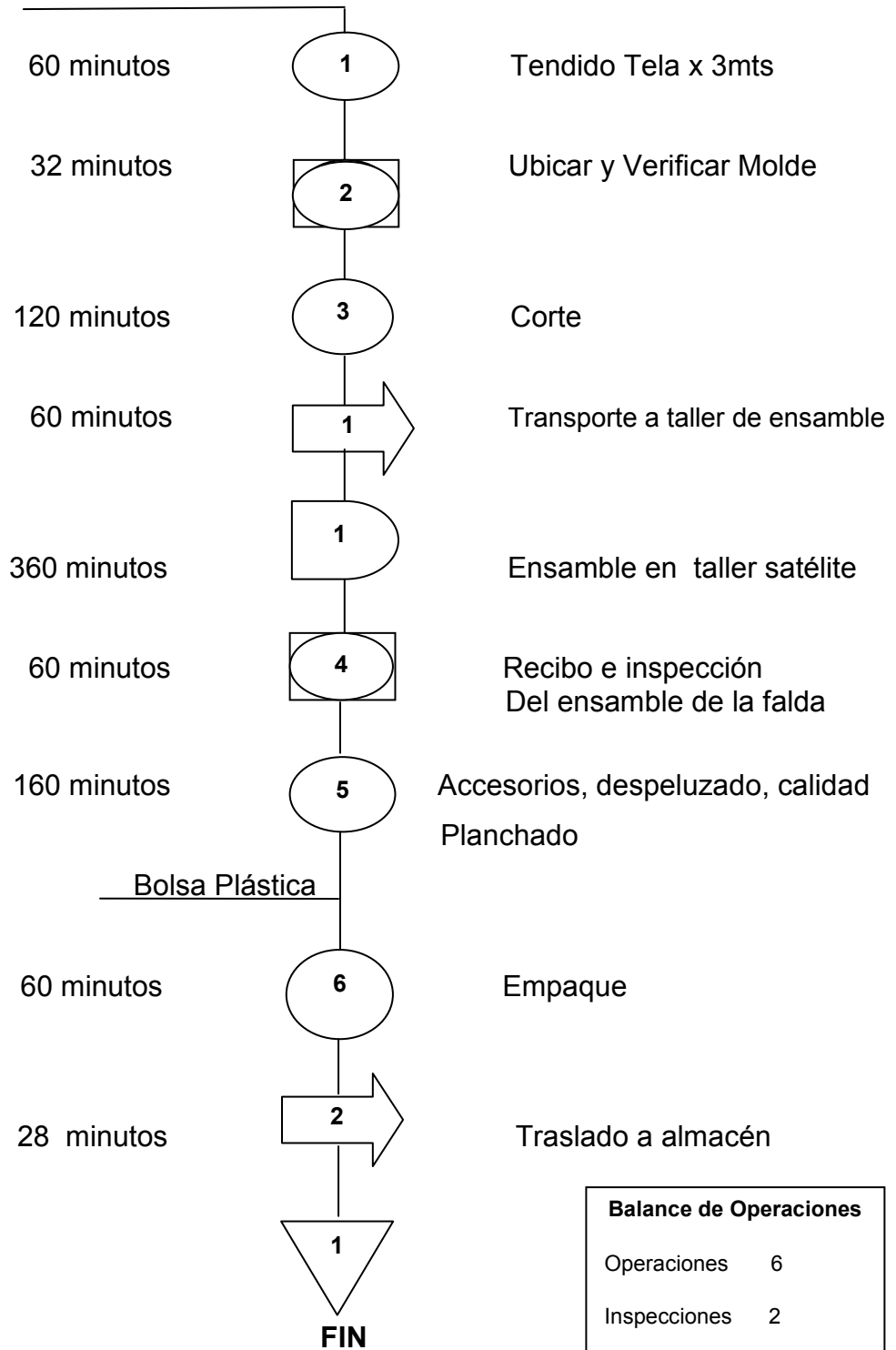
Figura 52. Entrega de las faldas al almacén



Fuente: Available from Internet: <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElSectorTextilydelaConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

3.3.3 Diagramas de procesos. A continuación se visualiza el diagrama de recorrido para la elaboración de las faldas en tela Jean ref. Saray, Dril ref. María y Lino ref. Esther, Para lo cual se definirá el lote mínimo de producción que será de 2 docenas por cada diseño. (Véase figuras 52, 53, 54).

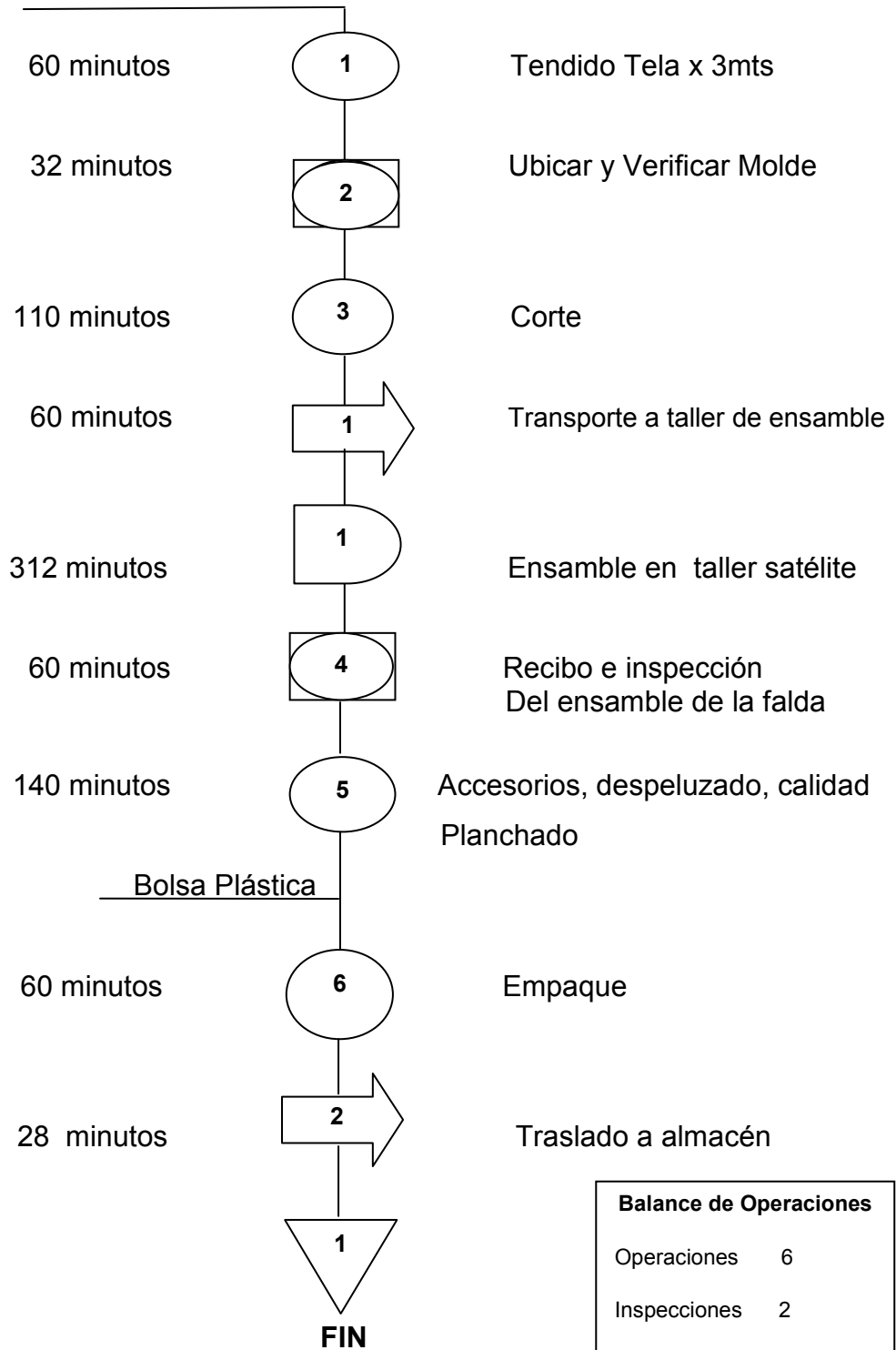
Figura 53. Diagrama de proceso falda en jean ref Saray (24 unidades)



Tiempo total para 24 unidades = 940 minutos
Tiempo por falda = 39 minutos

Balance de Operaciones	
Operaciones	6
Inspecciones	2
Traslados	2
Espera	1

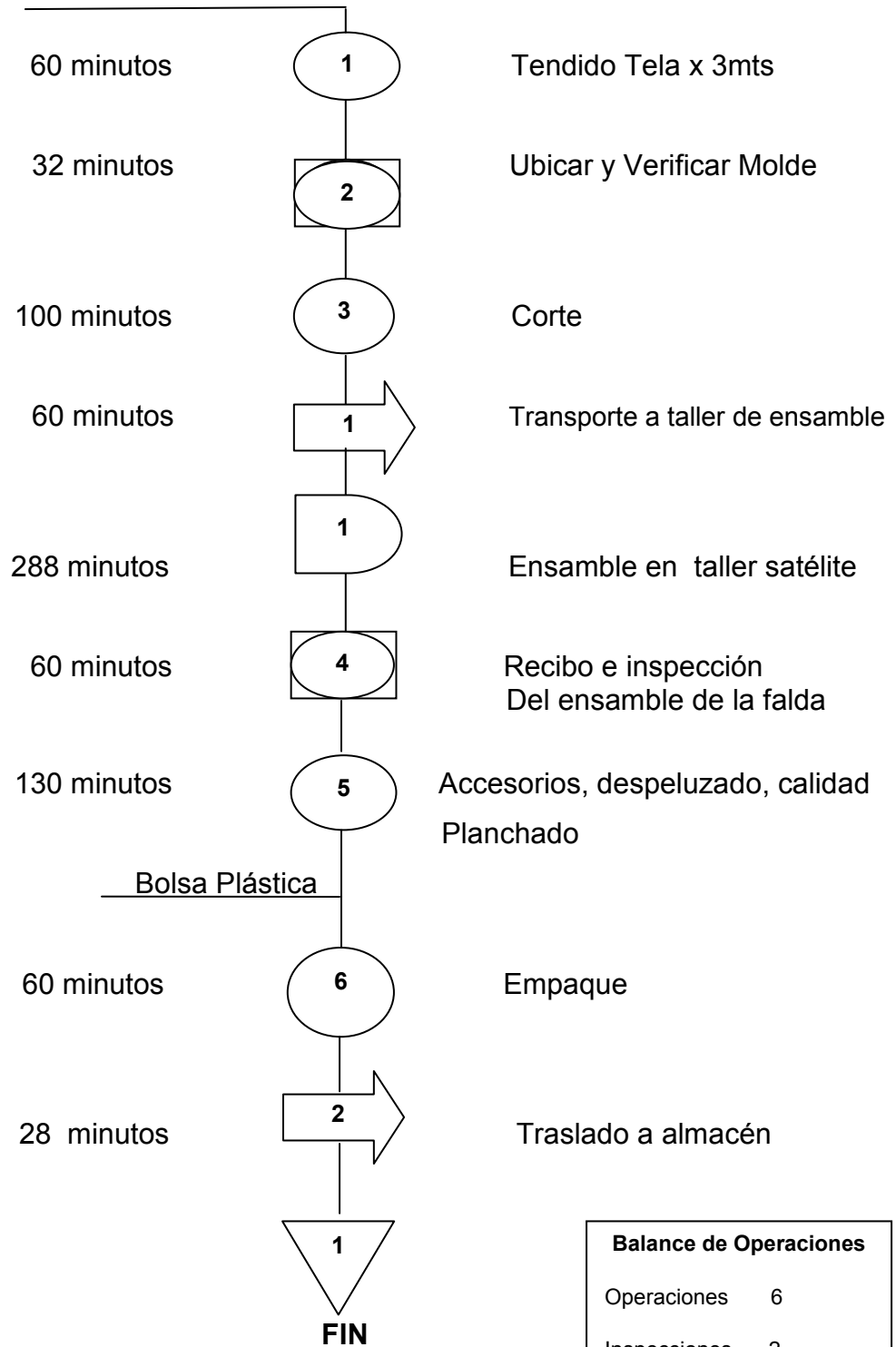
Figura 54. Diagrama de proceso falda en dril ref: María (24 unidades)



Tiempo total para 24 unidades = 862 minutos
Tiempo por falda = 36 minutos

Balance de Operaciones	
Operaciones	6
Inspecciones	2
Traslados	2
Espera	1

Figura 55. Diagrama de proceso falda en lino ref Esther (24 unidades)



Tiempo total para 24 unidades = 818 minutos

Tiempo por falda = 34 minutos

Balance de Operaciones	
Operaciones	6
Inspecciones	2
Traslados	2
Espera	1

3.3.4 Control de calidad. La empresa tendrá en cuenta los siguientes controles de calidad para cada proceso:

- Selección de la materia prima, la cual debe estar en buen estado. Los rollos de tela son verificados por el Cortador por muestreo, tomando un rollo de tela y aplicando la observación de los mismos, cada vez que se hace el respectivo pedido.

- Revisar el corte de las prendas que se encuentren rectos y sin imperfecciones. Labor realizada por el departamento de corte donde se aseguran que no exista mezcla de tallas, colores o medidas incorrectas.

- Verificar que en las telas no se encuentren manchas o alteraciones en la tela debido a la manipulación en las diferentes áreas de la fábrica. Labor realizada por el Jefe de Producción por observación directa de las telas después de salir del departamento de corte.

- Que el ensamble cuente con hilos e hilazas de calidad, que las costuras estén rectas y los colores adecuados conforme se encuentra estipulado en las fichas entregadas a producción. Por ser empresa de ensamble contratada para la confección de la falda, ya se han pactado las exigencias necesarias para el respectivo ensamble, cuando la prenda llega a la fábrica la persona encargada de calidad realiza la revisión de las mismas por observación directa para constatar que el trabajo fue realizado de acuerdo a todas las exigencias de la fábrica. En caso de que haya algún defecto se devuelven las prendas al taller respectivo para que haga de nuevo el trabajo.

- No se pueden dejar hilos largos en las faldas, hay que retirar todos los sobrantes de la hilaza. Labor realizada por el departamento de despeluze y calidad con pinzas destinadas para tal fin suministradas por la fábrica.

- Cuando se realice el empacado de las faldas se deben acomodar correctamente, para que no se arrugen y para que la marquilla se pueda observar al igual que las tallas. Esta labor la realiza el Almacenista quien al momento de recibir en bodega los lotes de producción hace la respectiva observación y devolución de las mismas, si no cumple con el correcto empacado.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano. El recurso humano requerido se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 61. Recurso humano

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Contador	1
Secretaria auxiliar contable	1
Diseñadora	1
Jefe de Producción	1
Operario de corte	1
Operario de despeluzado y calidad	1
Operaria de planchado	2
Operario de empaque, almacenamiento e inventarios	1
Vendedoras externas	2
Ensamble (Talleres satélites)	
Servicios Generales	1

Fuente: Autoras del Proyecto

En el recurso humano se contratarán talleres externos para ensamble de la prenda, esta decisión se tomó teniendo en cuenta las tendencias actuales de

producción y los niveles de productividad de los talleres que generalmente son superiores a los de las empresas. Más adelante en Proveedores se detallarán quiénes serán los talleres satélites que trabajarán con la nueva empresa.

3.3.5.2 Recursos físicos. Son todos Los equipos, maquinaria, muebles y enseres, equipos de oficina, herramientas, etc, requeridos para el normal desarrollo de la fábrica.

Cuadro 62. Requerimientos de maquinaria y equipos

Descripción maquinaria y equipos	cantidad
Máquina cortadora industrial Brute 8"	1
Máquina de Coser Plana industrial marca PFAFF	1
Máquina Fileteadora Siruba Industrial	1
Plancha Black Decker	2
Máquina para broches	1
Equipos de seguridad	3

Fuente: Comercializadora Carsil Ltda.

Cuadro 63. Requerimientos de muebles y enseres

Muebles y enseres	Unidades
Escritorio tipo gerente	2
Escritorio tipo secretaria	3
Silla para gerencia	2
Silla para secretaria	3
Sillas auxiliares	10
Mesas para computadora	3
Mesón de corte hecho en madera 2mt largo x 1.0mt ancho	1
Mesón para inspección de calidad ,espeluzado y empaque	1

Muebles y enseres	Unidades
Sillas para máquina, fileteado, botones	5
Estante de madera para tipos de telas	6
Mesa para planchar	2
Muebles para accesorios, botones, broches, hilos	1
Archivador 4 gavetas	1

Fuente: Autoras del Proyecto

Cuadro 64. Requerimiento de equipos de oficina

Concepto	Unidades
Computadora (impresora, estabilizador)	3
Ventiladores	2
Telefax	1
Teléfonos	3

Fuente: Autoras del Proyecto

Cuadro 65. Requerimientos de equipos de seguridad y primeros auxilios

Nombre	Descripción	Cantidad
Tapabocas	Mascarillas desechables color gris. Para cortador y despeluzador	10
Tapa oídos	Protector auditivo en silicona tipo tornillo con estuche tipo llavero Ref. 9092 Marca. Arseg.	10
Extintores	Extintor de 20 libras ABC amarillo.	2
Botiquín	Tamaño 46 x 37 x 13 cm. Color blanco. Metálico. Puerta con llave. Incluidos 25 medicamentos para primeros auxilios.	1
Señalizadores	Señalización en Acrílicos para todos los sectores de la fábrica, visibles y de fácil comprensión.	4

Fuente: Represander Ltda.

Los equipos de seguridad y primeros auxilios se deben mantener en sitios estratégicos de la fábrica, donde se pueda acceder a ellos con facilidad, en momentos de presentarse una emergencia en la misma. Estos implementos entra el valor aprovisionado correspondiente al 7% de la nómina, el cual se entregara cada cuatro meses el cual se deben revisar constantemente para evitar que se deterioren.

3.3.5.3 Recurso de insumos ó materias primas. Los insumos o materias primas se eligen de acuerdo a los diseños propuestos, para los modelos dados son las Telas: Blue Jean, Dril y Lino. En este caso se estima los requerimientos de tela para cada tipo de falda y tallas, multiplicado por la producción presupuestada para el primer año, calculada en la capacidad utilizada y proyectada, se obtuvieron los datos por unidad que a continuación se presentan. (Véase cuadro 66, 67 y 68).

Cuadro 66. Requerimiento de materias primas (Tela) por tipo de falda y talla, según diseños

Talla	Tela jean cm	Tela dril cm	Tela lino cm
S	80	75	70
M	82	78	73
L	84	81	76
XL	86	84	79
Total	332	318	298

Fuente: Autoras del Proyecto

Cuadro 67. Total requerimientos de materia prima en metros

Tipo de falda	Tallas	faldas año 1	Total mts/Falda	Total mts / año	Total mts / mes
Falda en jean	Talla m	2.852	0,80	2.281	190

Tipo de falda	Tallas	faldas año 1	Total mts/Falda	Total mts / año	Total mts / mes
	Talla S	2.122	0,82	1.740	145
	Talla L	1.326	0,84	1.114	93
	Talla XL	332	0,86	285	24
	Sub total	6.632		5.421	452
Falda en dril	Talla m	2.689	0,75	2.017	168
	Talla S	2.001	0,78	1.561	130
	Talla L	1.251	0,81	1.013	84
	Talla XL	313	0,84	263	22
	Sub total	6.254		4.854	405
Falda en lino	Talla m	2.746	0,70	1.922	160
	Talla S	2.043	0,73	1.492	124
	Talla L	1.277	0,76	971	81
	Talla XL	319	0,79	252	21
	Sub total	6.385		4.636	386
Total		19.271		14.911	1.243

Fuente: Cálculo de las autoras

Cuadro 68. Total requerimiento de materias prima tela a 5 años

Tipo de falda	Tallas	Total mts/ año 1	Total mts/ año 2	Total mts/ año 3	Total mts/ año 4	Total mts/ año 5
Falda en jean	Talla m	2.281	2.395	2.515	2.641	2.773
	Talla S	1.740	1.827	1.919	2.014	2.115
	Talla L	1.114	1.170	1.228	1.290	1.354
	Talla XL	285	299	314	330	347
	Sub total	5.421	5.692	5.976	6.275	6.589
Falda en dril	Talla m	2.017	2.118	2.224	2.335	2.452
	Talla S	1.561	1.639	1.721	1.807	1.898

Tipo de falda	Tallas	Total mts/ año 1	Total mts/ año 2	Total mts/ año 3	Total mts/ año 4	Total mts/ año 5
	Talla L	1.013	1.064	1.117	1.173	1.232
	Talla XL	263	276	290	304	319
	Sub total	4.854	5.097	5.352	5.619	5.900
Falda en lino	Talla m	1.922	2.018	2.119	2.225	2.336
	Talla S	1.492	1.566	1.644	1.727	1.813
	Talla L	971	1.019	1.070	1.123	1.180
	Talla XL	252	265	278	292	307
	Sub total	4.636	4.868	5.111	5.367	5.635
Total		14.911	15.656	16.439	17.261	18.124

Fuente: Cálculo de las autoras

Por otra parte, se relaciona igualmente los accesorios a tomar en cuenta según diseños, como son botones, cierres, hebillas y marquillas, requeridos para la producción de una falda según sea su tipo.(Véase cuadro 69).

Cuadro 69. Requerimiento de accesorios por falda según diseños

Falda	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
Jean	8	0	1	1
Dril	2	1	2	1
Lino	1	1	0	1

Fuente: Cálculo de las autoras

Es importante anotar que no se incluyeron los hilos e hilazas porque con los talleres satélites se contratará a todo costo el ensamble de las faldas, mano de obra, los hilos y las hilazas.

Determinadas las cantidades unitarias necesarias para la elaboración de cada una de las faldas y multiplicado por la producción de cada falda para el primer año se relacionan las cantidades de accesorios que se utilizarán para producir los tres tipos de faldas. (Véase cuadro 70).

Cuadro 70. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 1

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
JEAN	und x falda	8	0	1	1
	producción/año	6.632	6.632	6.632	6.632
	Total und/año	53.053	0	6.632	6.632
	Total und/mes	4.421	0	553	553
DRIL	und x falda	2	1	2	1
	producción/año	6.254	6.254	6.254	6.254
	Total und/año	12.509	6.254	12.509	6.254
	Total und/mes	1.042	521	1.042	521
LINO	und x falda	1	1	0	1
	producción/año	6.385	6.385	6.385	6.385
	Total und/año	6.385	6.385	0	6.385
	Total und/mes	532	532	0	532
Total / año		71.947	12.639	19.141	19.271
Total / mes		5.996	1.053	1.595	1.606

Fuente: Cálculo de las autoras

Cuadro 71. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 2

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
JEAN	und x falda	8	0	1	1
	producción/año	6.963	6.963	6.963	6.963
	Total und/año	55.706	0	6.963	6.963
	Total und/mes	4.642	0	580	580
DRIL	und x falda	2	1	2	1
	producción/año	6.567	6.567	6.567	6.567
	Total und/año	13.134	6.567	13.134	6.567
	Total und/mes	1.095	547	1.095	547
LINO	und x falda	1	1	0	1
	producción/año	6.704	6.704	6.704	6.704
	Total und/año	6.704	6.704	0	6.704
	Total und/mes	559	559	0	559
Total / año		75.545	13.271	20.098	20.235
Total / mes		6.295	1.106	1.675	1.686

Fuente: Cálculo de las autoras

Cuadro 72. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 3

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
JEAN	und x falda	8	0	1	1
	producción/año	7.311	7.311	7.311	7.311
	Total und/año	58.491	0	7.311	7.311
	Total und/mes	4.874	0	609	609

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
DRIL	und x falda	2	1	2	1
	producción/año	6.896	6.896	6.896	6.896
	Total und/año	13.791	6.896	13.791	6.896
	Total und/mes	1.149	575	1.149	575
LINO	und x falda	1	1	0	1
	producción/año	7.039	7.039	7.039	7.039
	Total und/año	7.039	7.039	0	7.039
	Total und/mes	587	587	0	587
Total / año		79.322	13.935	21.103	21.246

Fuente: Cálculo de las autoras

Cuadro 73. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 4

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
JEAN	und x falda	8	0	1	1
	producción/año	7.677	7.677	7.677	7.677
	Total und/año	61.416	0	7.677	7.677
	Total und/mes	5.118	0	640	640
DRIL	und x falda	2	1	2	1
	producción/año	7.240	7.240	7.240	7.240
	Total und/año	14.481	7.240	14.481	7.240
	Total und/mes	1.207	603	1.207	603
LINO	und x falda	1	1	0	1
	producción/año	7.391	7.391	7.391	7.391
	Total und/año	7.391	7.391	0	7.391

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
	Total und/mes	616	616	0	616
Total / año		83.288	14.632	22.158	22.309
Total / mes		6.941	1.219	1.846	1.859

Fuente: Cálculo de las autoras

Cuadro 74. Requerimientos del total de accesorios e insumos por tipo de falda año 5

Falda	Concepto	Botones Unidades	Cierre unidades	Hebillas unidades	Marquillas unidades
JEAN	und x falda	8	0	1	1
	producción/año	8.061	8.061	8.061	8.061
	Total und/año	64.487	0	8.061	8.061
	Total und/mes	5.374	0	672	672
DRIL	und x falda	2	1	2	1
	producción/año	7.602	7.602	7.602	7.602
	Total und/año	15.205	7.602	15.205	7.602
	Total und/mes	1.267	634	1.267	634
LINO	und x falda	1	1	0	1
	producción/año	7.761	7.761	7.761	7.761
	Total und/año	7.761	7.761	0	7.761
	Total und/mes	647	647	0	647
Total / año		87.452	15.363	23.266	23.424
Total / mes		7.288	1.280	1.939	1.952

Fuente: Cálculo de las autoras

3.3.6 Estudio de proveedores. Los proveedores estudiados en el mercado y que serán los encargados de suministrar la materia primas, insumos, accesorios, maquinaria y equipos, muebles y enseres y equipo de oficina requeridos por la fábrica para la elaboración de las faldas, se relacionan en los siguientes cuadros:

Cuadro 75. Proveedores de telas

Proveedor de telas	Dirección
Telas Medellín	Calle 35 no. 16 - 52
Kilo-encajes	Carrera 17 no. 35 -19
Almacén Eurotelas	Carrera 16 no. 35 - 44
Encajes y telas	Carrera 16 no. 35 - 38
Almacén Texpunto	Calle 14 no. 37 - 38

Cuadro 76. Proveedor de empaques

Proveedor de empaques	Dirección
Carlixplast Ltda	Calle 33 no. 11 – 83
Distriplast	Carrera 14 no. 33 - 38
Surtiplast Ltda	Carrera 15 no. 11 - 11

Cuadro 77. Proveedores de maquinaria y equipos

Proveedor de maquinaria y equipos	Dirección
Dismaquinas y computadores	Calle 45 no. 16 – 103
Comercializadora Carsil Ltda	Calle 36 no. 20 – 42
Macoser industrial	Carrera 22 no. 35 – 63
Almacén Restrepo y Restrepo	Diagonal 15 no. 53 - 18

Cuadro 78. Proveedores de talleres de ensamble

Nombre	Dirección	Teléfono
Myriam López	Calle 104#22-145	6369594
Nancy Ariza	Piedecuesta	6382535
Isabel Sanabria	Calle 10ª#24-53	3163042344

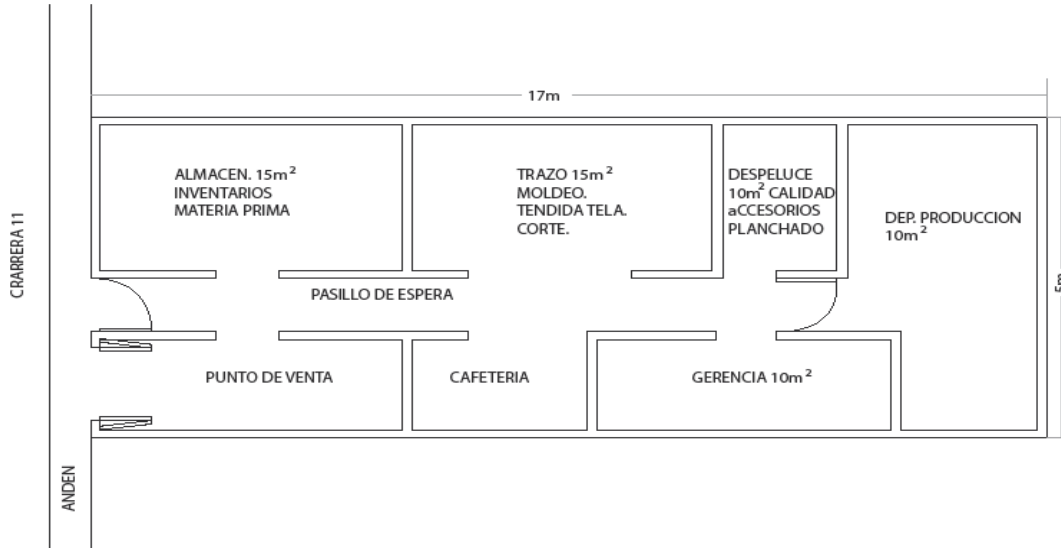
Los talleres de ensamble, poseen toda la infraestructura necesaria para el desarrollo de sus actividades, tiene las máquinas, el personal, y los insumos requeridos para cumplir con las tareas contratadas. Por lo anterior creaciones Saray, contratará con éstas empresas a todo costo.

Para el bordado se empleará telas ya bordadas; para el caso que lo requiera, sin embargo se tendrá un listado de personas que en un momento dado podrían realizar dicha tarea, entre quienes trabajaron en el proyecto están: Rocío Villafrades la cual tiene su taller en la cra 24 No. 11 – 33 apto 201 y Nubia Machado con su taller ubicado en la calle 68ª No. 10e – 04 telf: 6834043.

3.3.7 Distribución de la planta. La confección de las faldas exige la entrada de materiales, su transformación y obtención del producto final; por lo tanto la distribución de la planta comprende el espacio en que se va organizar la empresa. La ubicación de los puestos de trabajo depende de los procesos que se requieran, para que sea más fácil el transporte de materia prima.

Debe haber una secuencia lógica que permita el mínimo recorrido de un área de trabajo a otra. En la siguiente gráfica se muestra la distribución de la planta para la fábrica de confecciones, que cuenta con un área total de $85M^2$, los cuales estarán distribuidos en secciones de $15M^2$ para los Departamentos de Almacén, trazo y Corte, $10M^2$ para Despeluzado y Calidad, Departamento de Producción y Gerencia. Un Salón de $5M^2$ que corresponde a la cafetería y Baños, un punto de venta que tiene un espacio de $15m^2$ y un espacio de $5M^2$ de pasillo para facilitar el ingreso o salida de las personas, máquinas y mercancía. (Véase figura 55).

Figura 56. Distribución de áreas



Fuente: Autoras del proyecto

3.3.8 Logística de distribución

- **Para ventas:** como punto directo de distribución exclusiva de las faldas confeccionadas en la empresa, allí se tendrá un contacto directo y personalizado con el mercado objetivo. Adicionalmente se emplearán 2 mujeres externas para ventas por catálogo, las cuales realizarán visitas a las diferentes Iglesias y a través de los catálogos proporcionados por la fábrica comercializarán los productos disponibles por cada temporada.

Se realizará un seguimiento mensual a las vendedoras externas consultando a las clientas sobre todos los servicios que ofrece la fábrica a las clientas como: atención personalizada, asesoría de imagen, puntualidad en la entrega de los pedidos y en general si se encuentran satisfechas con el producto y si las

expectativas y necesidades han sido suplidas por la fábrica, además de recibir todas las inquietudes y las sugerencias para lograr mejoras en la misma.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

- La fábrica de confecciones Saray, sacará al mercado tres tipos de faldas, en diferentes diseños en material en Jean, dril y lino, en tallas como M, S, L, y XL, tomando como base los resultados de preferencia y necesidad, por parte de la mujeres evangélicas cristianas, investigadas en el estudio de mercados realizado y analizado en el capítulo anterior.
- La capacidad utilizada, se proyectó para el año 1 en 19.271 faldas, que de acuerdo al comportamiento del mercado se distribuyó en 6.632 faldas en tela jean, 6.254 en tela dril y 6.385 en lino, equivalente al 50% de capacidad instalada, donde atenderá el 18% de la demanda efectiva del primer año, con un crecimiento año tras año mínimo del 5%, criterio basado en el crecimiento del sector de las confecciones, logrando para el segundo año un 53%, para el tercer año el 55%, para el cuarto año el 58% y para el quinto año llegará al 61% de la capacidad total instalada.
- Para La localización de la planta se tuvo en cuenta factores tales como: la cercanía de la fábrica con las iglesias, del arriendo y la facilidad de las vías de acceso se estudiaron 3 sitios de localización y según el método de puntos utilizado se pudo establecer la ubicación de la misma que se hará en la Cra. 11 No. 34 – 25 casa contigua a la Alcaldía de Bucaramanga en el centro de la Ciudad.
- Para efectos de calculo de capacidad y tiempos de procesos e Ingeniería se estableció para un lote mínimo de producción de dos docenas por tipo de falda, el trazado se hará por computador para disminuir el desperdicio de tela y el tiempo utilizado en esta actividad, además la principal maquinaria utilizada para la

ejecución del proyecto es la cortadora, necesaria para realizar el corte del lote. El ensamble de las faldas estará a cargo de talleres satélites que cuenta con el personal necesario y maquinaria para realizar la labor. Los proveedores son todos de Bucaramanga, lo cual brindará facilidad en la compra de la maquinaria requerida.

- En el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana la materia prima que se necesita para la producción de las faldas para mujeres cristianas evangélicas, se consigue a precios cómodos, de buena calidad y es fácil el acceso a los puntos de distribución, lo cual permite a las autoras del proyecto asegurar que por insumos es viable el proyecto.
- La maquinaria que se utilizará para la puesta en marcha de la fábrica, se consiguen en la ciudad por medio de varios distribuidores que poseen concesiones los cuales pueden proveer la maquinaria medianamente tecnificada y equipos necesarios a precios cómodos, beneficiando altamente la puesta en marcha del proyecto.
- La distribución de la planta fue considerada de acuerdo al tamaño del local contándose con un área de 85M², donde se ubicaron los lugares de trabajo estratégicamente y en forma consecutiva para evitar pérdidas de tiempo por los desplazamientos y donde la mano de obra calificada pudiera desarrollar sus actividades y trabajo cómodamente. Al igual que un punto de venta dentro de la fábrica que cuenta con un espacio disponible de 15m².
- En general, realizados todos los análisis desde localización, ubicación, requerimientos de maquinaria, insumos, procesos de confección necesarios entre otros, se puede asegurar sin temor a equivocaciones que el proyecto es factible desde todo punto de vista técnico.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El nuevo ente se constituirá como empresa de responsabilidad limitada, en este tipo de sociedad, los socios responden hasta por el monto de sus aportes. El capital de la sociedad estará representado por cuotas de igual valor debe ser pagado totalmente al integrarse a la fábrica. La compañía de responsabilidad limitada no puede tener menos de dos socios ni más de veinticinco.

Los requisitos mínimos que se deben contener para la constitución de una sociedad comercial son los siguientes:

- **Nombre comercial:** La fábrica de confecciones de faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana se llamará Fábrica de Confecciones SARAY.

- **Nombre, apellidos, identificación, domicilio y nacionalidad de los socios:-**
 - Deifidia Jiménez Flórez identificada con cédula de ciudadanía número 63.355.757 de Bucaramanga, nacionalidad colombiana domicilio Calle 10A No. 24 – 53 Barrio La Universidad.
 - Luz Adriana Villada Henao identificada con cédula de ciudadanía número 63.502.542 de Bucaramanga, domicilio Calle 30 No. 29 – 60 La Aurora.

- **Domicilio social:** Bucaramanga

- **Término de duración:** 5 años

- **Objeto social:** confección de ropa, faldas para mujeres.
- **Capital social:** el capital que cada socio aportará es de \$ 10.000.000=. La forma de pago será de contado al inicio de la constitución de la empresa.
- **Representación legal:** estará conformado por una de las socias y se escogerá a la persona que tenga más conocimiento de la materia, para este caso específico será la socia Deifidia Jiménez Flórez.
- **Designación de cargos:** los socios serán responsables de la parte comercial y financiera de la empresa, igualmente se encargarán de escoger al personal idóneo para laborar en la parte productiva y operativa de la fábrica, teniendo en cuenta los conocimientos que tengan en la parte de confecciones.
- **Clases de reuniones de los órganos sociales:** la convocatoria para las actas y reuniones serán de manera programada, en caso de emergencias se citará a reuniones extraordinarias. Los estatutos se verificarán y modificarán de acuerdo a las normas vigentes.
- Causales de disolución anticipada de la sociedad y procedimiento de liquidación.
- **Forma de distribución de las utilidades:** se repartirán en partes iguales y se realizará cada año.
- Cláusula compromisoria.
- Minuta de constitución.
- Certificado de constitución y gerencia.
- Formulario de inscripción de la matrícula de Industria y Comercio.
- Certificado de Matrícula de inscripción.

- Declaración de Industria y Comercio.
- Registro de inicio de actividades.
- Formulario de inscripción de Registro Único Tributario.
- Escritura pública.
- Carta de solicitud de concepto técnico de bomberos.
- Afiliación a la Caja de Compensación Familiar.
- Afiliación a la Entidad Promotora de Salud EPS, Administradora de Riesgos Profesionales ARP, Fondo de Pensiones y Cesantías FP.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Misión. Confecciones Saray brindará a las Mujeres Cristianas Evangélicas, de Bucaramanga y su Área Metropolitana, faldas en diferentes estilos y diseños exclusivos, fabricadas con telas y accesorios de la más alta calidad, para lo cual contará con personal calificado y capacitado, mediante una actualización permanente de la tendencia de la moda, diseños y tecnología, contribuyendo con la delicadeza y pudor de la mujer, enfocando todos sus esfuerzos a la satisfacción plena de sus clientes y búsqueda de los objetivos de dueños, trabajadores y comunidad en general.

4.2.2 Visión. Para el año 2014 Confecciones Saray será una de las principales fabricas de confecciones de faldas en el oriente colombiano, diferenciándose por sus diseños exclusivos, los cuales son elaborados con alta calidad y ajustados a los requerimientos del mercado.

4.2.3 Objetivos

- Obtener la satisfacción plena de clientes a través de la elaboración de prendas de excelente calidad y diseños, con innovación y creatividad que cumplan con sus expectativas.
- Obtener el mejoramiento continuo en los procesos de confecciones de faldas.

- Maximizar los recursos necesarios para el logro de las disposiciones planificadas.
- Mantener las competencias de los colaboradores estableciendo programas de capacitación y entrenamiento.
- Mantener el crecimiento sostenible de la fábrica.
- Lograr la rentabilidad y el cumplimiento de las razones financieras.
- Propender para la conservación del medio ambiente.
- Generar un ambiente y clima laboral, en pro de mantener las buenas relaciones entre directivos, colaboradores y clientes

4.2.4 Políticas

4.2.4.1 Políticas de personal

- Se trabajará con personas que tengan experiencia mayor de 02 a 04 años. - Se les realizará una prueba inicial con tiempo y calidad para verificar la veracidad de la información.
- Se les exigirá que tengan pleno conocimiento de las máquinas, tecnología y experiencia en la confección de las faldas. Se tendrá en cuenta además que vivan en el municipio de Bucaramanga.
- Se les realizará el contrato de trabajo a término fijo a un año, especificando horario de trabajo, salario y demás prestaciones de Ley y con todo lo reglamentado por el Ministerio de la Protección Social.
- Se contratará externamente a las ensambladoras y a las vendedoras.

- El Contador, quien trabajará por prestación de servicios profesionales, y se le cancelarán honorarios, para lo cual deberá tener tarjeta profesional al día, la cual es constancia de los estudios realizados y un aval para la empresa

4.2.4.2 Políticas de compra

- La fábrica realizará las compras a los proveedores que ofrezcan insumos de calidad a precios competitivos.
- Al proveedor que dé garantías y plazo a un mes para la cancelación de los insumos, será al que más se le compre la materia prima requerida

4.2.4.3 Políticas de venta

- Las ventas son de contado
- La fábrica mantendrá permanente contacto con los clientes
- La fábrica realizará seguimiento postventa para con los clientes.

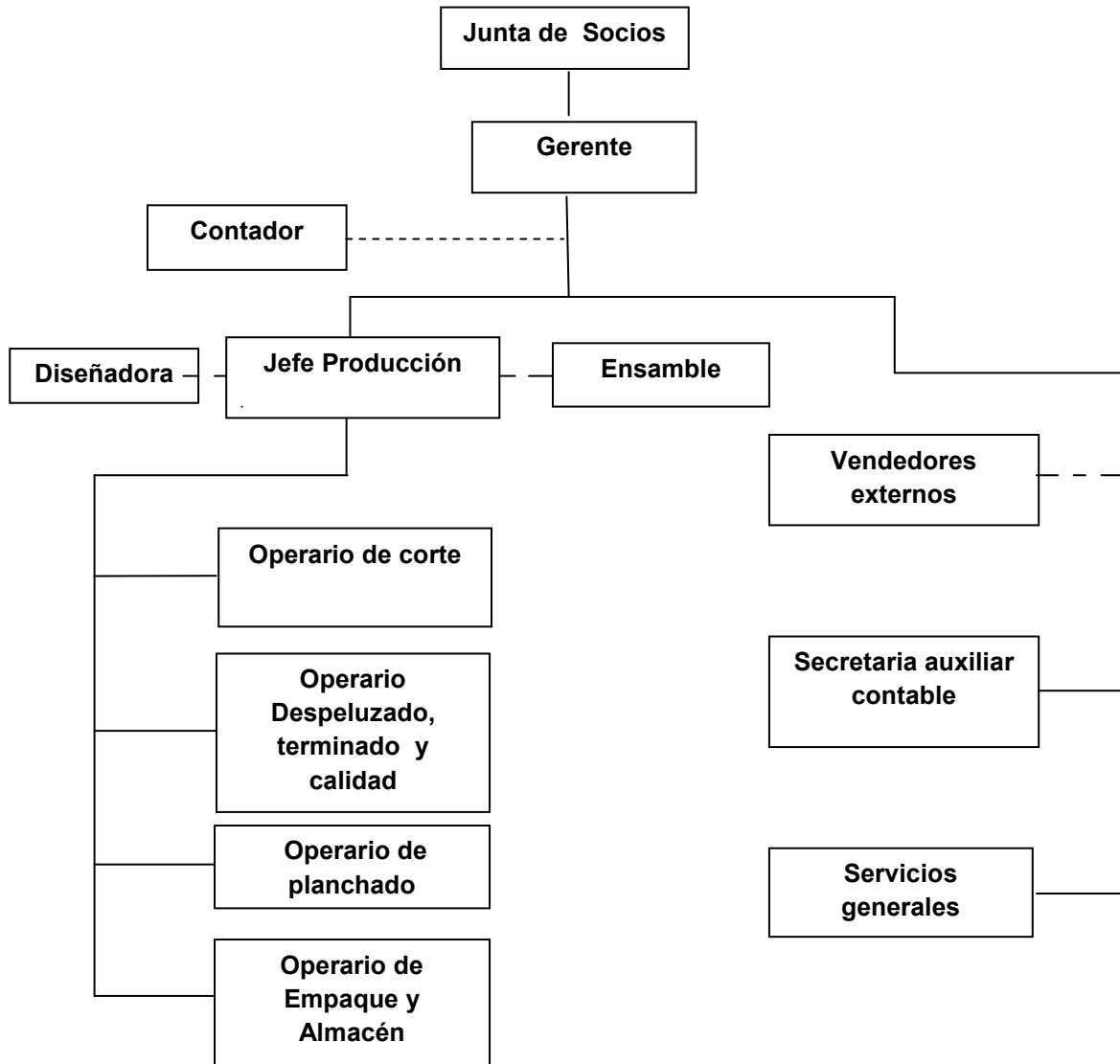
- Para las ventas por catálogo

- Toda venta por catalogo funcionará que al momento de separarla, se cancelará el 50%, el restante 50%, será contra entrega.
- Las vendedoras por catalogo serán, quienes respondan por la entrega de la prenda y del manejo de la cartera.
- Toda comisión por venta por catalogo se le cancelará 3% sobre el total de ingresos
- Las vendedoras externas, deberán responder por la mercancía, para lo cual deberán firmar un pagaré, de acuerdo al cupo designado por el Gerente.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Figura 57. Organigrama



Fuente: Autoras del proyecto

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Se comienza a describir las funciones y a definir el perfil para cada persona que trabaje en la fábrica de confecciones de faldas para mujeres cristianas evangélicas con el fin de crear sentido de

pertenencia y compromiso con responsabilidad que le permita ser parte activa y productiva de la empresa, en el logro de objetivos comunes.

Cuadro 79. Manual de funciones del gerente

	GERENTE	Código: 001
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACION DEL CARGO		
Nombre del cargo:	GERENTE	
Cargos que le reportan	Jefe de producción, Vendedores, secretaria auxiliar contable y servicios generales	
Jefe Inmediato	JUNTA DE SOCIOS	
II. DESCRIPCION GENERAL DEL CARGO		
<p>Responsable ante la Junta de Socios por el correcto funcionamiento de la Fábrica en todos sus frentes y por el cumplimiento de las políticas y decisiones emanadas por ella. Así mismo contribuir en la consecución de sus ingresos satisfaciendo las expectativas de los clientes a través de la mejor calidad en el producto.</p>		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, Orientar y dirigir las distintas actividades de la fábrica encaminadas a cumplir su misión, visión y objetivos. 2. Definir y aprobar las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la fábrica. 3. Controlar los niveles de producción y verificar que el tiempo de los pedidos y los compromisos se cumplan a habilidad. 4. Estimula la participación de sus empleados y colaboradores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas. 5. Atención, servicio y asesoría al cliente. 6. Verificar que los insumos y las máquinas sean utilizados de la mejor manera posible. 7. Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometido. 8. Gestión en Cartera. 9. Buscar oportunidades económicas que permitan ser utilizadas en la nueva fábrica. 10. Comparte con sus colaboradores los objetivos y prioridades de la organización. 11. Las demás que le asigne la Junta de Socios o la Junta Directiva. 12. Ser el representante legal de la empresa. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ


Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 80. Perfil del cargo del gerente

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Gerente	CÓDIGO: 001	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	<p>EDUCACIÓN: Profesional en Carreras Administrativas o afines.</p> <p>EXPERIENCIA: Dos años en cargos de dirección, manejo y Confianza</p> <p>EDAD: Entre 30 a 45 años</p> <p>HABILIDAD ORAL: Capacidad de expresión de manera organizada, precisa y segura.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Adecuado control y autonomía sobre sus emociones y comportamientos.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>SUPERVISIÓN de todo el personal tanto interno como externo para el buen funcionamiento de las actividades y procesos,</p> <p>CONTRATACIÓN: Es responsable por la contratación interna y externa del personal de la empresa.</p> <p>MATERIALES: Sobre él recae el control del manejo de todos los materiales y maquinaria de la empresa., ya que debe velar por el manejo eficiente de dichos recursos.</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL: Alto nivel de esfuerzo mental porque es el principal responsable tanto de la parte administrativa como operativa y financiera.</p> <p>FÍSICO: Leve, normalmente permanece sentado en su oficina y ocasionalmente permanece de pie.</p>	
CONDICIONES AMBIENTALES	<p>MEDIO AMBIENTE: Fresco, natural</p> <p>RIESGOS: Ninguno</p>	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 81. Manual de funciones del jefe de producción

	JEFE PRODUCCIÓN	Código: 002
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	Jefe de Producción	
Cargos que le reportan	Operarios y Externamente las ensambladoras	
Jefe Inmediato	Gerente	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
Organizar al personal en los puestos de trabajo en función del programa de producción y de su calificación.		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar el avance de los trabajos y modifica el planning si es necesario. 2. Responsable de programar la producción según las ordenes de fabricación que le entrega ventas. 3. Administrar el personal a su cargo cuidando los costos de fabricación y los materiales usados. 4. Capacidad de planeamiento, control y organización de los planes de producción. 5. Dar solución a los problemas que se presenta en costura y también lo que es manejo de personal. 6. Hacer balance de línea, ver stocks o inventarios. 7. Realizará las funciones de escalado y trazado de las piezas por cada tipo de falda y talla 8. Estará a cargo de las compras de materias primas e insumos necesarios para la elaboración de las prendas 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 82. Perfil del Cargo del jefe de producción

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Producción	CÓDIGO: 002	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Tecnólogo en confecciones EXPERIENCIA: Cuatro años EDAD: Entre 25 a 40 años HABILIDAD ORAL: Fluidez verbal, calidad de servicio y fácil Comunicación con los empleados. HABILIDAD MENTAL: Adecuado control y autonomía sobre sus emociones y comportamientos.	
RESPONSABILIDADES	SUPERVISIÓN: Debe supervisar a todo el personal operativo y coordinar con el personal externo: diseñador y ensambladoras. MATERIALES: Es responsable por el control del buen uso a los materiales y maquinaria de la empresa.	
ESFUERZO	MENTAL: Nivel medio-alto de esfuerzo mental porque debe efectuar funciones de supervisión a operativos y administrativas de planear la producción. FÍSICO: Nivel medio-alto de esfuerzo físico porque debe permanecer gran parte del tiempo de pie, caminando, y una parte sentado en labores de oficina.	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: Fresco, natural RIESGOS: Ninguno	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 83. Manual de funciones del contador

	CONTADOR	Código: 003
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	CONTADOR	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	GERENTE	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
<p>Registrar y controlar todo movimiento financiero que la delegación realice como enlace, dependencia e ingresos propios, procesando la información necesaria. Orientar al Gerente para el mejoramiento de las estrategias.</p>		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales. 2. Contribuir con un sentido objetivo en buen manejo de los recursos de la empresa. 3. Aperturas de los libros de contabilidad 4. Presentar periódicamente a la gerencia de reportes financieros para la toma de decisiones 5. Certificación de planillas para pago de impuestos. 6. Como personal staff y asesor realizará visitas diarias de mínimo 2 horas para verificar los estados y registros contables, y se le cancelará por honorarios mensualmente. 7. Estar atento al cronograma de presentación de declaración de renta, reterfuente, IVA, pagos de aporte, en coordinación con la secretaria auxiliar contable. 8. Y demás requerimientos acorde a sus funciones. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 84. Perfil del cargo del contador

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Contador	CODIGO: 003	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	<p>EDUCACIÓN : Contador público con tarjeta profesional</p> <p>EXPERIENCIA: Tres (03) años de experiencia</p> <p>EDAD: 30 años en adelante</p> <p>HABILIDAD ORAL: Fluidez verbal, calidad de servicio y fácil comunicación para dar su punto de vista financiero y económico.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Adecuado control y autonomía sobre sus emociones y comportamientos. Emprendedor y Ordenado.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>SUPERVISIÓN: No tiene personal a cargo, sólo coordina con la secretaria-auxiliar contable las actividades contables.</p> <p>POR RESULTADOS: Que la contabilidad sea llevada en debida forma, con el cumplimiento de los principios generales de la contabilidad.</p>	
ESFUERZO	MENTAL: Nivel medio-alto.	
CONDICIONES AMBIENTALES	<p>MEDIO AMBIENTE: Fresco, natural.</p> <p>RIESGOS: Ergonómicos</p>	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 85. Manual de funciones de la secretaria auxiliar contable

	SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE		Código: 004
	FUNCIONES		
	CONFECCIONES SARAY		
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo:		SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	
Cargos que le reportan		Ninguno	
Jefe Inmediato		GERENTE	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO			
Atender y responder oportunamente con los trabajos que le sean asignados, así como con la organización y control de los archivos, llamadas y reuniones a las que asista el jefe inmediato.			
III. FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Transcribir cartas, memorandos y demás trabajos que le sean asignados por el jefe inmediato. 2. Manejar, controlar y actualizar el archivo de correspondencia y documentos propios del área internos y externos 3. Contestar y efectuar llamadas telefónicas, haciendo las anotaciones pertinentes en caso de ausencia del jefe inmediato o demás personas del área. 4. Mantener actualizadas y organizadas las carpetas del área. 5. Realizar todas las demás funciones acordes con el cargo que le sean asignadas por el jefe inmediato. 6. Utilizar adecuadamente las instalaciones, velando por la adecuada presentación de la oficina, el buen uso y cuidado de los elementos de trabajo a su cargo. 7. Colaborar con el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los empleadores. 8. Preparar y presentar los informes sobre las actividades. 9. Preservar la confidencialidad de la información sensible de la fábrica. 10. Llevar controles periódicos sobre consumo de materia prima, con el fin de determinar su necesidad real y presentar el programa de requerimientos. 11. Realizar y llevar todos los registros contables. 			
ELABORÖ	REVISÖ	APROBÖ	

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 86. Perfil del Cargo de la secretaria auxiliar contable

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Secretaria Auxiliar Contable	CÓDIGO: 004	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	<p>EDUCACIÓN : Técnica en Secretariado y auxiliar contable</p> <p>EXPERIENCIA: Mínima Un (01) año</p> <p>EDAD: Indiferente</p> <p>HABILIDAD ORAL: Fluidez verbal, calidad de servicio y fácil comunicación para dar su punto de vista financiero y económico.</p> <p>HABILIDAD MENTAL: Adecuado control y autonomía sobre sus emociones y comportamientos. Emprendedor y Ordenado.</p> <p>HABILIDAD MANUAL: Capacidad de expresión escrita con adecuada caligrafía, redacción y ortografía.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>POR RESULTADOS: Debe llevar al día los registros contables y atender todos los requerimientos del gerente.</p> <p>POR CONTACTO CON EL PÚBLICO: Debe atender telefónica y personalmente a clientes internos y externos de la empresa.</p>	
ESFUERZO	<p>MENTAL Nivel medio- bajo</p> <p>FÍSICO: Nivel bajo debe permanecer sentada en la oficina y ocasionalmente de pie ó caminando.</p>	
CONDICIONES AMBIENTALES	<p>MEDIO AMBIENTE: Fresco, natural.</p> <p>RIESGOS: Ergonómicos</p>	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 87. Manual de funciones del diseñador

	DISEÑADOR	Código: 005
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	DISEÑADOR	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
Actuar sobre la materia prima para darle forma y adecuarlo a la función; sobre ella va a definir un modelo o prototipo de producto de moda.		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Forma y función son los elementos fundamentales del diseño y comprenden todos los demás. Es la constante dualidad en la creación de diferentes motivos de diseños en las faldas, que lleven a la satisfacción de los clientes. El primer gran dilema que se le plantea al diseñador y el primero que debe resolver. 2. Referencia fundamental a la hora del diseño de un producto de moda, comprende aspectos como tallas, clase socioeconómica y precio que debe llevar el producto diseñado. 3. Cumplir con las metas propuestas para la creación de diseños, en cuanto a tiempo, novedad y obtención de los insumos que se requieran para la elaboración de las faldas. 4. Su finalidad es ofrecer al público lo que más quiere y lo mejor posible. 5. Realizará tres diseños al año y se cancelará por cada uno. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 88. Perfil del cargo del diseñador

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Diseñadora(O)	CÓDIGO: 005	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: : Profesional en Diseño de Moda EXPERIENCIA: Dos años EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Práctica en Diseños. Curso Diseño y Patronaje.	
RESPONSABILIDADES	CUMPLIMIENTO: Debe cumplir con los diseños a tiempo. PRECISIÓN: Diseños bien definidos MATERIALES: Uso adecuado de los elementos de trabajo	
ESFUERZO	MENTAL: Leve. VISUAL: Alto FÍSICO: Normal	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de mota y polvillo que arrojan los materiales. RIESGOS: Cortaduras con riesgo de incapacidad normal. Enfermedades ergonómicas.	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 89. Manual de funciones del operario de corte

	OPERARIO DE CORTE		Código: 006
	FUNCIONES		
	CONFECCIONES SARAY		
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo:		CORTADOR	
Cargos que le reportan			
Jefe Inmediato		JEFE DE PRODUCCIÓN	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO			
Ubicar las telas en los respectivos mesones, realizar el trazo según los diseños y cortar las prendas con la cortadora, desarrollando las diferentes ordenes de producción, patronaje y corte			
III. FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estar pendiente de los diseños que se le entregan 2. Maximizar los recursos disponibles para la elaboración de las faldas 3. Entregar datos del largo del trazo, promediar y dar totales de faldas cortadas por color y tallas. 4. Ubicar las telas en lugares limpios, cerca al sitio de trabajo 5. Realizar el corte en bloque y el habilitado. 6. Verificar que halla inventario de los materiales que se necesitan para el proceso 7. Generar orden de pedido para la revisión y aprobación del gerente cuando se requiera material. 8. Cuidar los elementos de trabajo. 9. Tener los implementos de trabajo organizados y puestos a la hora de estar en su sitio de trabajo. 10. Mantener en orden su sitio de trabajo. 11. Cumplir las demás funciones que le sean asignadas por el jefe de Producción. 			
ELABORÓ		REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 90. Perfil del cargo del operario de corte

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Cortador	CÓDIGO: 006	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: TÉCNICO EN CORTE DE CONFECCIONES EXPERIENCIA: tres años en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Demostrar facilidad para elaboración de los trazos, práctica en el manejo de la cortadora.	
RESPONSABILIDADES	CUMPLIMIENTO: Debe cumplir con la orden de producción a tiempo PRECISIÓN: Sus cortes deben ser exactos no se permiten errores. MATERIALES: Distribuir los moldes en forma adecuada evitando desperdicios del material. Buen uso de los elementos de trabajo, establecer revisiones periódicas, responder por los moldes.	
ESFUERZO	MENTAL: Leve. VISIÓN: Alta FÍSICO: Alto, normalmente debe permanecer de pie y maniobrando con sus manos la maquinaria lo que exige un esfuerzo adicional.	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de mota y polvillo que arrojan los materiales RIESGOS: Cortaduras con riesgo de incapacidad normal. Enfermedades ergonómicas	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 91. Manual de funciones del operario de calidad, terminados y despeluzado

	OPERARIO DE CALIDAD TERMINADOS Y DESPELUZADO		Código: 007
	FUNCIONES		
	CONFECCIONES SARAY		
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del cargo:		OPERARIO DE CALIDAD, TERMINADO Y DESPELUZADO	
Cargos que le reportan			
Jefe Inmediato		JEFE DE PRODUCCIÓN	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO			
Verificar el estado de la prenda, que esté en perfectas condiciones para poder empacarlo y ser entregado al cliente.			
III. FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir la mercancía y verificar que todas las costuras estén perfectas y retirarle los restos de hilos que le quedan (Control de Calidad). 2. Entregarle al ensamblador los insumos necesarios para completar la prenda. 3. Darle el visto bueno para entregarle al empacador y poder realizar el almacenamiento de la producción. 4. En caso de que una prenda esté en pésimas condiciones hará la anotación respectiva y la devolución a ensamble. 5. Colocar todos los accesorios a las faldas, para pasar a plancharlas, antes de empaque. 6. Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el jefe de Producción. 			
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	


Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 92. Perfil del cargo de operario de calidad, terminado y despeluzado

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Operario de Calidad, Terminado y Despeluzado	CÓDIGO: 007	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Bachiller EXPERIENCIA: Un año experiencia en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Habilidad y rapidez en despeluzado	
RESPONSABILIDADES	MATERIALES: Manejo de los implementos asignados para la actividad.	
ESFUERZO	MENTAL: Nivel medio- bajo VISIÓN: Alta FÍSICO: Medio-Alto Mantenerse por mucho tiempo de pie en una sola posición.	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de mota y polvillo que arrojan los materiales RIESGOS: Cortaduras con riesgo de incapacidad normal. Enfermedades ergonómicas	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 93. Manual de funciones del operario de planchado

	OPERARIO DE PLANCHADO	Código: 008
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	OPERARIO DE PLANCHADO	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
Verificar el estado de la prenda, que esté en perfectas condiciones para poder planchar y pasa al empaque.		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir la prenda y organizar la planchada revisando que no haya ningún desperfecto. 2. Verificar y ordena por tallas para pasa al empaque 3. Tener cuidado con no ir a quemar una prenda 4. Velar por el funcionamiento de los equipos a su cargo 5. Informar al jefe de producción por cualquier inconveniente de la prenda. 6. Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el jefe de Producción. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 94. Perfil del cargo de planchado

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Operario de Planchado	CÓDIGO: 008	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Bachiller EXPERIENCIA: Un año experiencia en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Habilidad y rapidez en el planchado	
RESPONSABILIDADES	MATERIALES: Manejo de los implementos asignados para la actividad	
ESFUERZO	MENTAL: Bajo VISIÓN: Media-Alta FÍSICO: Medio-Alto Mantenerse por mucho tiempo en una sola posición de pie, al calor	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de corrientes de aire, llovizna RIESGOS: Calor, altas y bajas temperaturas Enfermedades ergonómicas	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 95. Manual de funciones del operario de empaque y almacenamiento

	OPERARIO DE EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO	Código: 009
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	OPERARIO DE EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	JEFE DE PRODUCCIÓN	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
Verificar el estado de la prenda, que esté en perfectas condiciones para poder empacarlo y ser entregado al cliente.		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir la mercancía y verificar que todas las prendas estén planchadas y por tallas 2. Colocar referencias, marquillas y empacar en bolsas 3. Clasificar y organizar las prendas por tallas. 4. Colocar las prendas en los estantes antes de entregar pedidos 5. Clasificar y ordenar y marcar pedidos 6. Llevar un estricto control de empaque y entrega de pedidos. 7. Ordenar y mantener aseado el almacén de productos terminados y materias primas. 8. Comunicar al jefe de producción sobre inventarios de productos terminados y de materias primas. 9. Informar al jefe de producción sobre los requerimientos de materias primas de acuerdo a la orden de pedidos.. 10. Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el jefe de Producción. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ


Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 96. Perfil del cargo de operario de empaque y almacenamiento

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Operario de empaque y almacenamiento	CÓDIGO: 009	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Bachiller EXPERIENCIA: Un año experiencia en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Habilidad y rapidez en empaque, almacenamiento, e inventarios	
RESPONSABILIDADES	MATERIALES: Es responsable por el almacén de materias primas y de producto terminado.	
ESFUERZO	MENTAL: Medio- alto. VISIÓN: Alta FÍSICO: medio-alto.	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de mota y polvillo que arrojan los materiales RIESGOS: Hernias, peso excesivos, incapacidad normal. Enfermedades ergonómicas.	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 97. Manual de funciones del vendedor

	VENDEDOR	Código: 010
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	VENDEDOR	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	GERENTE	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
.Responder por la venta de la mercancía, cartera y entrega de pedidos de acuerdo a los requerimiento de los clientes		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar el recorrido y visita a los clientes 2. Reportar a tiempo los pedidos a producción para su elaboración 3. Entregar pedidos 4. Recuperar la cartera vencida 5. Llevar un control de las ventas 6. Tener actualizado el listado de clientes 7. Responder por muestras, catálogos y mercancía 8. Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el gerente 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 98. Perfil del cargo del vendedor

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Vendedor	CÓDIGO: 009	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Tecnólogo en ventas ó mercadeo, EXPERIENCIA: Tres años de experiencia en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Habilidad contar dinero y prendas Por otra parte debe contar con excelente relaciones personales, y servicio al cliente	
RESPONSABILIDADES	MATERIALES: Es responsable por el daño ó pérdida del producto terminado a su cargo.	
ESFUERZO	MENTAL: Normal VISIÓN: Alta medio. FÍSICO: Medio-alto.	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de mota y polvillo que arrojan los materiales, lluvias, calor, exposición al sol RIESGOS: Robos, Hernias, peso excesivos, incapacidad normal. Enfermedades ergonómicas.	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 99. Manual de funciones de servicios generales

	SERVICIOS GENERALES	Código: 011
	FUNCIONES	
	CONFECCIONES SARAY	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	SERVICIOS GENERALES	
Cargos que le reportan		
Jefe Inmediato	GERENTE	
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO		
Mantener en perfecto estado en cuanto aseo y desinfección, las instalaciones y oficinas de la empresa		
III. FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar el aseo y desinfecciones de instalaciones, oficinas y baños 2. Estar pendiente de la atención y requerimientos de los clientes, personal y directos de la empresa 3. Organizar y controlar los insumos que se le den para sus labores diarias. 4. Comunicar a la gerencia sobre las necesidades de insumo para realizar sus labores perfectamente 5. Mantener las instalaciones en perfecto orden, aseo y desinfección. 6. Cumplir con la jornada laboral acordada con la gerencia de medio tiempo 7. Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por la gerencia. 		
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 100. Perfil del cargo de servicios generales

CONFECCIONES SARAY DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO: Servicios generales	CÓDIGO: 010	FECHA: 04/06/2009
HABILIDADES	EDUCACIÓN: Primaria completa EXPERIENCIA: Un año experiencia en labores similares EDAD: Indiferente DESTREZA MANUAL: Habilidad y rapidez en aseo y desinfección	
RESPONSABILIDADES	SUPERVISIÓN: Revisión de inventario de insumos de aseo y desinfección MATERIALES: Manejo de los implementos asignados para la actividad	
ESFUERZO	MENTAL: Bajo VISIÓN: Mediana FÍSICO: Alto, Mantenerse por mucho tiempo de pie en una sola posición, mala postura	
CONDICIONES AMBIENTALES	MEDIO AMBIENTE: presencia de polvo, suciedad, residuos que arrojan los materiales RIESGOS: Incapacidad normal. Alergias, Enfermedades virales.	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ

Fuente: Autoras del proyecto

4.4 ASIGNACIÓN SALARIAL

De acuerdo a las funciones y tipo de contratación, se le asigna el salario básico, acorde a sus labores, mediante el estudio de las asignaciones que comparativamente pagan las empresas similares en la región y del mercado laboral que reina en el sector. (Véase cuadro 101).

Cuadro 101. Asignación salarial

Cargo	Cantidad	Tipo de contrato	Salario Básico
Gerente	1	A termino fijo	1.200.000
Contador	1	(Honorarios)	250.000
Secretaria auxiliar contable	1	A termino fijo	600.000
Diseñadora	1	Externa por Servicios prestados, Por cada diseño	1.000.000
Jefe de Producción	1	A término fijo	800.000
Operario de corte	1	A término fijo	600.000
Operario de calidad, terminado y despeluzado	1	A término fijo	550.000
Operaria de planchado	2	A término fijo	550.000
Operario de empaque, almacenamiento e inventarios	1	A término fijo	550.000
Vendedores	2	A término fijo	comisiones del 3% sobre ventas
Ensamble	1 ó 2	Talleres satélites	1.500 por falda
Servicios Generales	1	Prestación de servicios	250.000

Fuente: Autoras del proyecto

- El jefe de producción hará labores de escalado y trazado que se estiman en un 50% esa parte corresponde a mano de obra directa, la otra mitad corresponde a mano de obra indirecta y se toma como costo indirecto de fabricación.

- La diseñadora se contratará externamente por colección sus diseños se consideran como mano de obra directa y no indirecta por la forma de pago.
- Se cancelará inicialmente por ensamble de las faldas a todo costo un valor de \$1.500, realizado por talleres satélites externos, se considera mano de obra directa aunque sin asumir prestaciones sociales, etc.
- El operario empaque y el almacén, se considera que el 50% mano de obra directa porque empaca pero el resto es mano de obra indirecta en lo relacionado con el almacenamiento e inventarios de materias primas y producto terminado, es costo indirecto de fabricación.

Por otra parte se señala a continuación la carga prestaciones producto de prestaciones sociales, parafiscales y salud, pensión, riesgos profesionales y dotación que debe asumir el patrón, de acuerdo a la ley.

Cuadro 102. Base salarial del patrono por prestaciones sociales, parafiscales, salud, pensión, riesgos profesionales y dotación

Presepar	Base en %
Cesantías	8.33%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Intereses a las cesantías	1%
Total prestaciones	21.83%
Cajas de Compensación	4%
Sena	2%
Instituto de Bienestar Familiar	3%
Total Parafiscales	9%
Salud	8,5%

Presepar	Base en %
Pensión	12%
Riesgos profesionales	0.522%
Total salud, pensión y ARP	21,022%
Dotación	7%

Fuente:

4.5 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- La Fábrica de Confecciones SARAY, para alcanzar las metas propuestas, llevará a cabo los planes y proyectos propuestos y velará por hacer posible que las personas trabajen efectivamente, para lo cual el tipo de organización de la empresa de diseño y confección de faldas para las mujeres evangélicas y cristianas de Bucaramanga y su Área Metropolitana pertenecerá a las sociedades privadas, constituyéndose como una organización de responsabilidad limitada.
- De acuerdo a los diferentes tipos de organigrama., La Fábrica de Confecciones SARAY, tendrá una estructura de tipo Lineal – Staff, flexible y ágil, centralizando sus atribuciones de gestión del gerente, para lo cual contará con una planta de personal de 9 personas directas, y 5 indirectos por honorarios y prestación de servicios. A los cuales se les cancelarán todos los requerimientos que exige la ley.
- Por otra parte, se formuló la filosofía corporativa, diseñando la visión, misión, objetivos, y políticas que serán su curso de acción para los próximos 5 años.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente capítulo tiene por objeto hacer una presentación detallada, amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participan en la estructura financiera del proyecto; a saber, las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación de cada uno de los productos o servicios, el ingreso derivado de las ventas de los mismos, toda esta información proyectada a cada uno de los periodos que componen el horizonte del proyecto²⁷.

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. Se describe a continuación todos los activos tangibles que requiere la empresa para la elaboración de las faldas, replantados en maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipos de oficina y herramientas. (Véase cuadros 103 a 107).

Cuadro 103. Costo de maquinaria y equipos

Descripción maquinaria y equipos	cantidad	Valor unitario \$ con IVA	Valor total \$ con IVA
Máquina cortadora industrial Brute 8"	1	1.250.000	1.250.000
Máquina de Coser Plana industrial marca PFAFF	1	1.580.000	1.580.000
Máquina Fileteadora Siruba Industrial	1	2.650.000	2.650.000
Plancha Black Decker	2	450.000	900.000
Máquina para broches	1	1.100.000	1.100.000
Equipos de seguridad	3	120.000	360.000
Total			7.840.000

Fuente: Cotizaciones varias

²⁷ Ibíd., p.182.

Cuadro 104. Costo de muebles y enseres

Muebles y enseres	Unidades	Valor unitario \$ con IVA	Valor total \$ con IVA
Escritorio tipo gerente	2	450.000	900.000
Escritorio tipo secretaria	3	270.000	810.000
Silla para gerencia	2	250.000	500.000
Silla para secretaria	3	170.000	510.000
Sillas auxiliares	10	65.000	650.000
Mesas para computadora	3	140.000	420.000
Mesón de corte hecho en madera	1	250.000	250.000
Mesón para inspección de calidad, espeluzado y empaque	1	250.000	250.000
Sillas para maquina, fileteado, botones	5	65.000	325.000
Estante de madera para tipos de telas	6	215.000	1.290.000
Mesa para planchar	2	55.000	110.000
Muebles para accesorios, botones, broches, hilos	1	45.000	45.000
Archivador 4 gavetas	1	380.000	380.000
Total			6.440.000

Fuente: Cotizaciones varias

Cuadro 105. Costo de equipo de oficina

Concepto	Unidades	Valor unitario \$ con IVA	Valor total \$ con IVA
Computadora (impresora, estabilizador)	3	1.550.000	4.650.000
Ventiladores	2	137.000	274.000
Telefax	1	350.000	350.000
Teléfonos	3	120.000	360.000
Total			5.634.000

Fuente: Cotizaciones varias

Cuadro 106. Costo de herramientas

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Alfileres por caja	5	2.000	10.000
Metros	5	1.500	6.000
Tijeras	5	25.000	50.000
Espeluzadores	5	1.000	4.000
Tiqueteador	2	50.000	100.000
Total			330.000

Fuente: Cotizaciones varias

Cuadro 107. Total de inversión fija

Inversión	Valor total \$ con IVA
Maquinaria y equipos	7.840.000
Muebles y enseres	6.440.000
Equipos de oficina	5.634.000
Herramientas	330.000
Total	20.244.000

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.2 Inversión diferida. Se presentan los costos o gastos necesarios de intangibles pre operativos que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales, como Estudios, constitución, patentes, licencias, costos de diseños, lanzamiento de la empresa, entre otros). (Véase cuadro 108)

Cuadro 108. Inversión diferida

Concepto	Valor \$
Estudio de factibilidad	2.500.000
Software paquete empresarial Timax	1.300.000
Adecuaciones locativas de producción	2.300.000
Diseño	1.000.000
Publicidad de lanzamiento	1.175.000
Constitución de la empresa, licencias	1.300.000
Total	9.575.000

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. El monto necesario para prever o mantener en caja el efectivo necesario para cubrir los costos o gastos de funcionamiento normal de la empresa en un periodo de tiempo dado, según sea la política de ventas, para el primer mes de operación. De ahí la importancia de precisar claramente el presupuesto que incurrirá, teniendo en cuenta su estructura y la capacidad inicial y proyectada.

5.1.3.1 Costos de producción

- **Materias Primas.** Para la elaboración de faldas en sus diferentes tipos y tallas se calcula el costo de las materias primas como telas, botones, cierres, hebillas y marquillas, requeridas de acuerdo a la capacidad inicial, por falda y su valor año y para el primer mes. (Véase cuadros 109 al 114).

Cuadro 109. Costo de la tela por tipo de falda y talla

Tipo de falda	Tallas	Total mts/ año 1	Costo \$/metro	Costo total \$/año	Costo total \$/mes
Falda en jean	Talla M	2.281	7.500	17.109.682	1.425.807
	Talla S	1.740	7.500	13.051.106	1.087.592
	Talla L	1.114	7.500	8.355.891	696.324
	Talla XL	285	7.500	2.138.710	178.226

Tipo de falda	Tallas	Total mts/ año 1	Costo \$/metro	Costo total \$/año	Costo total \$/mes
	Sub total	5.421	7.500	40.655.389	3.387.949
Falda en dril	Talla m	2.017	6.500	13.110.949	1.092.579
	Talla S	1.561	6.500	10.147.265	845.605
	Talla L	1.013	6.500	6.585.965	548.830
	Talla XL	263	6.500	1.707.472	142.289
	Sub total	4.854	6.500	31.551.652	2.629.304
Falda en lino	Talla m	1.922	3.500	6.726.533	560.544
	Talla S	1.492	3.500	5.220.326	435.027
	Talla L	971	3.500	3.396.787	283.066
	Talla XL	252	3.500	882.718	73.560
	Sub total	4.636	3.500	16.226.364	1.352.197
Total		14.911		88.433.406	7.369.450

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 110. Costo de botones por tipo de falda y talla

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Und por falda	Und totales	Valor Und \$	Valor total \$ año	Valor total \$ mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	8	22.813	150	3.421.936	285.161
	Talla S	2.122	8	16.977	150	2.546.557	212.213
	Talla L	1.326	8	10.611	150	1.591.598	132.633
	Talla XL	332	8	2.653	150	397.900	33.158
	Subtotal	6.632	8	53.053	150	7.957.991	663.166
Falda en Dril	Talla M	2.689	2	5.379	150	806.828	67.236
	Talla S	2.001	2	4.003	150	600.430	50.036
	Talla L	1.251	2	2.502	150	375.269	31.272
	Talla XL	313	2	625	150	93.817	7.818
	Subtotal	6.254	2	12.509	150	1.876.343	156.362
Falda en Lino	Talla M	2.746	1	2.746	80	219.642	18.303
	Talla S	2.043	1	2.043	80	163.454	13.621

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Und por falda	Und totales	Valor Und \$	Valor total \$ año	Valor total \$ mes
	Talla L	1.277	1	1.277	80	102.159	8.513
	Talla XL	319	1	319	80	25.540	2.128
	Subtotal	6.385	1	6.385	80	510.795	42.566
Total		19.271				10.345.130	862.094

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 111. Costo de los cierres por tipo de falda y talla

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Und por falda	Und totales	Valor Und \$	Valor total \$ año	Valor total \$ mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	0	0	300	0	0
	Talla S	2.122	0	0	300	0	0
	Talla L	1.326	0	0	300	0	0
	Talla XL	332	0	0	300	0	0
	Sub total	6.632	0	0	300	0	0
Falda en dril	Talla M	2.689	1	2.689	300	806.828	67.236
	Talla S	2.001	1	2.001	300	600.430	50.036
	Talla L	1.251	1	1.251	300	375.269	31.272
	Talla XL	313	1	313	300	93.817	7.818
	Sub total	6.254	1	6.254	300	1.876.343	156.362
Falda en lino	Talla m	2.746	1	2.746	300	823.657	68.638
	Talla S	2.043	1	2.043	300	612.954	51.080
	Talla L	1.277	1	1.277	300	383.096	31.925
	Talla XL	319	1	319	300	95.774	7.981
	Sub total	6.385	1	6.385	300	1.915.482	159.623
Total		19.271				3.791.825	315.985

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 112. Costo hebillas por tipo de falda y talla

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Und por falda	Und totales	Valor Und \$	Valor total \$ año	Valor total \$mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	1	2.852	250	712.903	59.409
	Talla S	2.122	1	2.122	250	530.533	44.211
	Talla L	1.326	1	1.326	250	331.583	27.632
	Talla XL	332	1	332	250	82.896	6.908
	Sub total	6.632	1	6.632	250	1.657.915	138.160
Falda en dril	Talla M	2.689	2	5.379	250	1.344.713	112.059
	Talla S	2.001	2	4.003	250	1.000.716	83.393
	Talla L	1.251	2	2.502	250	625.448	52.121
	Talla XL	313	2	625	250	156.362	13.030
	Sub total	6.254	2	12.509	250	3.127.239	260.603
Falda en lino	Talla M	2.746	0	0	250	0	0
	Talla S	2.043	0	0	250	0	0
	Talla L	1.277	0	0	250	0	0
	Talla XL	319	0	0	250	0	0
	Sub total	6.385	0	0	250	0	0
Total		19.271				4.785.154	398.763

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 113. Costo de marquillas por tipo de falda y talla

Tipo de falda	Tallas	Total faldas año 1	Und por falda	Und totales	Valor Und \$	Valor total \$ año	Valor total \$mes
Falda en Jean	Talla m	2.852	1	2.852	50	142.581	11.882
	Talla S	2.122	1	2.122	50	106.107	8.842
	Talla L	1.326	1	1.326	50	66.317	5.526
	Talla XL	332	1	332	50	16.579	1.382
	Sub total	6.632	1	6.632	50	331.583	27.632
Falda en dril	Talla m	2.689	1	2.689	50	134.471	11.206
	Talla S	2.001	1	2.001	50	100.072	8.339
	Talla L	1.251	1	1.251	50	62.545	5.212
	Talla XL	313	1	313	50	15.636	1.303
	Sub total	6.254	1	6.254	50	312.724	26.060
Falda en lino	Talla m	2.746	1	2.746	50	137.276	11.440
	Talla S	2.043	1	2.043	50	102.159	8.513
	Talla L	1.277	1	1.277	50	63.849	5.321
	Talla XL	319	1	319	50	15.962	1.330
	Sub total	6.385	1	6.385	50	319.247	26.604
Total		19.271				963.554	80.296

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 114. Costo total de materias primas

Tipo de falda	Tallas	Costo tela	Costo botones	Costo cierres	Costo hebillas	Costo de marquillas	Costo total MP\$/año	Costo total MP\$/mes
Falda en Jean	Talla M	17.109.682	3.421.936	0	712.903	142.581	21.387.102	1.782.259
	Talla S	13.051.106	2.546.557	0	530.533	106.107	16.234.303	1.352.859
	Talla L	8.355.891	1.591.598	0	331.583	66.317	10.345.389	862.116
	Talla XL	2.138.710	397.900	0	82.896	16.579	2.636.085	219.674
	Sub total	40.655.389	7.957.991	0	1.657.915	331.583	50.602.878	4.216.907
Falda en dril	Talla M	13.110.949	806.828	806.828	1.344.713	134.471	16.203.789	1.350.316
	Talla S	10.147.265	600.430	600.430	1.000.716	100.072	12.448.913	1.037.409
	Talla L	6.585.965	375.269	375.269	625.448	62.545	8.024.495	668.708
	Talla XL	1.707.472	93.817	93.817	156.362	15.636	2.067.105	172.259
	Sub total	31.551.652	1.876.343	1.876.343	3.127.239	312.724	38.744.302	3.228.692
Falda en lino	Talla M	6.726.533	219.642	823.657	0	137.276	7.907.108	658.926
	Talla S	5.220.326	163.454	612.954	0	102.159	6.098.894	508.241
	Talla L	3.396.787	102.159	383.096	0	63.849	3.945.892	328.824
	Talla XL	882.718	25.540	95.774	0	15.962	1.019.994	84.999
	Sub total	16.226.364	510.795	1.915.482	0	319.247	18.971.888	1.580.991
Total		88.433.406	10.345.130	3.791.825	4.785.154	963.554	108.319.068	9.026.589

Fuente: Autoras del proyecto

- **Mano obra directa.** Se calcula a continuación el costo de mano de obra directa, que hace parte del diseño, elaboración, ensamble y terminado de las faldas, correspondientes a los operarios de corte, calidad, terminado y despeluzado, planchado, empaque y almacenamiento.

Se incluye el 50% del jefe de producción que hará las funciones de escalado y trazado, igualmente el valor del ensamble por parte de los talleres satélites y el del diseño que aunque se paguen externamente forman parte directa del costo de las faldas. (Véase cuadros del 115 al 118).

Cuadro 115. Mano de obra directa

Concepto	Jefe de producción (50%)	Operario de corte	Operario de despeluzado y calidad	Operario de planchado (2 Op)	Operario de empaque, almacén	Total mano de obra
Sueldo mes	800.000	600.000	550.000	1.100.000	550.000	3.600.000
Subsidio de transporte	59.300	59.300	59.300	118.600	59.300	355.800
Prima 8,33%	66.640	49.980	45.815	91.630	45.815	299.880
Vacaciones 4,17%	33.360	25.020	22.935	45.870	22.935	150.120
Cesantías 8,33%	66.640	49.980	45.815	91.630	45.815	299.880
Intereses cesantías 1%	5.551	4.163	3.816	7.633	3.816	24.980
Caja de Compensación Familiar 4%	32.000	24.000	22.000	44.000	22.000	144.000
I.C.B.F. 3%	24.000	18.000	16.500	33.000	16.500	108.000
SENA 2%	16.000	12.000	11.000	22.000	11.000	72.000
Salud 8,5%	68.000	51.000	46.750	93.500	46.750	306.000
Pensión 12%	96.000	72.000	66.000	132.000	66.000	432.000
Riesgos Profesionales 0,522%	4.176	3.132	2.871	5.742	2.871	18.792
Dotación 7%	56.000	42.000	38.500	77.000	38.500	252.000
Total mes	1.327.667	1.010.575	931.302	1.862.605	931.302	6.063.452
Total año	15.932.005	12.126.904	11.175.629	22.351.257	11.175.629	72.761.424
Directa (50%)	7.966.003	12.126.904	11.175.629	22.351.257	5.587.814	59.207.607
Indirecta (50%)	7.966.003				5.587.814	13.553.817

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 116. Costo del valor de diseños

Concepto	# diseños por año	Valor por diseño	Total costo diseño año
Diseño	3	1.000.000	3.000.000

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 117. Costo de ensamble

Tipo de falda	Tallas	faldas año 1	Costo de ensamble por falda	Costo total \$/año	Costo total \$/mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	1.500	4.277.420	356.452
	Talla S	2.122	1.500	3.183.197	265.266
	Talla L	1.326	1.500	1.989.498	165.791
	Talla XL	332	1.500	497.374	41.448
	Sub total	6.632	1.500	9.947.489	828.957
Falda en dril	Talla M	2.689	1.500	4.034.138	336.178
	Talla S	2.001	1.500	3.002.149	250.179
	Talla L	1.251	1.500	1.876.343	156.362
	Talla XL	313	1.500	469.086	39.090
	Sub total	6.254	1.500	9.381.717	781.810
Falda en lino	Talla M	2.746	1.500	4.118.286	343.190
	Talla S	2.043	1.500	3.064.771	255.398
	Talla L	1.277	1.500	1.915.482	159.623
	Talla XL	319	1.500	478.870	39.906
	Sub total	6.385	1.500	9.577.408	798.117
Total		19.271	1.500	28.906.615	2.408.885

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 118. Resumen del costo de mano de obra directa

Concepto	Costo \$/año	Costo \$/mes
Diseño	3.000.000	1.000.000
Ensamble	28.906.615	2.408.885
Jefe de producción (50%)	7.966.003	663.834
Operario de corte	12.126.904	1.010.575
Operario despeluzado y calidad	11.175.629	931.302
Operario de planchado	22.351.257	1.862.605
Operario de empaque y almacén (50%)	5.587.814	465.651
Total	91.114.222	8.342.852

- **Costos indirectos fabricación.** Hacen parte de los costos indirectos de fabricación CIF, la mano de obra indirecta, (M.O.I), materiales indirectos, insumos, depreciación, mantenimiento, y otros C.I.F (80% del canon de arrendamiento y los seguros) correspondientes al área de producción. (Véase cuadros del 119 al 125).

Cuadro 119. Costo de mano de obra indirecta

Concepto	Costo \$/año	Costo \$/mes
Jefe de producción (50%)	7.966.003	663.834
Operario de empaque y almacén (50%)	5.587.814	465.651
Total	13.553.817	1.129.485

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 120. Costo de materiales indirectos

Tipo de falda	Tallas	faldas año 1	# bolsas por falda	Costo por bolsa	Costo total\$/año	Costo total \$/mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	1	150,00	427.742	35.645
	Talla S	2.122	1	150,00	318.320	26.527
	Talla L	1.326	1	150,00	198.950	16.579
	Talla XL	332	1	150,00	49.737	4.145
	Sub total	6.632	1	150,00	994.749	82.896
Falda en dril	Talla M	2.689	1	150,00	403.414	33.618
	Talla S	2.001	1	150,00	300.215	25.018
	Talla L	1.251	1	150,00	187.634	15.636
	Talla XL	313	1	150,00	46.909	3.909
	Sub total	6.254	1	150,00	938.172	78.181
Falda en lino	Talla M	2.746	1	150,00	411.829	34.319
	Talla S	2.043	1	150,00	306.477	25.540
	Talla L	1.277	1	150,00	191.548	15.962
	Talla XL	319	1	150,00	47.887	3.991
	Sub total	6.385	1	150,00	957.741	79.812
Total		19.271	1	150,00	2.890.661	240.888

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 121. Costo de insumos

Concepto	Unidad	Valor Ud.	cantidad mes	Valor mes	Valor año
Energía	KW	423	500	211.500	2.538.000
Suavizante para el planchado	1000 ml	3.200	12	38.400	460.800
Total				249.900	2.998.800

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 122. Costo de depreciación de producción

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Maquinaria y equipo	7.840.000	10	784.000	65.333	3.920.000
Herramientas	330.000	5	66.000	5.500	-
Total	8.170.000		850.000	70.833	3.920.000

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 123. Costo de mantenimiento de producción

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipo	7.840.000	0,05	392.000	32.667
Herramientas	330.000	0,05	16.500	1.375
TOTAL	8.170.000		408.500	34.042

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 124. Costo de otros CIF (Seguros de producción)

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Maquinaria y equipo	7.840.000	0,01	78.400	6.533
Total	7.840.000		78.400	6.533

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 125. Resumen de CIF

Concepto	Costo \$/Mes	Costo \$/año
Mano de obra indirecta	1.129.485	13.553.817
Materiales indirectos	240.888	2.890.661
Insumos	249.900	2.998.800
Depreciación	70.833	850.000
Mantenimiento	34.042	408.500
Arriendo (80%)	440.000	5.280.000

Concepto	Costo \$/Mes	Costo \$/año
Otros cif(Seguros)	6.533	78.400
Total	2.171.682	26.060.178

Fuente: Autoras del proyecto

- **Total costos de producción.** Una vez realizado los respectivos cálculos de los costos de materias primas, mano de obra directa y los CIF, se presenta el resumen general para el primer y año. (Véase cuadro 126).

Cuadro 126. Resumen de costos de producción

Concepto	Costo \$/mes	Costo \$/año
Materias prima	9.026.589	108.319.068
Mano de obra directa	8.342.852	91.114.222
C.I.F	2.171.682	26.060.178
Total	19.541.122	225.493.469

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Se incluye en este numeral los gastos de administración y ventas correspondientes a nómina administrativa, depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina, amortización de diferidos y gastos generales, para el primer mes y año. (Véase cuadros 127 al 131)

Cuadro 127. Nómina administrativa

Concepto	Gerente	Secretaria auxiliar contable	Total Nómina
Sueldo mes	1.200.000	600.000	1.800.000
Subsidio de transporte		59.300	59.300
Prima 8,33%	99.960	49.980	149.940
Vacaciones 4,17%	50.040	25.020	75.060
Cesantías 8,33%	99.960	49.980	149.940
Intereses cesantías 1%	8.327	4.163	12.490

Concepto	Gerente	Secretaria auxiliar contable	Total Nómina
Caja de Compensación Familiar 4%	48.000	24.000	72.000
I.C.B.F. 3%	36.000	18.000	54.000
SENA 2%	24.000	12.000	36.000
Salud 8,5%	102.000	51.000	153.000
Pensión 12%	144.000	72.000	216.000
Riesgos Profesionales 0,522%	6.264	3.132	9.396
Dotación 7%		42.000	42.000
Total mes	1.818.551	1.010.575	2.829.126
Total año	21.822.608	12.126.904	33.949.512

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 128. Depreciación administrativa

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Muebles y enseres	6.440.000	10	644.000	53.667	3.220.000
Equipo de oficina	5.634.000	5	1.126.800	93.900	-
Total	12.074.000		1.770.800	147.567	3.220.000

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 129. Amortización de diferidos

Activo	Valor del activo	Años Amortizables	Amortización \$ año	Valor \$mes
Diferidos	9.575.000	5	1.915.000	159.583
Total	9.575.000		1.915.000	159.583

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 130. Gastos generales

Concepto	Valor mes \$	Valor \$/año
Honorarios Contador	250.000	3.000.000
Prestación de servicios	250.000	3.000.000
Comisiones	1.444.597	16.916.325
Arriendo	110.000	1.320.000
Publicidad	710.000	8.520.000
Transporte	300.000	3.600.000
Mantenimiento	50.308	603.700
Seguros	10.062	120.740
Servicios públicos	320.000	3.840.000
Papelería	60.000	720.000
Industria y comercio	69.341	832.088
Aseo y cafetería	50.000	600.000
Total	3.624.308	43.072.853

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 131. Resumen de gastos de administración y de ventas

Concepto	Valor \$ mes	Valor \$año
Nómina	2.829.126	33.949.512
Depreciación	147.567	1.770.800
Amortización de diferidos	159.583	1.915.000
Gastos generales	3.624.308	43.072.853
Total	6.760.584	80.708.165

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.3.3 Gastos financieros (Intereses). De acuerdo al crédito se presenta los gastos financieros que la empresa debe cancelar en el primer mes y año por concepto de intereses. (Véase cuadro 132).

Cuadro 132. Gastos financieros

Concepto	mes 1	Año 1
Intereses	480.356	5.428.128
Total	480.356	5.428.128

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.3.4 Total capital de trabajo. Realizado los respectivos cálculos se presenta el resumen del capital de trabajo requerido para el primer mes de operación normal, por concepto de costos de producción, gastos de administración y ventas y gastos financieros, descontando aquellos valores que generan salida de dinero en ese periodo, como la depreciación, la amortización de diferidos y la carga prestacional. (Véase cuadro 133).

Cuadro 133. Resumen capital de trabajo

Concepto	Valor mes \$
Costos de producción	18.695.429
Gastos de administración y ventas	6.066.004
Gastos financieros (Intereses)	480.356
Total	25.241.789

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.4 Inversión total. La inversión total requerida para futuro montaje de la fábrica de confección de faldas para las mujeres evangélicas cristianas, es de \$55.060.789, correspondiente a inversión fija \$20.244.000, inversión diferida \$9.575.000, y capital de trabajo de \$25.241.789. (Véase cuadro 134).

Cuadro 134. Inversión total

Descripción	Valor (\$)
Inversión fija	20.244.000
Inversión diferida	9.575.000
Capital de trabajo	25.241.789
Total	55.060.789

Fuente: Autoras del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. Realizado el respectivo análisis y estudio de las diferentes fuentes de financiamiento, para cubrir el monto total de \$55.060.789, se decidió que se acudirá a un crédito bancario por un valor de \$30.000.000, que representa el 54% del total de la inversión, y el restante 46% será aportado por la autoras del proyecto equivalente a \$25.060.789, en partes iguales. (Véase cuadro 135).

Cuadro 135. Fuentes de financiamiento

Recursos	Valor \$	Porcentaje %
Recursos crédito	30.000.000	54
Recursos propios	25.060.789	46
Total	55.060.789	100

Fuente: Autoras del proyecto

Estudiadas las diferentes fuentes de financiación se optó por tramitar un crédito ante el Banco Agrario, mediante un crédito especial, que se asumirá al momento de iniciar las actividades, el cual tiene las siguientes características:

Capital solicitado \$30.000.000

Tasa Nominal: 19,21%(Junio de 2.009)

Plazo: 60 meses

Cuotas Variables Mensuales

Tasa de interés mensual del 1,60%

De acuerdo con las disposiciones de la entidad, la tabla de amortización se presenta en el siguiente cuadro; (Véase cuadro 136).

Cuadro 136. Amortización del crédito

Nro. Cuota	Saldo Cap.	CAP	Int	Segvida	Vr. Cuota
1	30.000.000	301.401	480.356	15.344	797.101
2	29.698.599	306.227	475.530	15.186	796.943
3	29.392.372	311.130	470.627	15.025	796.782
4	29.081.242	316.112	465.645	14.862	796.619
5	28.765.130	321.174	460.583	14.696	796.453
6	28.443.956	326.316	455.441	14.527	796.284
7	28.117.640	331.541	450.216	14.356	796.113
8	27.786.099	336.850	444.907	14.182	795.939
9	27.449.249	342.243	439.514	14.005	795.762
10	27.107.006	347.723	434.034	13.826	795.583
11	26.759.283	353.291	428.466	13.643	795.400
12	26.405.992	358.948	422.809	13.458	795.215
Año 1	26.405.992	3.952.956	5.428.128	173.110	9.554.194
13	26.047.044	364.695	417.062	13.269	795.026
14	25.682.349	370.535	411.222	13.078	794.835
15	25.311.814	376.468	405.289	12.883	794.640
16	24.935.346	382.496	399.261	12.686	794.443
17	24.552.850	388.620	393.137	12.485	794.242
18	24.164.230	394.843	386.914	12.281	794.038
19	23.769.387	401.165	380.592	12.074	793.831
20	23.368.222	407.588	374.169	11.863	793.620
21	22.960.634	414.114	367.643	11.649	793.406
22	22.546.520	420.745	361.012	11.432	793.189
23	22.125.775	427.482	354.275	11.211	792.968
24	21.698.293	434.327	347.430	10.986	792.743
Año 2	21.698.293	4.783.078	4.598.006	145.897	9.526.981

Nro. Cuota	Saldo Cap.	CAP	Int	Segvida	Vr. Cuota
25	21.263.966	441.281	340.476	10.758	792.515
26	20.822.685	448.347	333.410	10.527	792.284
27	20.374.338	455.526	326.231	10.291	792.048
28	19.918.812	462.820	318.937	10.052	791.809
29	19.455.992	470.230	311.527	9.809	791.566
30	18.985.762	477.759	303.998	9.562	791.319
31	18.508.003	485.409	296.348	9.312	791.069
32	18.022.594	493.182	288.575	9.057	790.814
33	17.529.412	501.078	280.679	8.798	790.555
34	17.028.334	509.102	272.655	8.535	790.292
35	16.519.232	517.253	264.504	8.268	790.025
36	16.001.979	525.535	256.222	7.996	789.753
Año 3	16.001.979	5.787.522	3.593.562	112.965	9.494.049
37	15.476.444	533.950	247.807	7.720	789.477
38	14.942.494	542.500	239.257	7.440	789.197
39	14.399.994	551.186	230.571	7.155	788.912
40	13.848.808	560.012	221.745	6.866	788.623
41	13.288.796	568.979	212.778	6.572	788.329
42	12.719.817	578.089	203.668	6.273	788.030
43	12.141.728	587.345	194.412	5.970	787.727
44	11.554.383	596.750	185.007	5.661	787.418
45	10.957.633	606.305	175.452	5.348	787.105
46	10.351.328	616.013	165.744	5.030	786.787
47	9.735.315	625.876	155.881	4.707	786.464
48	9.109.439	635.898	145.859	4.378	786.135
Año 4	9.109.439	7.002.903	2.378.181	73.120	9.454.204
49	8.473.541	646.080	135.677	4.044	785.801
50	7.827.461	656.425	125.332	3.705	785.462
51	7.171.036	666.935	114.822	3.360	785.117
52	6.504.101	677.614	104.143	3.010	784.767

Nro. Cuota	Saldo Cap.	CAP	Int	Segvida	Vr. Cuota
53	5.826.487	688.464	93.293	2.655	784.412
54	5.138.023	699.488	82.269	2.293	784.050
55	4.438.535	710.688	71.069	1.926	783.683
56	3.727.847	722.067	59.690	1.553	783.310
57	3.005.780	733.629	48.128	1.174	782.931
58	2.272.151	745.376	36.381	789	782.546
59	1.526.775	757.310	24.447	398	782.155
60	769.465	769.465	12.321	-	781.786
Año 5		8.473.541	907.572	24.907	9.406.020
Totales	0	30.000.000	16.905.449	529.999	47.435.448

Fuente: Autoras del proyecto

5.2 COSTOS

Dependiendo de la incidencia de los costos sobre los tipos de faldas y tallas, se calculan los costos fijos y variables, para determinar el valor de los costos totales unitarios y precio de venta.

5.2.1 Costos y gastos fijos. Los costos fijos son aquellos costos y gastos que permanecen constantes vendase o no, entre ellos están la nómina, algunos costos indirectos como la depreciación, la amortización de diferidos, y demás gastos, incluido los financieros, como los intereses.

Cuadro 137. Costos y gastos fijos totales

Costos fijos	Totales
Nómina	33.949.512
Depreciación de producción	850.000
Depreciación de Administración	1.770.800
Amortización diferidos	1.915.000

Costos fijos	Totales
Honorarios Contador	3.000.000
Prestación de servicios	3.000.000
Arriendo	1.320.000
Transporte	3.600.000
Publicidad	8.520.000
Mantenimiento	603.700
Seguros	120.740
Papelería	720.000
Aseo y cafetería	600.000
Mantenimiento de producción	408.500
Arriendo de producción	5.280.000
Seguro de producción	78.400
Gastos financieros	5.428.128
Total costos fijos	71.164.780

Fuente: Autoras del proyecto

Para mayor claridad se calcula para cada tipo de falda y sus respectivas tallas, de acuerdo al grado proporcional frente a las ventas, partiendo del monto total requerido en cada una de las cuentas que intervienen. (Véase cuadros 138 a 140).

Cuadro 138. Costos y gastos fijos de la falda en Jean

Costos fijos	Falda en Jean				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Nómina	6.789.902	5.092.427	3.394.951	678.990	33.949.512
Depreciación de producción	170.000	127.500	85.000	17.000	850.000
Depreciación de Administración	354.160	265.620	177.080	35.416	1.770.800
Amortización diferidos	383.000	287.250	191.500	38.300	1.915.000

Costos fijos	Falda en Jean				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Honorarios Contador	600.000	450.000	300.000	60.000	3.000.000
Prestación de servicios	600.000	450.000	300.000	60.000	3.000.000
Arriendo	264.000	198.000	132.000	26.400	1.320.000
Transporte	720.000	540.000	360.000	72.000	3.600.000
Publicidad	1.704.000	1.278.000	852.000	170.400	8.520.000
Mantenimiento	120.740	90.555	60.370	12.074	603.700
Seguros	24.148	18.111	12.074	2.415	120.740
Papelería	144.000	108.000	72.000	14.400	720.000
Aseo y cafetería	120.000	90.000	60.000	12.000	600.000
Mantenimiento de producción	81.700	61.275	40.850	8.170	408.500
Arriendo de producción	1.056.000	792.000	528.000	105.600	5.280.000
Seguro de producción	15.680	11.760	7.840	1.568	78.400
Gastos financieros	1.085.626	814.219	542.813	108.563	5.428.128
Total costos fijos	14.232.956	10.674.717	7.116.478	1.423.296	71.164.780

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 139. Costos y gastos fijos para la falda en dril

Costos fijos	Falda en dril				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Nómina	5.092.427	3.734.446	2.376.466	678.990	33.949.512
Depreciación de producción	127.500	93.500	59.500	17.000	850.000
Depreciación de Administración	265.620	194.788	123.956	35.416	1.770.800
Amortización diferidos	287.250	210.650	134.050	38.300	1.915.000
Honorarios Contador	450.000	330.000	210.000	60.000	3.000.000
Prestación de servicios	450.000	330.000	210.000	60.000	3.000.000
Arriendo	198.000	145.200	92.400	26.400	1.320.000
Transporte	540.000	396.000	252.000	72.000	3.600.000
Publicidad	1.278.000	937.200	596.400	170.400	8.520.000
Mantenimiento	90.555	66.407	42.259	12.074	603.700
Seguros	18.111	13.281	8.452	2.415	120.740
Papelería	108.000	79.200	50.400	14.400	720.000
Aseo y cafetería	90.000	66.000	42.000	12.000	600.000
Mantenimiento de producción	61.275	44.935	28.595	8.170	408.500
Arriendo de producción	792.000	580.800	369.600	105.600	5.280.000
Seguro de producción	11.760	8.624	5.488	1.568	78.400
Gastos financieros	814.219	597.094	379.969	108.563	5.428.128
Total costos fijos	10.674.717	7.828.126	4.981.535	1.423.296	71.164.780

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 140. Costos y gastos fijos para la falda en lino

Costos fijos	Falda en lino				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Nómina	2.376.466	2.036.971	1.357.980	339.495	33.949.512
Depreciación de producción	59.500	51.000	34.000	8.500	850.000
Depreciación de Administración	123.956	106.248	70.832	17.708	1.770.800
Amortización diferidos	134.050	114.900	76.600	19.150	1.915.000
Honorarios Contador	210.000	180.000	120.000	30.000	3.000.000
Prestación de servicios	210.000	180.000	120.000	30.000	3.000.000
Arriendo	92.400	79.200	52.800	13.200	1.320.000
Transporte	252.000	216.000	144.000	36.000	3.600.000
Publicidad	596.400	511.200	340.800	85.200	8.520.000
Mantenimiento	42.259	36.222	24.148	6.037	603.700
Seguros	8.452	7.244	4.830	1.207	120.740
Papelería	50.400	43.200	28.800	7.200	720.000
Aseo y cafetería	42.000	36.000	24.000	6.000	600.000
Mantenimiento de producción	28.595	24.510	16.340	4.085	408.500
Arriendo de producción	369.600	316.800	211.200	52.800	5.280.000
Seguro de producción	5.488	4.704	3.136	784	78.400
Gastos financieros	379.969	325.688	217.125	54.281	5.428.128
Total costos fijos	4.981.535	4.269.887	2.846.591	711.648	71.164.780

Fuente: Autoras del proyecto

5.2.2 Costos y gastos variables. Corresponde aquellos costos que tienen incidencia en el incremento de unidades a producir y vender, como son las materias primas, mano de obra indirecta, materiales indirectos, insumos y servicios. (Véase cuadro 141).

Cuadro 141. Costos y gastos variables totales

Costos variable	Totales
Materia primas	108.319.068
Mano de obra directa	91.114.222
Mano de obra indirecta	13.553.817
Materiales Indirectos	2.890.661
Insumos	2.998.800
Comisión en ventas	17.335.165
Industria y comercio	832.088
Servicios públicos	3.840.000
Total costos variables	240.883.821

Fuente: Autoras del proyecto

Igualmente se calcula por tipo de falda y tallas correspondientes. (Véase cuadros 142 a 144).

Cuadro 142. Costos y gastos variables de la falda en Jean

Costos variable	Falda en Jean				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Materia primas	21.387.102	16.234.303	10.345.389	2.636.085	108.319.068
Mano de obra directa	18.222.844	13.667.133	9.111.422	1.822.284	91.114.222
Mano de obra indirecta	2.710.763	2.033.073	1.355.382	271.076	13.553.817
Materiales Indirectos	578.132	433.599	289.066	57.813	2.890.661
Insumos	599.760	449.820	299.880	59.976	2.998.800

Costos variable	Falda en Jean				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Comisión en ventas	3.467.033	2.600.275	1.733.517	346.703	17.335.165
Industria y comercio	166.418	124.813	83.209	16.642	832.088
Servicios públicos	768.000	576.000	384.000	76.800	3.840.000
Total costos variables	47.900.053	36.119.016	23.601.864	5.287.380	240.883.821

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 143. Costos y gastos variables de la falda en dril

Costos variable	Falda en dril				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Materia primas	16.203.789	12.448.913	8.024.495	2.067.105	108.319.068
Mano de obra directa	13.667.133	10.022.564	6.377.996	1.822.284	6.377.996
Mano de obra indirecta	2.033.073	1.490.920	948.767	271.076	13.553.817
Materiales Indirectos	433.599	317.973	202.346	57.813	2.890.661
Insumos	449.820	329.868	209.916	59.976	2.998.800
Comisión en ventas	2.600.275	1.906.868	1.213.462	346.703	17.335.165
Industria y comercio	124.813	91.530	58.246	16.642	832.088
Servicios públicos	576.000	422.400	268.800	76.800	3.840.000
Total costos variables	36.088.502	27.031.036	17.304.028	4.718.400	240.883.821

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 144. Costos y gastos variables de la falda en lino

Costos variable	Falda en lino				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Materia primas	7.907.108	6.098.894	3.945.892	1.019.994	108.319.068
Mano de obra directa	6.377.996	5.466.853	3.644.569	911.142	91.114.222
Mano de obra indirecta	948.767	813.229	542.153	135.538	13.553.817
Materiales Indirectos	202.346	173.440	115.626	28.907	2.890.661

Costos variable	Falda en lino				Totales
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL	
Insumos	209.916	179.928	119.952	29.988	2.998.800
Comisión en ventas	1.213.462	1.040.110	693.407	173.352	17.335.165
Industria y comercio	58.246	49.925	33.284	8.321	832.088
Servicios públicos	268.800	230.400	153.600	38.400	3.840.000
Total costos variables	17.186.641	14.052.779	9.248.482	2.345.642	240.883.821

Fuente: Autoras del proyecto

5.2.3 Costos totales unitarios. (Para cada producto y presentación o tipo de servicio).

Cuadro 145. Costo y gastos total unitario de la falda en Jean

Costos totales	Total
Costos fijos	71.164.780
Costos variables	240.883.821
Costos totales	312.048.601

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 146. Costo y gastos total unitario por tallas de la falda en jean

Costos totales	Falda en Jean			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	14.232.956	10.674.717	7.116.478	1.423.296
Costos variables	47.900.053	36.119.016	23.601.864	5.287.380
Costos totales	62.133.009	46.793.733	30.718.342	6.710.675
Unidades	2.852	2.122	1.326	332
Costo unitario	21.786	22.052	23.166	20.213

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 147. Costo y gastos total unitario de la falda en dril

Costos totales	Falda en dril			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	10.674.717	7.828.126	4.981.535	1.423.296
Costos variables	36.085.944	27.029.160	17.302.834	4.718.059
Costos totales	46.760.661	34.857.286	22.284.369	6.141.355
Unidades	2.689	2.001	1.251	313
Costo unitario	17.390	17.420	17.813	19.621

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 148. Costo y gastos total unitario de la falda en lino

Costos totales	Falda en lino			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	4.981.535	4.269.887	2.846.591	711.648
Costos variables	17.186.641	14.052.779	9.248.482	2.345.642
Costos totales	22.168.176	18.322.666	12.095.074	3.057.289
Unidades	2.746	2.043	1.277	319
Costo unitario	8.073	8.969	9.471	9.584

Fuente: Autoras del proyecto

5.2.4 Precio de venta. De acuerdo a la estructura de costos totales unitarios y teniendo en cuenta la competencia, se fija los precios para el primer nivel de intermediación, por cada tipo de falda y tallas, con el criterio que se ganará un 10% de margen de ganancia sobre los mismos. (Véase cuadros 149 a 151)

Cuadro 149. Precio de venta de la falda en jean por tallas

Costos totales	Falda en Jean			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	14.232.956	10.674.717	7.116.478	1.423.296
Costos variables	47.900.053	36.119.016	23.601.864	5.287.380

Costos totales	Falda en Jean			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos totales	62.133.009	46.793.733	30.718.342	6.710.675
Unidades	2.852	2.122	1.326	332
Costo unitario	21.786	22.052	23.166	20.213
Precio de venta \$	24.206	24.502	25.740	22.459

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 150. Precio de venta de la falda en dril por tallas

Costos totales	Falda en dril			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	10.674.717	7.828.126	4.981.535	1.423.296
Costos variables	36.085.944	27.029.160	17.302.834	4.718.059
Costos totales	46.760.661	34.857.286	22.284.369	6.141.355
Unidades	2.689	2.001	1.251	313
Costo unitario	17.390	17.420	17.813	19.621
Precio de venta \$	19.322	19.355	19.792	21.801

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 151. Precio de venta de la falda en lino por tallas

Costos totales	Falda en lino			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Costos fijos	4.981.535	4.269.887	2.846.591	711.648
Costos variables	17.186.641	14.052.779	9.248.482	2.345.642
Costos totales	22.168.176	18.322.666	12.095.074	3.057.289
Unidades	2.746	2.043	1.277	319
Costo unitario	8.073	8.969	9.471	9.584
Precio de venta \$	8.970	9.965	10.524	10.649

Fuente: Autoras del proyecto

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Se presenta a continuación de la proyección de egresos e ingresos correspondiente a los primeros 5 años de vida útil del proyecto, tomado como horizonte de evaluación, el cual se trabajará con precios constantes, es decir que solo se prevé, el crecimiento de las unidades a producir y vender, manteniendo su costo y precios iguales cada año.

5.3.1 Egresos proyectados

Cuadro 152. Costos de producción proyectados a cinco años

Concepto	Valor \$ año 1	Valor \$ año 2	Valor \$ año 3	Valor \$ año 4	Valor \$ año 5
Nómina	33.949.512	33.949.512	33.949.512	33.949.512	33.949.512
Depreciación	1.770.800	1.770.800	1.770.800	1.770.800	1.770.800
Amortización	1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000
Gastos generales	43.491.693	44.400.055	45.353.836	46.355.306	47.406.849
Total	81.127.005	82.035.368	82.989.148	83.990.618	85.042.161

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 153. Gastos generales proyectados a cinco años

Concepto	Valor \$/ año 1	Valor \$/ año 2	Valor \$/ año 3	Valor \$/ año 4	Valor \$/ año 5
Honorarios Contador	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Prestación de servicios	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Comisiones	17.335.165	18.201.923	19.112.019	20.067.620	21.071.001
Arriendo	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000
Publicidad	8.520.000	8.520.000	8.520.000	8.520.000	8.520.000
Transporte	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Mantenimiento	603.700	603.700	603.700	603.700	603.700
Seguros	120.740	120.740	120.740	120.740	120.740
Servicios públicos	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000	3.840.000

Concepto	Valor \$/ año 1	Valor \$/ año 2	Valor \$/ año 3	Valor \$/ año 4	Valor \$/ año 5
Papelería	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Industria y comercio	832.088	873.692	917.377	963.246	1.011.408
Aseo y cafetería	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Total	43.491.693	44.400.055	45.353.836	46.355.306	47.406.849

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 154. Gastos de administración y ventas proyectados a cinco años

Concepto	Valor \$ año 1	Valor \$ año 2	Valor \$ año 3	Valor \$ año 4	Valor \$ año 5
Nómina	33.949.512	33.949.512	33.949.512	33.949.512	33.949.512
Depreciación	1.770.800	1.770.800	1.770.800	1.770.800	1.770.800
Amortización	1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000
Gastos generales	43.491.693	44.400.055	45.353.836	46.355.306	47.406.849
Total	81.127.005	82.035.368	82.989.148	83.990.618	85.042.161

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 155. Gastos financieros proyectados a cinco años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	5.428.128	4.598.006	3.593.562	2.378.181	907.572
Total	5.428.128	4.598.006	3.593.562	2.378.181	907.572

Fuente: Autoras del proyecto

5.3.2 Ingresos proyectados. Acorde al calculo de precio por cada tipo de falda y tallas se estima los ingreso que generará, por la venta.

Cuadro 156. Ingresos por tipo de falda y talla año 1

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/ año 1	Precio por falda	Ingresos totales \$/año	Ingresos totales \$/mes
Falda en Jean	Talla M	2.852	24.205	69.023.534	5.751.961
	Talla S	2.122	24.501	51.993.405	4.332.784
	Talla L	1.326	25.739	34.138.140	2.844.845

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/ año 1	Precio por falda	Ingresos totales \$/año	Ingresos totales \$/mes
	Talla XL	332	22.458	7.446.562	620.547
	Sub total	6.632		162.601.640	13.550.137
Falda en dril	Talla m	2.689	19.322	51.964.511	4.330.376
	Talla S	2.001	19.355	38.738.697	3.228.225
	Talla L	1.251	19.792	24.758.343	2.063.195
	Talla XL	313	21.801	6.817.708	568.142
	Sub total	6.254		122.279.260	10.189.938
Falda en lino	Talla m	2.746	8.969	24.625.708	2.052.142
	Talla S	2.043	9.964	20.359.178	1.696.598
	Talla L	1.277	10.523	13.438.084	1.119.840
	Talla XL	319	10.648	3.399.428	283.286
	Sub total	6.385		61.822.398	5.151.867
Total		19.271		346.703.298	28.891.942

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 157. Ingresos por tipo de falda y talla año 2

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/año 2	Precio por falda	Ingresos totales \$/año	Ingresos totales \$/mes
Falda en Jean	Talla M	2.994	24.205	72.474.711	6.039.559
	Talla S	2.228	24.501	54.593.075	4.549.423
	Talla L	1.393	25.739	35.845.047	2.987.087
	Talla XL	348	22.458	7.818.890	651.574
	Sub total	6.963		170.731.722	14.227.644
Falda en dril	Talla M	2.824	19.322	54.562.737	4.546.895
	Talla S	2.102	19.355	40.675.632	3.389.636
	Talla L	1.313	19.792	25.996.260	2.166.355
	Talla XL	328	21.801	7.158.593	596.549
	Sub total	6.567		128.393.223	10.699.435
Falda en lino	Talla M	2.883	8.969	25.856.993	2.154.749

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/año 2	Precio por falda	Ingresos totales \$/año	Ingresos totales \$/mes
	Talla S	2.145	9.964	21.377.137	1.781.428
	Talla L	1.341	10.523	14.109.988	1.175.832
	Talla XL	335	10.648	3.569.400	297.450
	Sub total	6.704		64.913.518	5.409.460
Total		20.235		364.038.463	30.336.539

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 158. Ingresos por tipo de falda y talla año 3

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/año 3	Precio por falda	Ingresos totales \$/año	Ingresos totales \$/mes
Falda en Jean	Talla M	3.144	24.205	76.098.446	6.341.537
	Talla S	2.340	24.501	57.322.729	4.776.894
	Talla L	1.462	25.739	37.637.299	3.136.442
	Talla XL	366	22.458	8.209.834	684.153
	Sub total	7.311		179.268.309	14.939.026
Falda en dril	Talla M	2.965	19.322	57.290.874	4.774.239
	Talla S	2.207	19.355	42.709.414	3.559.118
	Talla L	1.379	19.792	27.296.073	2.274.673
	Talla XL	345	21.801	7.516.523	626.377
	Sub total	6.896		134.812.884	11.234.407
Falda en lino	Talla M	3.027	8.969	27.149.843	2.262.487
	Talla S	2.253	9.964	22.445.994	1.870.500
	Talla L	1.408	10.523	14.815.488	1.234.624
	Talla XL	352	10.648	3.747.870	312.322
	Sub total	7.039		68.159.194	5.679.933
Total		21.246		382.240.387	31.853.366

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 159. Ingresos por tipo de falda y talla año 4

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/ año 4	Precio por falda	Ingresos totales \$/ año	Ingresos totales \$/mes
Falda en Jean	Talla M	3.301	24.205	79.903.369	6.658.614
	Talla S	2.457	24.501	60.188.866	5.015.739
	Talla L	1.535	25.739	39.519.164	3.293.264
	Talla XL	384	22.458	8.620.326	718.360
	Sub total	7.677		188.231.724	15.685.977
Falda en dril	Talla M	3.113	19.322	60.155.417	5.012.951
	Talla S	2.317	19.355	44.844.884	3.737.074
	Talla L	1.448	19.792	28.660.877	2.388.406
	Talla XL	362	21.801	7.892.349	657.696
	Sub total	7.240		141.553.528	11.796.127
Falda en lino	Talla M	3.178	8.969	28.507.335	2.375.611
	Talla S	2.365	9.964	23.568.294	1.964.024
	Talla L	1.478	10.523	15.556.262	1.296.355
	Talla XL	370	10.648	3.935.263	327.939
	Sub total	7.391		71.567.154	5.963.929
Total		22.309		401.352.406	33.446.034

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 160. Ingresos por tipo de falda y talla año 5

Tipo de falda	Tallas	Total Faldas/ año 5	Precio por falda	Ingresos totales \$/ año	Ingresos totales \$/mes
Falda en Jean	Talla M	3.466	24.205	83.898.537	6.991.545
	Talla S	2.579	24.501	63.198.309	5.266.526
	Talla L	1.612	25.739	41.495.122	3.457.927
	Talla XL	403	22.458	9.051.342	754.279
	Sub total	8.061		197.643.310	16.470.276
Falda en dril	Talla M	3.269	19.322	63.163.188	5.263.599
	Talla S	2.433	19.355	47.087.129	3.923.927

	Talla L	1.520	19.792	30.093.921	2.507.827
	Talla XL	380	21.801	8.286.967	690.581
	Sub total	7.602		148.631.204	12.385.934
Falda en lino	Talla M	3.337	8.969	29.932.702	2.494.392
	Talla S	2.483	9.964	24.746.709	2.062.226
	Talla L	1.552	10.523	16.334.075	1.361.173
	Talla XL	388	10.648	4.132.026	344.336
	Sub total	7.761		75.145.512	6.262.126
Total		23.424		421.420.026	35.118.336

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 161. Ingresos proyectados por tipo de falda y tallas

Tipo de falda	Tallas	Ingresos totales año 1	Ingresos totales año 2	Ingresos totales año 3	Ingresos totales año 4	Ingresos totales año 5
Falda en Jean	Talla M	69.023.534	72.474.711	76.098.446	79.903.369	83.898.537
	Talla S	51.993.405	54.593.075	57.322.729	60.188.866	63.198.309
	Talla L	34.138.140	35.845.047	37.637.299	39.519.164	41.495.122
	Talla XL	7.446.562	7.818.890	8.209.834	8.620.326	9.051.342
	Sub total	162.601.640	170.731.722	179.268.309	188.231.724	197.643.310
Falda en dril	Talla M	51.964.511	54.562.737	57.290.874	60.155.417	63.163.188
	Talla S	38.738.697	40.675.632	42.709.414	44.844.884	47.087.129
	Talla L	24.758.343	25.996.260	27.296.073	28.660.877	30.093.921
	Talla XL	6.817.708	7.158.593	7.516.523	7.892.349	8.286.967
	Sub total	122.279.260	128.393.223	134.812.884	141.553.528	148.631.204
Falda en lino	Talla M	24.625.708	25.856.993	27.149.843	28.507.335	29.932.702
	Talla S	20.359.178	21.377.137	22.445.994	23.568.294	24.746.709
	Talla L	13.438.084	14.109.988	14.815.488	15.556.262	16.334.075
	Talla XL	3.399.428	3.569.400	3.747.870	3.935.263	4.132.026
	Sub total	61.822.398	64.913.518	68.159.194	71.567.154	75.145.512
Total		346.703.298	364.038.463	382.240.387	401.352.406	421.420.026

Fuente: Autoras del proyecto

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables”²⁸.

Existen diferentes técnicas para calcular el punto de equilibrio, por lo cual al tratarse de diferentes líneas de productos y diversidad de tallas, se utilizará el método de punto de equilibrio para multiproducto. Es una herramienta básica que examina la relación de los costos y las utilidades con el volumen de producción en la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender que es de 12.958 unidades, que proporcionalmente serán distribuidas por tipo de falda en cada una de sus tallas a fabricar y comercializar, donde generan unas ventas en punto de equilibrio de \$233.131.926, unos costos variables unitarios de \$161.967.146, y un margen de contribución de \$71.164.780, que iguala a los costos fijos y su utilidad es cero, en el primer año. (Véase cuadros 162, 163, 164, 165, 166, y 167).

Cuadro 162. Distribución del producto

Tipo de falda	Tallas	Faldas año 1	Porcentaje de Unds. Vendidas
Falda en Jean	Talla M	2.852	14,8
	Talla S	2.122	11,0
	Talla L	1.326	6,9
	Talla XL	332	1,7
	Sub total	6.632	34,4
Falda en dril	Talla M	2.689	14,0
	Talla S	2.001	10,4
	Talla L	1.251	6,5
	Talla XL	313	1,6
	Sub total	6.254	32,5

²⁸ BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 5ed. Mc Graw Hill, 2008, p. 143.

Tipo de falda	Tallas	Faldas año 1	Porcentaje de Unds. Vendidas
Falda en lino	Talla M	2.746	14,2
	Talla S	2.043	10,6
	Talla L	1.277	6,6
	Talla XL	319	1,7
	Sub total	6.385	33,1
Total		19.271	100,0

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 163. Margen de contribución

Concepto	Falda en Jean			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Precio de venta	24.206	24.502	25.740	22.459
Costo variable unitario	16.795	17.021	17.799	15.926
Margen de Contribución	7.411	7.481	7.941	6.533
Concepto	Falda en dril			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Precio de venta	19.322	19.355	19.792	21.801
Costo variable unitario	13.420	13.508	13.831	15.074
Margen de Contribución	5.902	5.848	5.961	6.727
Concepto	Falda en lino			
	Talla M	Talla S	Talla L	Talla XL
Precio de venta	8.970	9.965	10.524	10.649
Costo variable unitario	6.259	6.879	7.242	7.353
Margen de Contribución	2.711	3.087	3.282	3.296

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 164. Margen de contribución ponderado

Tipo de falda	Tallas	Margen de contribución	Porcentaje de ventas	Margen de contribución Ponderado
Falda en Jean	Talla M	7.411	14,8	1.097
	Talla S	7.481	11,0	824
	Talla L	7.941	6,9	547
	Talla XL	6.533	1,7	112
Falda en dril	Talla M	5.902	14,0	824
	Talla S	5.848	10,4	607
	Talla L	5.961	6,5	387
	Talla XL	6.727	1,6	109
Falda en lino	Talla M	2.711	14,2	386
	Talla S	3.087	10,6	327
	Talla L	3.282	6,6	217
	Talla XL	3.296	1,7	55
Total			100,0	5.492

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 165. Unidades en el punto de equilibrio

Concepto	Punto de equilibrio
Costos fijos	71.164.780
Margen de contribución ponderada	5.492
Punto de equilibrio en Und.	12.958

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 166. Distribución de unidades en el punto de equilibrio

Tipo de falda	Tallas	Punto de equilibrio	% de Uds. Vendidas	Uds. P.E
Falda en Jean	Talla M	12.958	14,8	1.917
	Talla S	12.958	11,0	1.427
	Talla L	12.958	6,9	892
	Talla XL	12.958	1,7	223

Falda en dril	Talla M	12.958	14,0	1.808
	Talla S	12.958	10,4	1.346
	Talla L	12.958	6,5	841
	Talla XL	12.958	1,6	210
Falda en lino	Talla M	12.958	14,2	1.846
	Talla S	12.958	10,6	1.374
	Talla L	12.958	6,6	859
	Talla XL	12.958	1,7	215
Total			100,0	2.958

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 167. Comprobación del punto de equilibrio

Tipo de falda	Tallas	Ventas en P.E	C.V.U	Margen de contribución
Falda en jean	Talla M	46.414.041	32.203.680	14.210.361
	Talla S	34.962.329	24.287.962	10.674.367
	Talla L	22.955.794	15.873.890	7.081.904
	Talla XL	5.007.330	3.550.774	1.456.556
Falda en dril	Talla M	34.940.989	24.268.064	10.672.925
	Talla S	26.047.939	18.178.366	7.869.572
	Talla L	16.647.535	11.633.472	5.014.063
	Talla XL	4.584.234	3.169.629	1.414.605
Falda en lino	Talla M	16.559.242	11.554.310	5.004.932
	Talla S	13.690.296	9.449.937	4.240.359
	Talla L	9.036.291	6.218.629	2.817.662
	Talla XL	2.285.906	1.578.433	707.474
Total		233.131.926	161.967.146	71.164.780
Menos CF total				71.164.780
Utilidad				0.00

Fuente: Autoras del proyecto

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Es la herramienta que presenta las entradas y salidas de efectivo en un período de tiempo determinado, sirve como referencia para la elaboración del balance general proyectado y es utilizados para el cálculo de las variables de evaluación financiera como el VPN y TIR (Véase cuadro 168).

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Permite ver la utilidad obtenida por la empresa durante los cinco años proyectados. El estado de resultados sirve de base para la elaboración del balance general y para el cálculo de las razones financieras de rentabilidad (Véase cuadro 169).

5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)

Este informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital. Para este proyecto se elaboró este balance general inicial y para el primer año de vida del proyecto. (Véase cuadro 170).

Cuadro 168. Flujo de caja proyectado

Concepto	Año 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Entradas						
Efectivo						
Ingresos por ventas	-	346.703.298	364.038.463	382.240.387	401.352.406	421.420.026
Crédito	30.000.000					
Aporte de los socios	25.060.789					
Total de Entradas	55.060.789	346.703.298	364.038.463	382.240.387	401.352.406	421.420.026
Salidas						

Maquinaria y equipos	7.840.000					
Muebles y enseres	6.440.000					
Equipo de oficina	5.634.000					
Herramientas	330.000					
Total inversión fija	20.244.000					
Diferidos	9.575.000					
Costos de producción	-	225.493.469	236.768.142	248.606.549	261.036.876	274.088.720
Gastos de administración		81.127.005	82.035.368	82.989.148	83.990.618	85.042.161
Gastos Financieros		5.428.128	4.598.006	3.593.562	2.378.181	907.572
Impuesto renta		11.436.050	13.410.193	15.526.872	17.802.421	20.255.919
Reserva legal		2.321.865	2.722.676	3.152.426	3.614.431	4.112.565
Total salidas	29.819.000	325.806.516	339.534.384	353.868.557	368.822.527	384.406.938
Saldo (Entradas - salidas)	25.241.789	20.896.782	24.504.080	28.371.830	32.529.878	37.013.088
Más depreciación		2.620.800	2.620.800	2.620.800	2.620.800	2.620.800
Más Amortización diferidos		1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000	1.915.000
Más Reserva legal		2.321.865	2.722.676	3.152.426	3.614.431	4.112.565
Menos pago a Principal		3.952.956	4.783.078	5.787.522	7.002.903	8.473.541
Total saldo neto	25.241.789	23.801.491	26.979.477	30.272.533	33.677.206	37.187.913
Recuperación de inversión						30.000.000
Inversión residual de activos(Valor de salvamento)						7.140.000
Total flujo neto		23.801.491	26.979.477	30.272.533	33.677.206	74.327.913
Saldo Inicial		25.241.789	49.043.280	76.022.757	106.295.290	139.972.496
Saldo Final	25.241.789	49.043.280	76.022.757	106.295.290	139.972.496	177.160.409

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 169. Estado de resultados proyectado

Concepto	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	346.703.298	364.038.463	382.240.387	401.352.406	421.420.026
Tota Ingresos	346.703.298	364.038.463	382.240.387	401.352.406	421.420.026
Costos de producción	225.493.469	236.768.142	248.606.549	261.036.876	274.088.720
Utilidad Marginal	121.209.830	127.270.321	133.633.837	140.315.529	147.331.306
Gastos de administración y ventas	81.127.005	82.035.368	82.989.148	83.990.618	85.042.161
Gastos Financieros	5.428.128	4.598.006	3.593.562	2.378.181	907.572
Utilidad antes de Imp.	34.654.697	40.636.948	47.051.127	53.946.730	61.381.572
Impuestos 33%	11.436.050	13.410.193	15.526.872	17.802.421	20.255.919
Utilidad Neta	23.218.647	27.226.755	31.524.255	36.144.309	41.125.654
Reserva legal 10%	2.321.865	2.722.676	3.152.426	3.614.431	4.112.565
Utilidad por distribuir	20.896.782	24.504.080	28.371.830	32.529.878	37.013.088

Fuente: Autoras del proyecto

Cuadro 170. Balance general (primer año)

Concepto	Año 0	Periodo 1
ACTIVOS		
Activo corriente		
Caja y Bancos	25.241.789	49.043.280
Total activo corriente	25.241.789	49.043.280
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y equipos	7.840.000	7.840.000
Muebles y enseres	6.440.000	6.440.000
Equipo de oficina	5.634.000	5.634.000
Herramientas	330.000	330.000
Total inversión fija	20.244.000	20.244.000
Menos Depreciación. Acumulada.		2.620.800
Total activo fijo	20.244.000	17.623.200
Diferidos	9.575.000	9.575.000
Menos Amortización diferida acumulada.		1.915.000
Total Activos diferidos	9.575.000	7.660.000
TOTAL ACTIVOS	55.060.789	74.326.480
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones a corto plazo	3.952.956	4.783.078
Total pasivo corriente	3.952.956	4.783.078
Pasivo no corriente		
Obligaciones a largo plazo	26.047.044	21.263.966
Total pasivo no corriente	26.047.044	21.263.966
Total Pasivos	30.000.000	26.047.044
Patrimonio		
Aporte de socios	25.060.789	25.060.789
Reserva legal		2.321.865
Utilidades del ejercicio		20.896.782
Utilidades del ejercicio anteriores		
PATRIMONIO	25.060.789	48.279.436
Total (Pasivo+Patrimonio)	55.060.789	74.326.480

Fuente: Autoras del proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Tradicionalmente se ha considerado que los estudios de factibilidad y planes de negocio se realizan con el fin de analizar la viabilidad netamente económica de un proyecto de inversión, no obstante, en los últimos años se ha comenzado a entender la necesidad de evaluar los proyectos también desde sus aspectos ambiental y social. De esta forma, se comprende que una evaluación objetiva de un proyecto de inversión involucra el análisis de las tres variables (económica, social y ambiental) como condición para medir el éxito del proyecto, así como para conocer como el equilibrio entre ellas genera efectos sinérgicos que enriquecen el proyecto, en cuanto a su pertinencia para la región, los inversionistas y los consumidores.

6.1 IMPACTO SOCIAL

El problema de investigación que plantea el proyecto apunta hacia la necesidad de generar fuentes de empleo e ingresos para la población del municipio de Bucaramanga, contribuyendo a minimizar el deterioro social. Por otra parte, el proyecto reconoce la riqueza natural y cultural del ecosistema y llama la atención sobre la necesidad de su conservación. Estos aspectos dan un gran valor a los componentes social y ambiental del proyecto, buscando primordialmente el planteamiento de una propuesta que mejore la calidad de vida de los habitantes, colaboradores y futuros inversionistas en particular.

6.1.1 Desarrollo regional. La fábrica de confecciones de faldas Saray, tendrá dentro de su estrategia de mercado, vender tres tipo de faldas, en sus diversas tallas, a empresas o almacenes, que comercializan ropa para dama, donde las ventas generaran impuesto como el IVA, y que dichas obligaciones, permitirán a la ciudad, utilizar dichos valores y ser distribuidos en obras de infraestructura y

sociales, que redunden en el mejoramiento de Bucaramanga y que en últimas permitirá mejorar las condiciones de sus habitantes.

6.1.2 Generación de empleo. La Fábrica de Confecciones SARAY, contribuirá a bajar los índices del desempleo al general 11 empleos directos, y 3 indirectos por honorarios y prestación de servicios que beneficiarán a igual número de familias

6.1.3 Generación de Tributos. El proyecto genera una alta suma de recursos por concepto impuesto de rentas que lógicamente se cancelan al Estado Colombiano y se destinan a la redistribución a través de la inversión social en las regiones.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Cuadro 171. Estudio ambiental para la Fábrica de Confección de faldas Saray

Factores Ambientales	Entradas	Salidas	Apoyo	Indicador SIAU
AGUA	<p>* Recurso suministrado por el Acueducto Metropolitano de Bucaramanga. Se utilizará en la Fábrica de confecciones que se Ubicará en la cra 11 No. 34 – 25 casa contigua a la Alcaldía de en el centro de Bucaramanga.</p> <p>Estrato 3. * Se utilizará para el desarrollo</p>	<p>* Por los ductos del alcantarillado,</p>	<p>* Solicitar asesorías para</p>	<p>* Se considera un consumo promedio de 20 m3 mensual Para ahorrar este servicio se podría utilizar para el aseo de la fábrica el agua del tanque y aguas lluvias</p>

Factores Ambientales	Entradas	Salidas	Apoyo	Indicador SIAU
	de las siguientes actividades de la fábrica: aseo y limpieza de baños, pisos, cafetería e Instalaciones en general.	salen las aguas negras producto del uso en la fábrica para todos los procesos.	aprender a tratar las aguas residuales y utilizarlas en otros procesos. * Consumo de productos aseo Biodegradables.	
ENERGÍA	<ul style="list-style-type: none"> * Recurso suministrado por la Electrificadora de Santander ESSA. * Para poner en funcionamiento máquinas fileteadora, máquinas de Coser, Collarín, Bombillos ahorradores, computador y contador trifásico 	<ul style="list-style-type: none"> * Emisión de gases. Contaminación electromagnética por uso de computador. desechos peligrosos (cápsulas de mercurio) por uso de bombillos ahorradores. 	<ul style="list-style-type: none"> * Disminuir el tiempo de utilización, de las máquinas sin que este afecte la producción, con turnos mejor distribuidos. * Apagar computador cuando no se esté utilizado * Sensibilizar a los empleados del buen uso de la energía. URE 	Se calcula un gasto mensual de 500 kwh por el uso de las máquinas para la producción de la fábrica y equipos de cómputo gastando aproximadamente \$ 211.500= teniendo en cuenta que por ser estrato 3 el valor kwh sería \$ 423=. Para bajar costos se utilizarán bombillos ahorradores.
AIRE	<ul style="list-style-type: none"> * árboles cercanos a la fabrica * Buenas instalaciones en la fábrica que facilitan el libre tránsito de los aires que viene del exterior. * Aire acondicionado. 	<ul style="list-style-type: none"> * Monóxido de carbono. * Contaminación normal del medio ambiente * Gas refrigerante Freón. Contamina 	<ul style="list-style-type: none"> * Reforestar alrededores. RSE. * Colocar plantas de olor. * Ventanales grandes que permitan la ventilación natural. *regular termostato entre 24 y 26 grados 	NO APLICA

Factores Ambientales	Entradas	Salidas	Apoyo	Indicador SIAU
	<p>Aéreas de trabajo limpias, conservando todas las normas de higiene necesarias.</p>	<p>capa ozono</p>	<p>Consume menos energía y evita la posibilidad de resfriados, etc.</p>	
<p>SUELO</p>	<p>* Ubicación en Centro de Bucaramanga cra 11 No. 34 - 25</p> <p>Estrato 3. Cumple con las normas del POT.</p> <p>Actividad Comercial y Residencial, con vías de fácil acceso para peatones y vehículos.</p>	<p>No aplica.</p>	<p>* Se acatarán todas las normas legales vigentes por parte del Gobierno Municipal y Departamental.</p>	<p>El uso del suelo es un factor importante en cuanto a políticas ambientales, por lo tanto el sector seleccionado para la ubicación de la fábrica, cumple con las condiciones del Plan de ordenamiento Territorial</p>
<p>RESIDUOS</p>	<p>* Telas empacadas en bolsas, hilos en cajas de cartón, agujas, cierres, tijeras, botones, papel de molde, metro, regletas, lápices y otros.</p>	<p>* En temporada baja los residuos tales como sobrantes de telas, empaques, cajas, plásticos, sobrantes de hilos al despeluzar se pueden manejar fácilmente, al contrario de temporada alta que se dan muchos residuos, los cuales afectan el normal desempeño en la fábrica por</p>	<p>* Los retazos se cosen para hacer colchas, rellenos de cojines, muñecas de trapos, adornos etc.</p> <p>* El cartón se recicla y se vende para generar ingresos adicionales y proteger el ambiente.</p> <p>* Los plásticos se utilizan para empacar producto terminado</p>	<p>Aproximadamente se puede calcular residuos de retazos de tela 10 kilos mensuales, los cuales se reciclarían y/o utilizaría para nuevos productos.</p>

Factores Ambientales	Entradas	Salidas	Apoyo	Indicador SIAU
		los espacios que ocupa.		
RUIDO	* Máquinas de trabajo (Coser, fileteadora, cortadora, collarín) * Radio con música fuerte	* Contaminación auditiva en el ambiente por el continuo trabajo de las máquinas	* Se adaptarán protectores auditivos para el personal * Música ambiental	

Fuente: Autoras del proyecto

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor Presente Neto. “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados a la inversión inicial”²⁹.

Se considera como la verdadera utilidad marginal del capital que resulta de la diferencia entre ingresos y egresos o excedentes netos, situada en el presente.

Para el cálculo del VPN, se requiere determinar la tasa mínima atractiva de retorno, TMAR, que es lo mínimo que un inversionista espera le rinda sus aportes, donde se compare y analiza si le dará más incursionar en el mercado financiero o en el proyecto, es decir es lo que espera le rinda su inversión comparada con las tasas o índices ofrecidos por el mercado bursátil o entidades financieras o terceros.

Para el cálculo de la TMAR, se tiene la siguiente fórmula:

$$TMAR = ((1 + FI) \times (1 + TR)) - 1 \times 100$$

Donde:

²⁹ Ibíd., p. 181

FI: Inflación de 2.008 7,16%

TR: Se toma como tasa de riesgo el 10%, El nivel de riesgo de la empresa solicitante, de acuerdo con ese flujo de caja, con el fin de determinar los montos y plazos adecuados para cada financiación. Según estas mismas variables, se definen los puntos básicos que han de sumarse a la tasa DTF, para así obtener la tasa de financiación del crédito³⁰.

$$\text{TMAR} = ((1,0767) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 18,437\%$$

$$\text{TMAR} = (18,437 \times 0,46) + (0,54 \times (19,21 \times (1 - 0,33)))$$

$$\text{TMAR} = 15,43\%$$

Dado que el análisis se hace con pesos constantes se procede a deflactar la TMAR, sin los efectos inflacionarios, a través del siguiente procedimiento.

TMAR deflactada:

$$\text{TMAR} = \frac{(1 + \text{TMAR})}{(1 + \text{TI})} - 1 \times 100 = \frac{1,1543}{1,0767} - 1 \times 100 = 7,16\%$$

Las utilidades netas actualizadas, resulta de traer a pesos de hoy los excedentes estimados en los cinco años de vida del proyecto, para determinar el valor del proyecto con el costo de capital a pesos constantes. El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas es del 7,16% anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes en los flujos netos actualizados. (Véase cuadro 172).

³⁰ Available from Internet://<http://www.revistaialimentos.com.co/ediciones/edicion3/finanzas/mas-barato-comprar-por-leasing.htm>

Cuadro 172. Valor presente neto. VPN.

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	VPN
		Sin Actualizar	Actualización	Actualizados	Actualizados
			$(1+i)^{-t}$		
0	55.060.789	-	$(1+0,0716)$		-55.060.789
1		23.801.491	0,9327	22.199.651	22.199.651
2		26.979.477	0,8700	23.472.145	23.472.145
3		30.272.533	0,8115	24.566.161	24.566.161
4		33.677.206	0,7569	25.490.277	25.490.277
5		74.327.913	0,7060	52.475.506	52.475.506
Total		189.058.620		148.203.740	93.142.951

Fuente: Autoras del proyecto

VPN = Fondos Netos Actualizados - Inversión

$$VPN = \sum (EXN) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$VPN = \$148.203.740 - \$55.060.789$$

$$\mathbf{VPN = \$93.142.951}$$

El VPN de **\$93.142.951**, al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR.)³¹. La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a la inversión aproximadamente y su utilidad sea igual a cero o en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

³¹ Op. Cit. BACA URBINA, Gabriel. p. 183.

$$T.I.R. = \sum(FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno
 $F.N.E.$ = Flujos netos de efectivo
 K = Inversión
 t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$55.060.789, es del 48,2%, reflejando que por cada peso invertido en la fabricación y comercialización de faldas para mujeres evangélicas cristianas, retorna \$0,482, siempre y cuando las utilidades no se repartan y se vuelvan a reinvertir en el proyecto.

La tasa del 48,2%, comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 7,16%, y de los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.(Véase cuadro 173).

Cuadro 173. Tasa Interna de Retorno (T. I. R.).

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	Flujos Netos
			Actualización	Actualizados	actualizados
			$(1+0,482)^{-t}$		
0	55.060.789	- 55.060.789			- 55.060.789
1		23.801.491	0,6748	16.061.246	16.061.246
2		26.979.477	0,4553	12.283.756	12.283.756
3		30.272.533	0,3072	9.299.722	9.299.722
4		33.677.206	0,2073	6.981.285	6.981.285
5		74.327.913	0,1399	10.398.475	10.398.475
Total				55.024.484	- 36.305

Fuente: Autoras del proyecto

6.3.3 Periodo de recuperación. Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, con los flujos netos de efectivo actualizados a una tasa de 7,16%.

El periodo de tiempo donde la inversión total de \$55.060.789, se recuperará es aproximadamente de 2 años, 4 meses y 18 días aproximadamente, tiempo relativamente corto dada la inversión, sin embargo esto se daría siempre y cuando se reinvirtieran los excedentes netos año tras año en el desarrollo del proyecto y no hubiese redistribución de los mismos.(Véase cuadro 174)

En el tercer año se tiene:

12	24.566.160,72
X	- 9.388.993,01
X=	- 4,59
1	30
0,59	X
X=	17,7

Cuadro 174. Periodo de recuperación

Periodo	Inversión	Flujos Netos	Saldos
		Actualizados	
0	55.060.789		(55.060.789)
1		22.199.651	(32.861.138)
2		23.472.145	(9.388.993)
3		24.566.161	15.177.168

Fuente: Autoras del proyecto

6.3.4 Análisis de las razones financiera³². Los bloques de razones financieras que se tomarán como base para el análisis son las siguientes:

- Bloque de razones de liquidez
- Bloque de razones de endeudamiento
- Bloque de razones de actividad
- Bloque de razones de rentabilidad

6.3.4.1 Bloque de razones de liquidez. Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.

- **Razón corriente.** Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes (Véase cuadro 175).

Cuadro 175. Razón corriente

Año 1 %	Año 2 %	Año 3 %	Año 4 %	Año 5 %
10,25	13,14	15,18	16,52	0,00

Fuente: Autoras del proyecto

Por cada peso \$1 que la empresa “Fábrica de faldas Saray”, debe en el corto plazo, posee \$10,25, representados en activos corrientes, para afrontar sus compromisos, en un corto plazo.

6.3.4.2 Bloque de razones de endeudamiento. Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades.

³² INSED. Administración financiera I. Bucaramanga, 1.996, p.13.

- **Nivel de endeudamiento.** Indica el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa. Se determina dividiendo los pasivos totales por los activos totales (Véase cuadro 176).

Cuadro 176. Nivel de endeudamiento

Año 1 %	Año 2 %	Año 3 %	Año 4 %	Año 5 %
35,04	21,97	12,63	5,59	0,00

Fuente: Autoras del proyecto

Al finalizar el primer periodo contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0,3504 queda como remanente de la financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) son dueños del 35,04% de la empresa en el primer año. La proyección muestra un nivel aceptable de endeudamiento con pocas posibilidades de riesgo, progresivamente el nivel de endeudamiento va disminuyendo en los años siguientes de vida útil del proyecto finalizando con el cubrimiento de la totalidad de la deuda.

6.3.4.3 Bloque de razones de actividad. Este bloque es denominado de actividad o de rotación, mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos. La efectividad está medida por la generación de liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar las obligaciones a medida que lleguen los vencimientos.

- **Rotación de activos totales.** Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula dividiendo las ventas en los activos totales brutos (Véase cuadro 177).

Cuadro 177. Rotación de activos totales

Año 1 %	Año 2 %	Año 3 %	Año 4 %	Año 5 %
4,66	3,76	3,12	2,65	2,29

Fuente: Autoras del proyecto

La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 4,66 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$4,66. Se observa en los siguientes años, que disminuye la rotación de sus activos llegando al quinto año a 2,29 veces, debido a que se a descontando la depreciación acumulada.

6.3.4.4 Bloque de razones de rentabilidad. La aplicación de este bloque da la idea de la efectividad de la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos y convertir las ventas en utilidades.

La rentabilidad se encuentra asociada con las ventas, los activos y el capital. Para medir la rentabilidad se analizaron las siguientes razones:

- **Margen bruto de ganancias.** Es decir, la utilidad bruta dividida por las ventas netas (Véase cuadro 178).

Cuadro 178. Margen bruto de ganancias

Año 1 %	Año 2 %	Año 3 %	Año 4 %	Año 5 %
10,00	11,16	12,31	13,44	14,57

Fuente: Autoras del proyecto

Para el primer año el margen bruto de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 10%, alcanzando un 14,57% en el quinto año, el cual es conveniente.

- **Margen neto de ganancias.** Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas (Véase cuadro 179).

Cuadro 179. Margen neto de ganancias

Año 1 %	Año 2 %	Año 3 %	Año 4 %	Año 5 %
6,70	7,48	8,25	9,01	9,76

Fuente: Autoras del proyecto

Esta razón muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es del 6,70% lo que demuestra que por cada peso vendido la empresa ganó \$0,670 pesos. A medida que suben las ventas y bajan los gastos, tanto administrativos como financieros se incrementa el nivel de ganancia hasta alcanzar en el quinto año un 9,76% de utilidad neta.

CONCLUSIONES

- Según el trabajo de campo realizado a las Mujeres Cristianas Evangélicas, se comprobó que el tipo de faldas de mayor preferencia son en jean, dril y lino, en las diferentes tallas correspondientes desde la M, S, L y XL.
- Para la demanda actual se comprobó que de las 11.894 mujeres evangélicas según AMES y con base en la investigación realizada en la pregunta #1 el 90% si utilizan faldas a diario, es decir 10.705 mujeres que compran al año en promedio con base en la pregunta #2 alrededor de 5.7 faldas/año, es decir, la demanda actual es de 61.019 faldas/año. Además, se encontró que la demanda efectiva de faldas para el primer años sería de 99.415 prendas, correspondiente a que de la demanda actual el 100% compraría a la empresa falda en jean, con un promedio por año de 3.6 faldas, le sigue en importancia en dril, según lo confirman el 94,7%, con un consumo promedio de 3.3 faldas por año y en lino comprarían el 87,15% de ellas con un promedio de 3.5 prendas año.
- Para el desarrollo del proyecto, se pudo conocer que en el mercado existe poca competencia, se realizó visita a los locales que venden prendas femeninas en el Centro Comercial Cabecera 4 etapa y Centros Comercial Cañaveral y la Florida sin encontrar un solo sitio que se dedicara exclusivamente a la comercialización de este tipo de prendas. Existen almacenes como los relacionados en los cuadros 33, 34 y 35 del presente estudio que venden prendas para damas pero en lo que respecta a faldas es muy poco lo que hay.
- En el Centro de Bucaramanga se encontró solo una fábrica dedicada exclusivamente a la confección de faldas, con la cual se entraría a competir

siendo ésta Diseños FRANK BOLIER, cuyo mercado son las Mujeres Cristianas Evangélicas. En el cuadro 36 se registraron los datos y fotos de la misma.

- La fábrica de confecciones Saray, sacará al mercado tres tipos de faldas, en diferentes diseños en material en Jean, dril y lino, en tallas como M, S, L, y XL, tomando como base los resultados de preferencia y necesidad, por parte de la mujeres evangélicas cristianas, investigadas en el estudio de mercados realizado y analizado en el capítulo anterior.
- La capacidad utilizada, se proyectó para el año 1 en 19.271 faldas, que de acuerdo al comportamiento del mercado se distribuyó en 6.632 faldas en tela jean, 6.254 en tela dril y 6385 en lino, equivalente al 50% de capacidad instalada, donde atenderá el 18% de la demanda efectiva del primer año, con un crecimiento año tras año mínimo del 5%, criterio basado en el crecimiento del sector de las confecciones, logrando para el segundo año un 53%, para el tercer año el 55%, para el cuarto año el 58% y para el quinto año llegará al 61% de la capacidad total instalada la ubicación de la misma se hará en la Cra. 11 No. 34 – 25 casa contigua a la Alcaldía de Bucaramanga en el centro de Bucaramanga, la distribución de la planta fue considerada de acuerdo al tamaño del local contándose con un área de 85M², donde se ubicaron los lugares de trabajo estratégicamente y en forma consecutiva para evitar pérdidas de tiempo por los desplazamientos y donde la mano de obra calificada pudiera desarrollar sus actividades y trabajo cómodamente. Al igual que un punto de venta dentro de la fábrica que cuenta con un espacio disponible de 15m²
- Fábrica de Confecciones Saray, para alcanzar las metas propuestas, llevará a cabo los planes y hacer posible que las personas trabajen efectivamente, para lo cual el tipo de organización de la empresa de diseño y confección de faldas para las mujeres evangélicas y cristianas de Bucaramanga y su área

metropolitana pertenecerá a las sociedades privadas, constituyéndose como una organización de responsabilidad limitada.

- De acuerdo a los diferentes tipos de organigrama., Fábrica de Confecciones SARAY, tendrán una estructura de tipo Lineal – Staff, flexible y ágil, centralizando sus atribuciones de gestión del gerente, para lo cual contará con un personal de 11 personas directas, y 3 indirectos por honorarios y prestación de servicios. El cual se les cancelará todos los requerimientos que exige la ley. Por otra parte, se formuló su filosofía corporativa, diseñando su visión, misión, objetivos, y políticas que serán su curso de acción para los próximos 5 años.
- Financieramente, se demostró que es un proyecto rentable, para una inversión total de \$55.060.789, y con una TMAR, presentó un VPN de \$93.142.851, y una tasa interna de retorno TIR de 48,2%, recuperándose en 2 años, 4 meses y 18 días aproximadamente, siempre y cuando los excedentes netos se reinviertan año a año en el desarrollo del proyecto.
- Por lo anterior, sumadas todas las variables de los diferentes componentes, mercados, técnico, administrativo, financiero y evaluación social, ambiental y financiero, se demostró que el proyecto titulado “Factibilidad para la creación de una fábrica dedicada a la confección de faldas para las mujeres cristianas evangélicas de Bucaramanga y su área metropolitana” es viable, factible y rentable, concluyendo que es conveniente para su futuro montaje y puesta en marcha.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN DE MINISTROS EVANGÉLICOS DE SANTANDER AMES, septiembre de 2008.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 5ed. Mc Graw Hill, 2008, p. 143.

CÁMARA DE COMERCIO – DIAN – CDP.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social ambiental. 4ed. Bogotá: Editora Guadalupe, 2.001.

SAPAG, SAPAG, Chain y Reynaldo. Preparación y evaluación de proyectos. Santiago de Chile: Mc Graw Hill/Interamericana, 2000.

TELEBUCARAMANGA. Directorio telefónico. Confecciones 2007 – 2008. Bucaramanga, 2007.

Available from Internet://<http://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>

Available from Internet://<http://www.elcosturerodestella.org/search/label/La%20m%c3%A1quina%20de%20caser>.

Available from Internet://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L0256_96.htm

Available from Internet://www.moldes.cl/mujer/faldas/pages/M3024.htm

Available from Internet://<http://www.kiabi.es/020-RAYONS/20->

Available from Internet://www.ficheproduit.asp?ProduitID=172847&RayonID=2&Mixite=0&ColoriVedette=1

Anexo A. Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a las Mujeres de las Iglesias Cristianas de Bucaramanga.

OBJETIVO: Realizar una investigación de mercados que permita recoger información sobre los comportamientos, necesidades, nivel de aceptación y actitud de compra de las Mujeres de las Iglesias Cristianas de Bucaramanga.

Sería tan amable de llenar los siguientes datos:

Nombre: _____
Teléfono: _____
Estrato: _____
Iglesia: _____

1. Utiliza faldas para su vestir diario?
 - Si
 - No

2. Cuántas faldas para su uso compra en el año?
 - a) 3 a 5
 - b) 6 a 8
 - c) 9 a 11
 - d) 12 a 15
 - e) Otro: cuál

- 3.Cuál es su talla?
 - a) S
 - b) M
 - c) L
 - d) XL

- 4.Cuál es el tipo de tela de su preferencia?
 - a) Jean
 - b) Lino
 - c) Dril

5. Qué colores prefiere al comprar una falda?
 - a) Jean
 - b) Oscuros

- c) Claros
 - d) Estampados
 - e) Otros. Cuales?
6. Qué estilos de faldas utiliza con mayor frecuencia?
- a) Formal
 - b) Informal
 - c) Elegante
 - d) Otro cuál? _____
- 7.Cuál es la frecuencia con la que compra las faldas en el año?
- a) Bimestral
 - b) Trimestral
 - c) Semestral
 - d) Otra: cuál
8. Dónde acostumbra comprar sus faldas?
- a) Centro Comercial. Cual? _____
 - b) Almacenes. Cual _____
 - c) Modistería
 - d) Otro. Locales varios _____
9. A través de qué medio se entero de la existencia del as fábricas dedicadas a confeccionar faldas para las Mujeres Cristianas Evangélicas?
- a) Radio
 - b) Volantes
 - c) Referido
 - d) Otro. Cual? _____
10. Qué promedio ha pagado por la compra de una falda?
- a) 20.000 a 30.000
 - b) 30.001 a 40.000
 - c) 40.001 a 50.000
 - d) 50.001 a 60.000
 - e) Otro, Cual? _____
11. Cuál es la forma de pago al comprar una falda?
- a) Contado
 - b) Dos cuotas en un mes
 - c) Tarjeta de Crédito
12. Se le ha presentado alguna dificultad al comprar o mandar a fabricar las faldas?
- a) Si
 - b) No
 - c) Cuál? _____

13. Le gustaría comprar con las faldas a un fabricante especializado en la confección de éste tipo de prendas?

- Sí
- No

14. Al comprar las faldas a la nueva empresa estaría dispuesta a recibir una asesoría personalizada?

- a) Si
- b) No

15.) Qué cantidad de faldas por año según el estilo, color y tela estaría dispuesta a comprar?

ESTILO	CANTIDAD	COLOR
JEAN	<ul style="list-style-type: none"> a) 2 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a 7 d) Otra cuál: 	
DRIL	<ul style="list-style-type: none"> a) 2 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a 7 d) Otra cuál: 	<ul style="list-style-type: none"> a) Beige b) Azul Oscuro c) Café d) d) Otro. Cuál?
LINO	<ul style="list-style-type: none"> a) 2 a 3 b) 4 a 5 c) 6 a 7 d) Otra cuál: 	<ul style="list-style-type: none"> a) Rojo b) Marrón Oscuro c) Gris Claro d) Otro: cuál?

16. Qué precio estaría dispuesta a pagar por una falda en la nueva fabrica?

- a) \$30.000 a \$35.000
- b) \$35.001 a \$40.000
- c) \$40.001 a \$45.000
- d) \$45.001 a \$65.000
- e) Otro: cuál

17. En qué sitio le gustaría que estuviera ubicada la nueva fabrica?







- a) En el centro
- b) En San Francisco
- c) En Provenza
- d) Otro: Cuál

MIL GRACIAS

Anexo B. Cotizaciones



CARRERA 33 C.C. GRATAMIRA LOCAL 120 / TEL: 6439700
ADRIANA BARRETO 317 4209424 ELKIN RIVERA 3162407531

EQUIPO INTEL CELERON (1.8GHZ)	EQUIPO INTEL DUAL CORE E2220	EQUIPO AMD PHENOM X3
 <p>PROC INTEL CELERON (1.8GHZ) BOARD MSIG31M3 VIDEO: ON BOARD 128MB SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 2048MB (2GB) DISCO DURO DE 320GB SATA 7200 RPM QUEMADORA DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR DE MULTITARJETAS MONITOR LCD 18.5 SAMSUNG BRILLANTE</p> <p style="text-align: right;">\$ 1.050.000</p>	 <p>PROC INTEL DUAL CORE E2200 (2.4GHZ) BOARD CHIPSET INTEL VIDEO: ON BOARD 128MB SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 2048MB (2GB) DISCO DURO DE 320GB SATA 7200 RPM QUEMADORA DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR DE MULTITARJETAS CAJA DE LUJO MONITOR LCD 19" SAMSUNG</p> <p style="text-align: right;">\$ 1.200.000</p>	 <p>PROC PHENOM X3 8650 2.3GHZ BOARD ASROCK N68-S VIDEO: ON BOARD 256MB SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 2048MB (2GB) DISCO DURO DE 400GB SATA 7200 RPM</p> <p>QUEMADORA DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR MULTITARJETAS CAJA ATX DE LUJO MONITOR LCD 19" AOC</p> <p style="text-align: right;">\$1.200.000</p>
 <p>PROC INTEL DUAL CORE E2200 (2.5GHZ) BOARD INTEL G31 PR ORIGINAL SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 2048MB (2GB) DISCO DURO DE 320GB SATA 7200 RPM QUEMADORA DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR DE MULTITARJETAS CAJA DE LUJO MONITOR LCD 18.5 SAMSUNG BRILLANTE</p> <p style="text-align: right;">\$ 1.230.000</p>	 <p>PROC INTEL CORE 2 DUO E7400 (2.8 GHZ) BOARD INTEL ORIGINAL VIDEO: ON BOARD 256 MB SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 2048MB (2GB) DISCO DURO DE 500GB SATA 7200 RPM</p> <p>QUEMADOR DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR MULTITARJETAS CAJA ATX DE LUJO MONITOR LCD 20 LG"</p> <p style="text-align: right;">\$1.350.000</p>	 <p>PROC AMD SEMPRON LE 1150 2.0GHZ BOARD MSIK6MSGLV VIDEO: ON BOARD 128 MB SONIDO: 5.1 ON BOARD RED: 10/100 ON BOARD MEMORIA DDR2 1024MB (1GB) DISCO DURO DE 80 GB SATA 7200 RPM</p> <p>QUEMADORA DE DVD L.G.20X DOBLE CAPA LECTOR MULTITARJETAS CAJA ATX DE LUJO MONITOR LCD 19" SAMSUNG</p> <p style="text-align: right;">\$1.000.000</p>

Impresora multifuncional Hp. F2280 \$200.000 =

NOTA: PARA AUMENTO TAMAÑO DEL MONITOR A 21.6" EL EXCEDENTE ES DE \$80.000
OBSEQUIOS: TECLADO MULTIMEDIA, MOUSE OPTICO, PARLANTES 120 w, ESTABILIZADOR, CAMARA WEB, AUDIFONOS, FORROS, PAD MOUSE

