

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE  
PIJAMAS EN BUCARAMANGA**

**SANDRA MILENA SERRANO SANCHEZ**

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

**2011**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE  
PIJAMAS EN BUCARAMANGA**

**SANDRA MILENA SERRANO SANCHEZ**

**Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de  
PROFESIONAL EN GESTION EMPRESARIAL**

**Director**

**MARIA DEL ROSARIO CASTELLANOS**

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

**2011**

## **DEDICATORIA**

Le doy gracias a Dios por la Sabiduría y fortaleza para salir adelante.

Le doy gracias a mis padres que siempre estuvieron conmigo en los momentos más difíciles de mí vida.

Gracias a su carisma, cariño, sabiduría, y su gran fortaleza y dieron de mí un cambio total. Nunca terminare de pagarles ni con el más grande tesoro.

Porque lo que se hace, con el corazón no tiene valor alguno que se asemeje al gran sacrificio, que han hecho por mí.

## **GRACIAS**

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCION	18
1. GENERALIDADES	20
1.1. ANTECEDENTES	20
1.2. MARCO CONCEPTUAL	21
1.2.1. El Proceso de Confección de Prendas de vestir.	21
1.2.1.1. Etapas del proceso de Confección	22
1.3. MARCO CONTEXTUAL	24
1.3.1. Visión Global del Sector Textil en Colombia	24
1.3.2. Evolución del sector de las confecciones en Colombia	26
1.3.3. Entidades de apoyo al sector de las confecciones en Santander	28
2. ESTUDIO DE MERCADOS	30
2.1 OBJETIVOS	30
2.1.1 General	30
2.1.2 Específicos	30
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	31
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto/servicio	31
2.2.2 Productos sustitutos	32
2.2.3 Productos Complementarios	32
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.	33
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	33
2.3.1 Mercado potencial	33
2.3.2 Mercado objetivo	33
2.4. LA DEMANDA	34
2.4.1. Investigación de mercados para la demanda	34
2.4.1.1. Planteamiento del problema	34
2.4.1.2 Necesidades de información	36
2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda	36

2.4.1.4	Presentación de los resultados obtenidos en la investigación	38
2.4.1.5.	Estimación de la demanda	47
2.5.	LA OFERTA	49
2.5.1	Necesidades de información	50
2.5.2	Ficha técnica	51
2.5.3	Análisis de la Oferta	51
2.5.3.1	Cantidad de Fabricas de pijamas	51
2.5.3.2	Volumen de producción	51
2.5.3.3	Los Proveedores	52
2.5.3.4	Tecnología	52
2.5.3.5	Ubicación Clientes	52
2.5.3.6	Precios	53
2.5.3.7	Canales de Comercialización	53
2.5.3.8	Publicidad	53
2.5.3.9	Política de ventas	53
2.5.4	Análisis de la situación actual de la competencia	54
2.5.5	Proyección de la oferta	54
2.6.	RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	55
2.7.	CANALES DE COMERCIALIZACION	56
2.7.1	Estructura de los canales actuales	56
2.7.2.	Ventajas y desventajas de los canales actuales	56
2.7.3	Selección de los canales de comercialización	58
2.8.	PRECIO	58
2.8.1	Análisis de precios	59
2.8.2.	Estrategias de fijación de precios	59
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCION	59
2.9.1	Objetivos	60
2.9.2	Análisis de medios	60
2.9.3.	Estrategias publicitarias.	61
2.9.4	Presupuesto de publicidad y promoción	61

2.9.4.1. De lanzamiento:	61
2.9.4.2. De operación	62
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	62
3. ESTUDIO TÉCNICO	64
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	64
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	64
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	64
3.1.3 Capacidad del proyecto	65
3.2 LOCALIZACION	70
3.2.1 Macro localización	70
3.2.2 Micro localización	71
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	75
3.3.1 Ficha técnica del producto	75
3.3.2 Descripción técnica del proceso	76
3.3.3 Diagrama de operación	77
3.3.5 Control de calidad	79
3.3.6. Manejo de inventarios.	80
3.3.7 Recursos	81
3.3.8 Estudio de proveedores	84
3.3.9 Distribución de planta	84
3.3.10 Logística de Distribución	86
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	87
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	90
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	90
4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA	90
4.2.1 Visión. “la seducción de dormir	92
4.2.2 Misión.	92
4.2.3 Objetivos	92
4.2.4 Políticas	93
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	94

4.3.1 Organigrama	94
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	95
4.3.3 Asignación salarial	106
4.4. NORMATIVIDAD LEGAL	106
5. ESTUDIO FINANCIERO	109
5.1 INVERSIONES	109
5.1.1 Inversión Fija	109
5.1.1.1. Maquinaria y equipo	109
5.1.1.2. Muebles y enseres	109
5.1.1.3. Equipo de oficina	110
5.1.1.4 Herramientas	110
5.1.1.5. Total de Inversión fija	111
5.1.2 Inversión diferida	111
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	111
5.1.3.1. Costos de producción	111
5.1.3.2. Gastos de administración y ventas	115
5.1.3.2. Gastos Financieros	115
5.1.4 Inversión total	117
5.1.5 Fuentes de financiación	118
5.2 COSTOS	118
5.2.1 Costos fijos	118
5.2.2 Costos variables	119
5.2.3 Costos totales unitarios	119
5.2.4 Precio de venta	120
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	120
5.3.1 Egresos Proyectados	120
5.3.2 Ingresos Proyectados	121
5.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	121
5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	123
5.6 BALANCE GENERAL	124

6. EVALUACION DEL PROYECTO	127
6.1 IMPACTO SOCIAL	127
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	128
6.3 EVALUACION FINANCIERA	130
BIBLIOGRAFIA	136
CONCLUSIONES	132
ANEXOS	138

## LISTA DE GRAFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1. Flujo general de proceso en la industria de la confección	22
Gráfico 2. Diseños	32
Grafico 3. Canales de distribucion utilizados actualmente.	56
Grafico 4. Canal de comercialización elegido	58
Grafico 5. Diagrama de Operación	78
Gráfico 6. Distribución de la planta física	85
Gráfica 7. Organigrama	94

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Estimación de la demanda/ almacén en prendas anual	47
Tabla 2. Estimación de la demanda total en prendas anual.	47
Tabla 3. Evolución histórica de la demanda del producto.	48
Tabla 4. Proyección de la demanda del producto.	49
Tabla 5. Proyección de la demanda total por líneas	49
Tabla 6. Análisis de la situación de la competencia	54
Tabla 7. Proyección de la Oferta	55
Tabla 8. Demanda insatisfecha	55
Tabla 9. Promedio de precios en el mercado	59
Tabla 10. Presupuesto publicidad de lanzamiento	61
Tabla 11. Presupuesto publicidad de operación	62
Tabla 12. Demanda de pijamas	66
Tabla 13. Tiempo de elaboración por unidad de producción	66
Tabla 14. Tiempo de producción total por producto (min/año):	67
Tabla 15. Capacidad total diseñada anual	67
Tabla 16. Capacidad total instalada	68
Tabla 17. Capacidad utilizada anual (u/año):	68
Tabla 18. Numero de operarios	70
Tabla 19. Ponderación y puntuación de factores	73
Tabla 20. Determinación de la Ubicación	74
Tabla 21. Recurso Humano	82
Tabla 22. Maquinaria y equipo	82
Tabla 23. Muebles y enseres	83
Tabla 24 Herramientas	83
Tabla 25. Insumos para la fabricación de una Bata	83
Tabla 26. Insumos para la fabricación de un Conjunto	84
Tabla 27. Estudio de proveedores	84

Tabla 28. Aporte de cada socio	90
Tabla 29. Descripción de funciones Gerente General	95
Tabla 30. Descripción de funciones Secretaria	97
Tabla 31. Descripción de funciones del asesor de ventas	98
Tabla 32. Descripción de funciones Cortador	99
Tabla 33. Descripción de funciones Costurera	100
Tabla 34. Descripción de funciones Terminador	101
Tabla 35. Descripción de funciones Diseñador	102
Tabla 36. Descripción de funciones Contador	103
Tabla 37. Descripción de funciones Fileteador	104
Tabla 38. Descripción de funciones del Jefe de producción	105
Tabla 39. Asignación salarial Área producción	106
Tabla 40. Asignación Salarial área administrativa	106
Tabla 41. Valor Maquinaria y Equipo	109
Tabla 42. Valor Muebles y enseres	110
Tabla 43. Valor Equipo de oficina	110
Tabla 44. Valor Herramientas	110
Tabla 45. Valor total Inversión Fija.	111
Tabla 46. Total Inversión Diferida	111
Tabla 47. Cantidad de prendas anuales	112
Tabla 48. Materia prima para la fabricación de una bata	112
Tabla 49. Materia prima para la fabricación de un conjunto	112
Tabla 50. Costo de producción por materia prima	112
Tabla 51. Costo anual materia prima	113
Tabla 52. Costo de Mano de obra directa.	113
Tabla 53. Costo total de Mano de obra directa	113
Tabla 54. Depreciación Maquinaria, equipo y herramientas.	113
Tabla 55. Costos indirectos de fabricación	114
Tabla 56. Total costos de producción	114
Tabla 57. Total Inversión de capital de trabajo	114

Tabla 58. Total Gastos de administración y ventas.	115
Tabla 59. Amortización crédito	115
Tabla 60.Total capital de trabajo	117
Tabla 61. Inversión total.	118
Tabla 62. Costos Fijos	118
Tabla 63.Costos variables	119
Tabla 64. Costos totales unitarios	119
Tabla 65.Costos totales	120
Tabla 66. Precio de venta	120
Tabla 67. Egresos proyectados	120
Tabla 68. Ingresos proyectados por producto	121
Tabla 69. Flujo de caja Proyectado	122
Tabla 70. Estado de Resultados	123
Tabla 71. Balance General	124
Tabla 72 Necesidades y responsabilidades del proyecto	128
Tabla 73 Evaluación Financiera	130

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. CENSO A LA DEMANDA	139

## RESUMEN

**TITULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORIA DE PIJAMAS EN LA CIUDAD DE BUACARAMANGA\*

**AUTORA.**SERRANO SANCHEZ Sandra Milena\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Creación de empresa, confecciones, pijamas.

### DESCRIPCION

El presente proyecto tiene como objetivo conocer la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la confección de pijamas para dama en la ciudad de Bucaramanga, enfocado a todas aquellas mujeres que no se encuentran cómodas ni satisfechas con las pijamas que actualmente ofrece el mercado.

Inicialmente el trabajo trata algunas generalidades del sector, seguido de un estudio de mercados que permitió recoger información con respecto a: comportamientos, hábitos, necesidades, gustos, preferencias, nivel de aceptación y nivel de compra entre otros; para tener conocimiento de la dinámica que siguen cada una de las variables y de esta forma tomar decisiones acertadas sobre el futuro del proyecto. En la parte técnica se presenta el tamaño del proyecto, localización, la ingeniería que describe los procesos productivos y la distribución de planta; en el estudio administrativo legal se incluye la estructura organizativa de la empresa, desde el organigrama hasta el manual de funciones, pasando por la descripción de cargos y asignación de salarios para llegar así al estudio financiero donde se presentan las necesidades de inversión, de donde se tomarían los recursos destinados a ella y por último la evaluación del proyecto con el fin de valorar la viabilidad de este.

De acuerdo con los análisis anteriormente mencionados se concluye que la creación de la empresa productora de pijamas para dama en la ciudad de Bucaramanga, es factible, ya que tiene alta aceptación en el mercado potencial, posee todos los recursos técnicos y tecnológicos necesarios además de una gran viabilidad financiera.

---

\*Trabajo de Grado

\*\*Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Programa de Gestión empresarial. Director María Del Rosario Castellanos

## ABSTRACT

**TITLE:** FEASIBILITY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY IN PAJAMAS INDEXED PRODUCT OF THE CITY OF BUACARAMANGA \*

**AUTHOR.** SERRANO SANCHEZ Sandra Milena\*\*

**KEY WORDS:** entrepreneurship, clothing, pajamas.

### DESCRIPTION

This project aims to determine the feasibility of creating a company dedicated to making pajamas for women in the city of Bucaramanga, focusing on all women who are not comfortable or satisfied with the pajamas currently on the market.

Initially some general work of the sector is followed by a market survey that allowed collecting information regarding: behavior, habits, needs, preferences, level of acceptance and purchase level among others, to have knowledge of the dynamics follow each of the variables and thus make informed decisions about the future of the project. On the technical side shows the size of the project, location, engineering, describing the production process and distribution plant, in the legal administrative study includes the company's organizational structure, from the organizational to the manual of functions, from by job descriptions and salary allocation thus attain financial study which presents the investment needs, where resources would be made for it and finally the project evaluation to assess the feasibility of this.

According to the above analysis concludes that the creation of the producer of pajamas for women in the city of Bucaramanga, it is feasible, since it has high potential market acceptance, has all the necessary technical and technological resources and a large financial viability

---

\* Degree Work

\*\* Universidad Industrial de Santander. Institute for Regional Projection and Distance Education Management Programme entrepreneur. Director Maria Del Rosario Castellanos

## INTRODUCCION

El sector de las confecciones es muy amplio, dentro de este se encontró el origen de las pijamas que se dio Tras la división del imperio mahometano en varios Estados independientes, los turcos fundaron, en el siglo XIV, el imperio otomano. Fue cuando se puso de moda usar ropa especialmente diseñada para proteger y calentar las piernas al dormir. Se trataba de unos pantalones anchos de lana que los hombres del pueblo usaban debajo de sus amplias ropas para soportar los crudos inviernos.

Tradicionalmente, la competitividad de una región se había explicado a través de la teoría clásica de las ventajas comparativas, la cual pone el énfasis exclusivamente en la abundancia de recursos naturales y factores de producción. A fines de los ochenta esta teoría se mostró como empíricamente falsa y contradictoria. La competencia en los mercados no es perfecta; tanto empresas como gobiernos pueden actuar estratégicamente afectando los flujos comerciales y. por lo tanto, el nivel de riqueza de una región.

Para determinar la oferta se tomó como fuente primaria un proyecto de grado realizado por dos estudiantes de ingeniería industrial de la Universidad Pontificia de Bucaramanga denominado “El sector de las confecciones en Santander: análisis de productividad por líneas”; En este proyecto de grado del año 2009 se analiza la capacidad productiva de las fábricas de confecciones santandereanas, sus ventas, clientes, mercado, entre otras. Toda esta información es suministrada por líneas, es decir, ya sea infantil, para dama, deportivo, lencería, entre otros.

La creación de una empresa productora y comercializadora de pijamas generara empleo y a su vez desarrollo económico de la región contribuyendo a fortalecer la trayectoria que tiene Santander , como un departamento líder en producción de

ropa íntima, además permitirá a las familias adquirir prendas de excelente calidad, de moda actual y a precios competitivos.

Contribuirá a generar dividendos para el municipio de Bucaramanga, al hacer el aporte de los impuestos y los pagos legales al gobierno. El proyecto dará unos ingresos fiscales al estado, los cuales son utilizados por el Gobierno colombiano según su política de bienestar social, esto representa inversión para la comunidad municipal, y departamental.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. ANTECEDENTES

El sector de las confecciones es muy amplio, dentro de este se encontró el origen de las pijamas que se dio Tras la división del imperio mahometano en varios Estados independientes, los turcos fundaron, en el siglo XIV, el imperio otomano. Fue cuando se puso de moda usar ropa especialmente diseñada para proteger y calentar las piernas al dormir. Se trataba de unos pantalones anchos de lana que los hombres del pueblo usaban debajo de sus amplias ropas para soportar los crudos inviernos.

También se habla de un posible origen hindú; se le llamaba paejama y era parte de la vestimenta tradicional. Su presencia está en la palabra pyjama, que es como se le conoce en el Reino Unido. También se habla de que se originó en Persia, donde era una prenda aceptadísima por los varones; se trataba de unos pantalones flojos y calientes que llegaban a la pantorrilla y se les llamaba calzones partidos

Los pijamas llegaron al mundo occidental aproximadamente en 1870 y fueron traídos de la India por los ingleses. Aunque en un principio era una prenda usada por las clases populares, la aristocracia inglesa la adoptó con gran entusiasmo, usándola como vestimenta casual o informal, pero eso sí, diseñada en telas y estilos muy flemáticos.

Eso que vemos en las películas era cierto: los señores acostumbraban dormir con unos enormes ropones, semejantes a los camisones que usaban las mujeres. Se adornaban con delicados encajes y listones de seda en cuellos y puños, y la complementaban con bonetes que cubrían sus cabezas. Desde luego, lograban su objetivo, ¡dormir calientitos!

Antiguamente, las clases altas a través de ordenanzas impedían, o más bien trataban de impedir, que las clases populares adoptaran su estilo de vestir, lo que lograban en gran parte por la escasa difusión que había de la moda en ese entonces. La transformación social se dio inexorablemente, y todas las prendas comenzaron a ser usadas por quien pudiera comprarlas. Así fue como nació la importantísima industria de la moda, una de las más fuertes que existen, y que más contribución económica hace en el desarrollo de los países, apoyada, desde luego, en la alta tecnología que han alcanzado los medios de comunicación.

## **1.2 MARCO CONCEPTUAL**

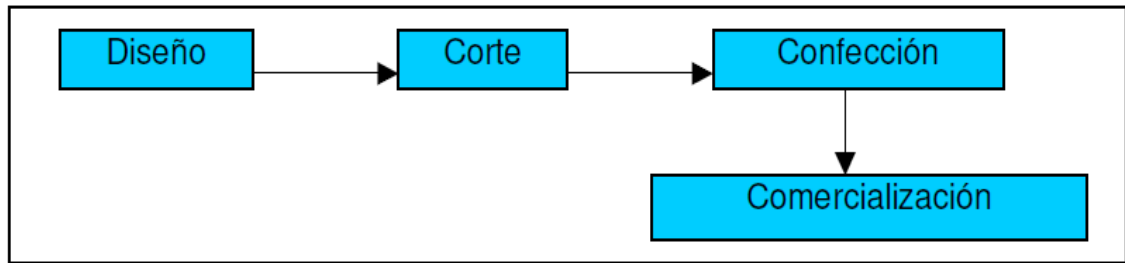
**1.2.1 El Proceso de Confección de Prendas de vestir.** Confección es el proceso con el que, por medio de costuras, se unen las piezas ya sea de tela u otro material que componen una prenda de vestir u otro artículo. El material es cortado para obtener las piezas que conforman la prenda, estas piezas son cortadas según la forma y las dimensiones deseadas siguiendo un patrón, después son unidas a mano o a máquina según el tipo de costuras requerido por las prendas<sup>1</sup>.

El proceso de confección de prendas de vestir se compone de varias etapas, en las cuales, a su vez, se desarrollan múltiples actividades. La figura 1 ilustra un flujo general de proceso en la industria de la confección.

---

<sup>1</sup> El proceso de confección de prendas de vestir. En:  
<http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.562M971/capitulo3.pdf>

**Gráfico 1. Flujo general de proceso en la industria de la confección**



Fuente: autora del proyecto

### 1.2.1.1 Etapas del proceso de Confección<sup>2</sup>

a. **Diseño.** Esta es la etapa en la que se recibe la información del mercado y es plasmada en el desarrollo de los productos, el diseño además de ser una actividad creativa, debe estar sujeta a las leyes de la moda, a las leyes del mercado, a la oferta y la demanda y a los costos de producción; debe tener como resultado una prenda de moda capaz de ser vendida.

Para el crear las pijamas se utilizara el diseño asistido por computador (CAD), en caso de no comprar el equipo se puede adquirir tomando servicio por diseño de producto, el cual ofertan diversas empresas en la ciudad de Bucaramanga a precios competitivos, que hacen que esta operación de la industria de la confección sea económica y de alta calidad, además prestan el servicio de patronaje y signado, lo que también sirve para el escalado y el trazo.

El diseño recibe como entrada la información de lo que el cliente necesita, de las exigencias del mercado y de las tendencias, con esta se construye un prototipo, y paralelamente se evalúan los materiales, insumos y operaciones para el desarrollo del producto con el fin de evaluar la viabilidad del diseño e identificar posibles complicaciones durante su confección. Una vez terminado el prototipo se hacen

---

<sup>2</sup> ibídem

pruebas en las que son modeladas las prendas con el fin de conocer su comportamiento y decidir sobre su rechazo o aprobación; dependiendo de las expectativas de los clientes o usuario final del producto.

Para las prendas aprobadas, se desarrolla un documento en el que se registran los materiales y accesorios utilizados con sus respectivos consumos, además de las operaciones que lleva la confección de la prenda. Este documento se conoce como la ficha técnica del producto.

Posteriormente, se hace modelaría de la prenda para cada talla aprobada tomando como referencia un patrón y escalando manualmente o con un Software de diseño. Los moldes son realizados en materiales duros para facilidad de manejo y preservación.

**b. Corte.** El corte es un eslabón más en la fabricación de una prenda de vestir. De este, se obtienen las piezas componentes del producto con su geometría, afinadas y dispuestas en paquete para pasarlas al proceso de confección. Las entradas al proceso de corte son los moldes de diseño y la orden de producción con información del trabajo como referencia, cantidad y materiales utilizados. Para este proceso hacemos uso de cortadora vertical y una circular, con el objeto de darle un acabado preciso de cada una de la partes que conforman la pijama.

Con esta información recibida, comienza la actividad de corte solicitando materia prima desde el almacén. La tela se deja reposar aproximadamente 24 horas según las especificaciones para cada material antes de pasar al trazo, actividad en la que se trazan, en el papel, los perímetros de los moldes que constituyen las prendas, procurando minimizar desperdicio de material. Seguidamente, se extiende la tela en el número de capas especificado en la orden de producción sin estirar ni dejar arrugas para finalmente proceder a cortar, asegurando la limpieza y afilado de la máquina.

Existen tres tipos de cortadoras:

- Cortadora Vertical. Usada para cortar piezas de trazos “grandes”.
- Cortadora Sin Fin. Usada para el corte de encajes y trazos pequeños.
- Troqueladora o Prensa. Usada para el corte de piezas pequeñas y precisas.

Finalmente se integran las piezas cortadas con sus complementarias, amarrándolas y formando paquetes acorde a los lotes.

**c. Bordado y estampado.** Estas operaciones que son las que van identificar y darle valor agregado al producto, consisten en el bordado o estampado de flores, adornos, gráficos, dibujos, encajes, aplicaciones, aderezos y bordados en pijamas de satín con tul de mosquito, que hacen la diferencia con las demás empresas. Estos procedimientos son ejecutados en máquinas bordadoras electrónicas como la Barudan o Melko que tienen alta calidad y precisión.

**c. Confección.** En esta etapa es realmente confeccionada la prenda, y consta de varias operaciones de ensamble para unir las piezas que la constituyen. Como entrada a este proceso se tienen los paquetes de las piezas resultantes de la actividad de corte. El ensamble de estas piezas se realiza siguiendo la secuencia de operaciones más adecuada según estudios realizados por el personal de ingeniería, utilizando máquinas planas, máquinas fileteadoras, dobladilladoras, botonadoras y ojaladoras. Que le dan un afinado y una calidad excepcional a la prenda

## **1.3 MARCO CONTEXTUAL**

**1.3.1 Visión Global del Sector Textil en Colombia.** La industria textil y de confección es uno de los sectores industriales con mayor tradición y dinamismo en la historia económica colombiana. Desde el comienzo de este siglo, empresas

textileras aportaron al país fuentes de generación de empleo y creación y utilización de nuevas tecnologías. La industria textil empezó produciendo con hilazas Importadas, luego emprendió el proceso de integración vertical que dio paso a la autosuficiencia en los años 50. Desde entonces empezó el crecimiento de la industria algodonera y posteriormente el comienzo de las fábricas productoras de fibras sintéticas y artificiales.

En los últimos años la industria textil ha enfrentado dificultades debido a la competencia del contrabando y otras prácticas desleales del comercio como el dumping, que han desplazado al productor en el mercado nacional. La industria de la confección ha sido afectada, entre otras cosas, por las importaciones de saldos de países como Estados Unidos, de ropa usada y contrabando (en muchos casos relacionados con el lavado de dólares), y especialmente por las piraterías de muchas marcas.

Estos factores le han restado competitividad y han creado inestabilidad en las empresas del sector. En contraste, en los mercados internacionales, la producción textil colombiana avanzó positivamente con un crecimiento sostenido de sus exportaciones en 1992 y 1993. Desde 1980, año en que el gobierno hizo una apertura de aduanas que coincidió con una recesión de la economía mundial, la industria textil se encontró en medio de una seria crisis que obligó a iniciar un programa de modernización de sus procesos productivos y administrativos, con grandes inversiones, y una importante reducción de costos para enfrentar decididamente la competencia internacional. En 1992 se suprimieron los controles aduaneros y se provocó un cambio radical en la visión de la competencia internacional, obligando a las empresas del sector a continuar con la modernización y reconversión industrial para elevar sus niveles de productividad, calidad y competitividad con la finalidad de hacer frente a las exigencias de la globalización de los mercados.

**1.3.2 Evolución del sector de las confecciones en Colombia.** La historia de la industria textil en Colombia se remonta en el siglo XVIII, cuando los artesanos del Socorro en el estado de Santander suministraron un floreciente mercado doméstico de tejidos de lana y algodón, utilizando tecnología rudimentaria. Con la industrialización las telas, hilos cedas y otros tejidos de Inglaterra empezaron a dominar el Mercado Colombiano y actividad local de los telares quebró.

Fue en 1.900 y 1.921 que se establecieron las primeras fábricas en el País, las cuales determinarían el destino de la industria textil hasta la fecha. Durante el periodo de 1977 a 1983 hubo estancamiento y una cierta pérdida de competitividad debido al auge de la industria textil en el lejano Oriente, a la falta de inversión en la industria textil colombiana, a diseños pasados de moda, insuficiente productividad y problemas de contrabando. Durante el periodo 1991 a 1993 la producción en Colombia disminuye ligeramente, en comparación a 1990, sin embargo en 1994 y 1995 hubo un ligero crecimiento de dicha producción, a pesar de que siguieron las pérdidas de las empresas.

En Colombia existían aproximadamente 350 agencias de distribución, que controlaban las ventas de textil a las empresas de confección, a los detallistas, a la industria y al gobierno. Muchas fábricas de textiles hacen uso de estos distribuidores<sup>3</sup>.

El pacto andino de preferencia comercial ofrece acceso, libre de impuestos a 250 millones de consumidores estadounidenses. La confección colombiana solo hace frente a cuotas estadounidenses para productos nuevos, especialmente ropa interior y confección de lana. Colombia también tiene acceso preferente a los mercados de Chile y Merco Sur.

---

<sup>3</sup> PROEXPORT. Evolución del Comercio Exterior. Subsector Textil - Confección.

De los cinco países de los Andes, Colombia posee el mayor potencial como exportador de textil y de confección, sin embargo una desventaja es el hecho de que algunos compradores extranjeros son reticentes a viajar a Colombia, por razones de seguridad.

Uno de los aspectos más importantes de la evolución de la industria en los últimos años es el aumento de la productividad laboral, estas mejoras son vitales para fortalecer la competitividad en los mercados externos, en un momento en que estos son y continuaran siendo la principal fuente de crecimiento de la industria.

Económicamente la industria de la confección se ve afectada por bajo aprovechamiento de los recursos y falta de técnicos especializados, acompañada de la baja productividad de un 55% a 60%. La producción se ve limitada en algunas ocasiones por que el porcentaje de mano de obra indirecta es muy alto 41%. La gestión Gerencial es insuficiente en un 50% de lo deseable por la disparidad de esfuerzo comercial, producción y fianza.<sup>5</sup>

Los microempresarios tiene problemas internos y externo como son: Precio de la materia prima, falta de recursos económicos, sobre costo del dinero, costos de producción, contrabando, falta de personal calificado y dificultades de mercadeo; debe mejorarse la organización productiva, aumentar la participación en el mercado y mejorar la gestión empresarial. Sin embargo, es difícil que se puedan mejorar estos problemas y alcanzar los objetivos por sí solos.

En el mundo, los textiles y confecciones son objeto de una oleada de cambios tecnológicos y organizacionales. El cambio incluye un componente que gira alrededor de la información, los nuevos equipos incluyen cada vez más instrumentos que permiten monitorear los procesos productivos, facilitar las operaciones de compra y venta, predecir resultados, reducir tiempos y controlar riesgos en la producción. El impacto ya se siente en la estructura internacional del

negocio, en las confecciones de mayor valor agregado, se está viendo un desplazamiento importante desde Asia hasta el continente Americano en las inversiones de maquila. Los compradores de Estados Unidos están entendiendo que los menores tiempos de entrega desde México y el Caribe pueden compensar la ventaja del costo laboral de los países asiáticos, al reducir los ciclos y aumentar la rotación de capital en el negocio.

Mientras los paradigmas del mercado mundial evolucionan, en Colombia el sector sigue siendo víctima del exceso de diagnóstico y la falta de acción, capacidad ociosa, envejecimiento y falta de modernismo, pérdida de competitividad externa de los productos del sector, elevado endeudamiento y grandes inventarios entre otros.

El discurso de la industria tradicional antioqueña sigue ligado al modelo económico, a la tasa de cambio, al costoso crédito y al contrabando. Pero plantear que la raíz del problema del sector es la apertura y que la solución es el proteccionismo, implicaría que Colombia tomara la decisión de no incorporarse plenamente a las grandes cadenas productivas internacionales que dominaran la estructura del negocio en el mundo.

El éxito de Bogotá y Tolima, que han enfrentado la apertura con base en renovación de inversiones y manejo de costos, es la mejor demostración de lo limitado que es el discurso tradicional para enfrentar hoy los retos del mercado.

### **1.3.3 Entidades de apoyo al sector de las confecciones en Santander.**

- **Centro de Desarrollo Productivo de las confecciones (CDP).** Este centro tiene como principal objetivo asistir y orientar a las empresas relacionadas con la actividad industrial de las confecciones hacia la modernización y el mejoramiento de sus niveles de productividad.

- **Cámara de Comercio de Bucaramanga.** La productividad y competitividad de los empresarios es la razón de ser del Departamento de Desarrollo Empresarial; para lo cual desarrollan programas dirigidos a apoyar los sectores prioritarios, la internacionalización de empresas, la capacitación, el emprendimiento y fortalecimiento empresarial, la innovación y desarrollo tecnológico, el turismo, la consecución de recursos a través de organismos de cofinanciación, el desarrollo de clúster, el turismo y la responsabilidad social empresarial.
- **SENA, Mesas sectoriales.** Las Mesas Sectoriales es un sistema creado por el SENA, en donde participan voluntariamente gremios, empresarios, sector público, organizaciones de trabajadores, centros de investigación y oferentes educativos, con el objetivo de definir las áreas prioritarias de atención, elaborar normas de competencia laboral y mejorar la gestión del talento humano en las empresas a partir de procesos de certificación del desempeño.

## 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 empresa productora de pijama para mujer en Bucaramanga.

#### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de la demanda para determinar entre los almacenes de Bucaramanga las principales características que influyen en el proceso de selección y compra de pijamas femeninos.
- Establecer las características de la oferta, mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias, para conocer las alternativas que tiene la microempresa en la venta del producto.
- Analizar las características de los usuarios o consumidores de pijamas para dama mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias, para definir el perfil del cliente y lograr satisfacer sus necesidades.
- Determinar los precios que los consumidores o usuarios estarían dispuestos a pagar por el producto, con el fin de lograr satisfacer las expectativas de precio en pijamería para dama.
- Definir los canales de comercialización adecuados, mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias, que permitan tener el producto en el momento oportuno y en el lugar indicado.

- Identificar los medios de publicidad adecuados, para dar a conocer el producto a los posibles clientes o mercado objetivo; dentro de estos podemos incluir publicidad radial, anuncio en el directorio telefónico, material pop entre otros.

## **2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO**

**2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto/servicio.** Atuendos de pijameria para dama con exclusividad de diseños y materiales en su confección, al gusto de los clientes; prendas, que son usadas en actividades domésticas y para descansar, lo que les permitirá sentirse cómodas y elegantes; sin dejar de lado la imagen digna de una dama; teniendo siempre en cuenta las preferencias del mercado se fabricaran en esta gama de productos batas, y conjuntos, que serán los productos principales de la empresa.

La nueva empresa de pijamas para dama se identificará por aspectos como:

- Permanecer a la vanguardia con las tendencias de la moda regional, nacional e internacional en cuanto a texturas, matices y aplicaciones especiales para las prendas.
- El vestuario se confeccionara con materias primas de alta calidad, buscando proveedores que cumplan con altos estándares y que brinden a la empresa y a los consumidores garantía de todos los productos que se usaran en la confección de cada prenda, para esto se trabajara con diferentes tipos de tela entre ellas: satín, variedad de lanillas, Sahara y perchado entre otras.
- Como detalle adicional se tendrá especial cuidado con los accesorios que llevaran las prendas, teniendo en cuenta desde broches y aplicaciones que las acompañaran en todo caso y le darán ese toque de sensualidad y elegancia.

Se fabricaran las siguientes tallas: 6, 8 10 y 12 las cuales abarcan la población objetivo. (Véase Gráfico 2)

**Gráfico 2. Diseños**



**2.2.2 Productos sustitutos.** Teniendo en cuenta que el producto principal de la nueva empresa es la pijameria para dama, el sustituto lo conforman prendas de la misma línea pero con diferentes parámetros en cuanto a calidad, precio y publicidad entre otros, teniendo siempre en cuenta las preferencias de los clientes; es por esta razón que dentro de los productos sustitutos de este proyecto se encuentran el vestuario de pijamas para dama de las empresas que están en le mercado.

**2.2.3 Productos Complementarios** En la gama de productos complementarios de las pijamas para dama, se encuentran las pantuflas, batas levantadoras, ropa

interior, hilos, botones, apliques decorativos y bordados, encajes, cauchos para entallar la cintura y todo tipo de accesorios que permitan lograr la exclusividad y calidad en el producto terminado; que como su nombre lo indica serán complemento de las prendas que fabrique la empresa y a su vez le darán un valor agregado.

#### **2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.**

Dentro de los atributos diferenciadores sobresalen los diseños que siempre van a estar a la vanguardia de la moda regional, nacional y por supuesto internacional creando estilos para las diferentes épocas, teniendo en cuenta la mejor gama de colores, excelente calidad en texturas aprovechando el clima representativo de la ciudad de Bucaramanga y por supuesto resaltando al mismo tiempo los accesorios y aplicaciones que serán el toque de elegancia y ternura para las damas.

### **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial** Está conformado por todas las mujeres entre 15 y 50 años de Bucaramanga que quieren innovación, moda, calidad y diseño para descansar y que adquieren sus prendas de dormir en los almacenes dedicados a comercializar pijamas en la ciudad y su área metropolitana.

**2.3.2 Mercado objetivo** Está constituido por los 12<sup>4</sup> almacenes de pijamas registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga que se dedican a comercializar pijamería de alta calidad y que pertenecen a los estratos 3, 4, y 5 de la ciudad.

---

<sup>4</sup> [http://www.camaradirecta.com/index.php?id\\_seccion=4&id=1](http://www.camaradirecta.com/index.php?id_seccion=4&id=1)

## 2.4 LA DEMANDA

**2.4.1 Investigación de mercados para la demanda.** La demanda de la empresa está constituida por las mujeres santandereanas que no se encuentran cómodas ni satisfechas con las pijamas que actualmente ofrece el mercado

**2.4.1.1 Planteamiento del problema** El año 2008 fue relativamente bueno para el sector textil-confección en materia de crecimiento en ventas internas y exportaciones, a pesar de la angustia que le generaron tres factores que aún, en 2009, le siguen inquietando: la reevaluación del peso frente al dólar, que les resta rentabilidad y competitividad a sus ventas externas; el contrabando de productos asiáticos, que llegan desde Panamá; y la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) que, aunque ya firmado, sigue pendiente de la ratificación en los congresos de Estados Unidos y de Colombia.<sup>5</sup>

Tradicionalmente, la competitividad de una región se había explicado a través de la teoría clásica de las ventajas comparativas, la cual pone el énfasis exclusivamente en la abundancia de recursos naturales y factores de producción. A fines de los ochenta esta teoría se mostró como empíricamente falsa y contradictoria. La competencia en los mercados no es perfecta; tanto empresas como gobiernos pueden actuar estratégicamente afectando los flujos comerciales y, por lo tanto, el nivel de riqueza de una región.

El incremento en la productividad requiere de la adopción de medidas que permitan absorber, diseminar y desarrollar innovaciones que permitan aprovechar las ventajas derivadas de procesos de globalización. Se requiere entonces, desarrollar productos diferenciados por calidad y alto valor agregado, mediante el fortalecimiento empresarial y la creación de nuevas empresas.

---

<sup>5</sup> <http://www.elcolombiano.com/proyectos/Colombiatex2009/Tiemporeal/textileros.htm>

Se quiere generar desarrollo en la cadena en su conjunto, implementando acciones que permitan la generación de diferenciación e innovación, trasladar mayores niveles de rentabilidad a los eslabones y dar mayor valor agregado a los productos, fortaleciendo las empresas y creando nuevas empresas. El aumento de la productividad no depende únicamente de las inversiones individuales, la formulación e implementación de planes de innovación y desarrollo para la cadena, capacitación del talento humano, mejorar el sistema de logística de la cadena e investigación sobre los índices de productividad.

La globalización de la cadena productiva del sector se está dando a gran velocidad. Los avances científicos y tecnológicos impulsan la aparición constante de nuevas actividades y nuevas formas de producir, distribuir y consumir bienes, servicios y conocimientos.

Para que la cadena pueda sostener su crecimiento en los mercados, se ve necesario un incremento significativo en la demanda por recursos orientados hacia el desarrollo tecnológico, la importación de bienes de capital, la racionalización del proceso productivo y mejor aprovechamiento de la capacidad instalada de las empresas. Con independencia si es mercado interno o externo, los empresarios deben modernizarse, reconvertirse y mejorar su base tecnológica.

Por todo lo anterior, se ve la oportunidad de entrar a ser partícipe de este mercado, con el fin de ofrecer productos diferenciados por calidad y alto valor agregado derivados de una nueva empresa con una estructura adecuada.

Así mismo, se hace necesario realizar una investigación de mercados que permita recoger información con respecto a: comportamientos, hábitos, necesidades, gustos, preferencias, nivel de aceptación y nivel de compra entre otros; para tener conocimiento de la dinámica que siguen cada una de las variables y de esta forma tomar decisiones acertadas sobre el futuro del proyecto.

#### 2.4.1.2 Necesidades de información

- Definir el tipo de pijama para dama que se encuentran en el mercado.
- Precisar cuál es la pijama de mayor preferencia.
- Identificar la tela preferida por el cliente en el momento de la compra.
- Determinar tallas, cantidades y frecuencia de compra de pijamas en Bucaramanga.
- Conocer el promedio del valor de compra de los establecimientos dedicados a la venta de pijamas en Bucaramanga.
- Reconocer la forma de pago más usual entre los comerciantes para determinar las políticas de venta.
- Identificar el medio de publicidad utilizado por los almacenes en el momento de solicitar un nuevo producto.
- Determinar los compradores interesados en adquirir la línea de ropa a esta nueva empresa.

#### 2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda

<b>Tipo de investigación</b>	Exploratorio, porque permite tener contacto con el sector en el cual se está investigando, y descriptivo, para identificar las características, formas de conductas, establece comportamientos concretos y se descubre la asociación de las variables que participan en el sector de las confecciones en Bucaramanga.
<b>Método de investigación</b>	La investigación se basará en el método deductivo, se espera señalar características de la oferta y la demanda a través del análisis de los resultados de la fuente primaria y la recopilación de fuentes secundarias (Información existente) las cuales son indispensables para minimizar los riesgos en la toma de decisiones.
<b>Fuentes de información</b>	• <b>Fuentes Primarias:</b> Para la recolección

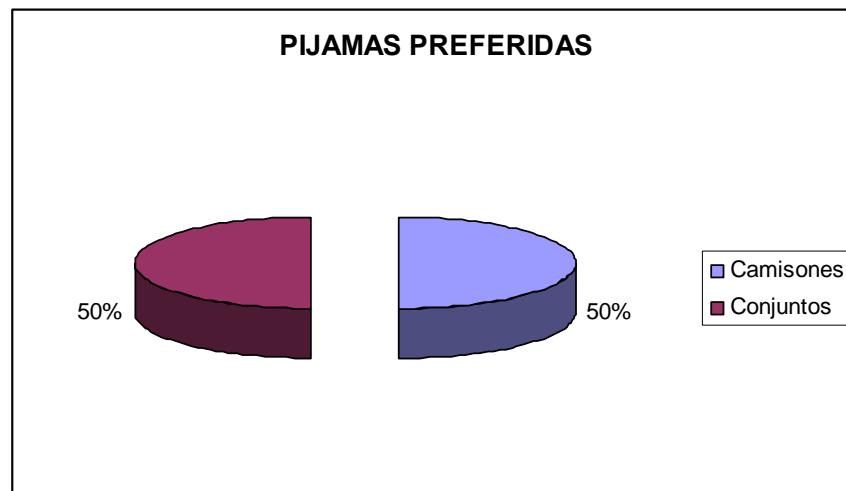
	<p>de la información se realizará un censo de aplicación personal dirigida a los almacenes de registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga que son los mismos que aparecen registrados en el directorio telefónico de Bucaramanga como comercializadores de pijamas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fuentes Secundarias.</b> Para esta investigación se buscara apoyo de información en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la oficina de industria y comercio de la alcaldía de Bucaramanga, además toda la información relacionada con este proyecto suministrada por libros, trabajos de grado, Internet y consulta a entidades públicas o privadas.</li> </ul>
<b>Técnicas de recolección de información</b>	Tomando en cuenta que la población objetivo serán los almacenes que aparecen registrados como comercializadores de pijamas en la cámara de comercio se realizara un censo.
<b>Instrumento</b>	Se elaborará un instrumento para recolección de la información. El formato presenta preguntas estructuradas de forma múltiple y dicotómica; con palabras comunes y de un solo significado para el censado. <b>(ver anexo A)</b>
<b>Modo de aplicación</b>	El censo se llevara a cabo vía telefónica.
<b>Definición de población</b>	Almacenes de pijamas en Bucaramanga registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga
<b>Proceso Censal</b>	Por ser una población de almacenes menor a 300 no se hará muestreo, sino un censo.
<b>Marco censal</b>	Los 12 almacenes de pijamas, registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el directorio telefónico.
<b>Alcance</b>	La ciudad de Bucaramanga
<b>Tiempo de aplicación</b>	28 de febrero al 28 de marzo de 2010

#### 2.4.1.4 Presentación de los resultados obtenidos en la investigación

##### A. Tipos de pijamas que se vende en mayor cantidad

Los resultados del censo realizado permiten observar que los clientes no se inclinan por una línea en especial sino que prefieren comprar los diferentes tipos de pijama, es por esta razón que el porcentaje es del 50% de preferencia

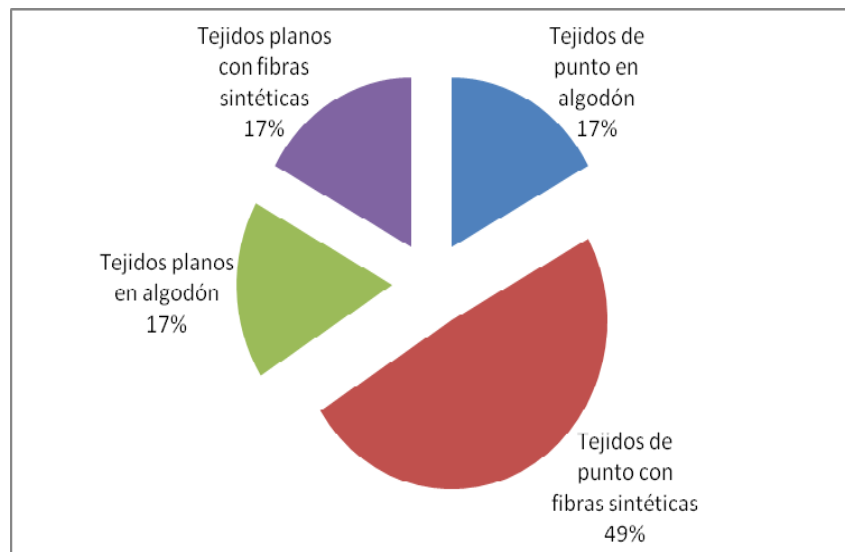
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Batas	6	50%
Conjuntos	6	50%
<b>TOTAL</b>	12	100%



##### B. Tela preferida

En cuanto a la preferencia por las telas existe un gusto homogéneo exceptuando, una inclinación por los tejidos sintéticos con un 49%, lo que deja ver que para tipo de textura existen clientes y por esta razón la nueva empresa tendrá telas para todo tipo de gustos.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Tejidos de punto en algodón	2	17%
Tejidos de punto con fibras sintéticas	6	49%
Tejidos planos en algodón	2	17%
Tejidos planos con fibras sintéticas	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

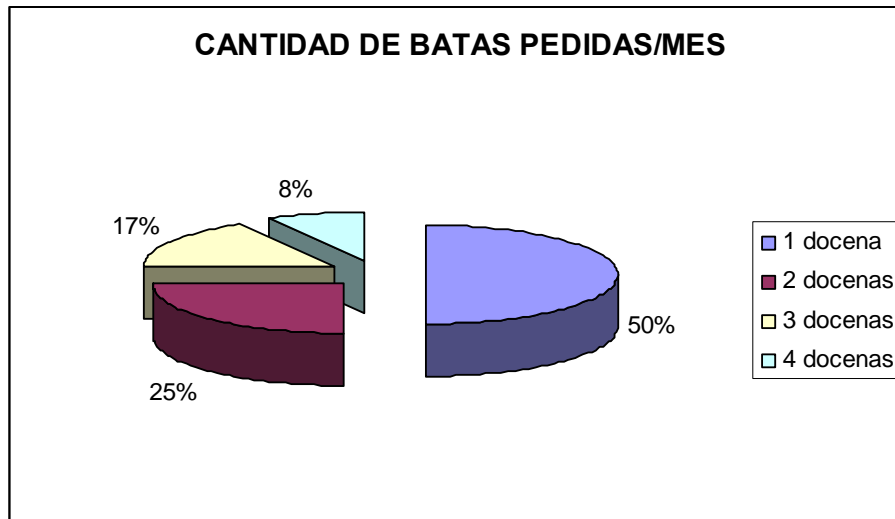


### C. Cantidad de pijamas que se compra mensualmente por producto

- Cantidad de batas compradas por los almacenes mensualmente**

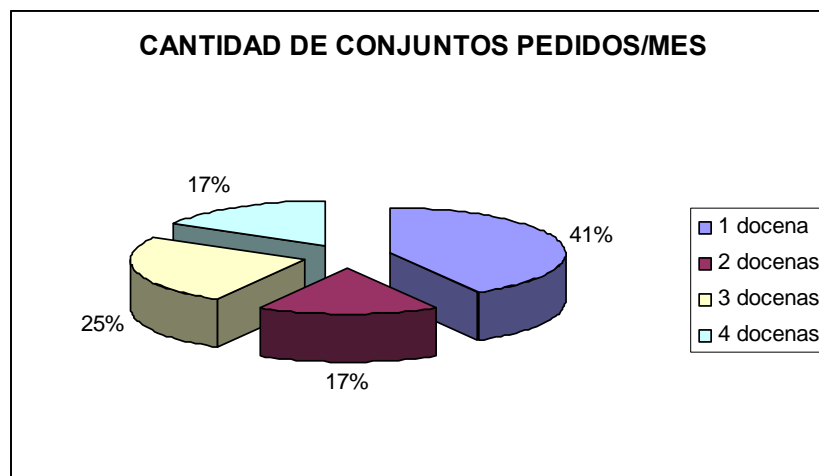
El 50% de los almacenes censados prefieren comprar en cantidades no mayores a una docena, demostrando gusto por los pedidos surtidos en productos y diseños.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
<b>1 docena</b>	6	50%
<b>2 docenas</b>	3	25%
<b>3 docenas</b>	2	17%
<b>4 docenas</b>	1	8%
<b>TOTAL</b>	12	100%
<b>PROMEDIO</b>	$X = \sum Xi * fi$	22 docenas



- **Cantidad de conjuntos comprados por los almacenes mensualmente.**  
En este ítem también se manifiesta el gusto por comprar los productos por docena, eso lo manifiesta el 42% de los almacenes censados

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
1 docena	5	41%
2 docenas	2	17%
3 docenas	3	25%
4 docenas	2	17%
<b>TOTAL</b>	12	100%
<b>PROMEDIO</b>	$X = \sum X_i * f_i$	26 docenas

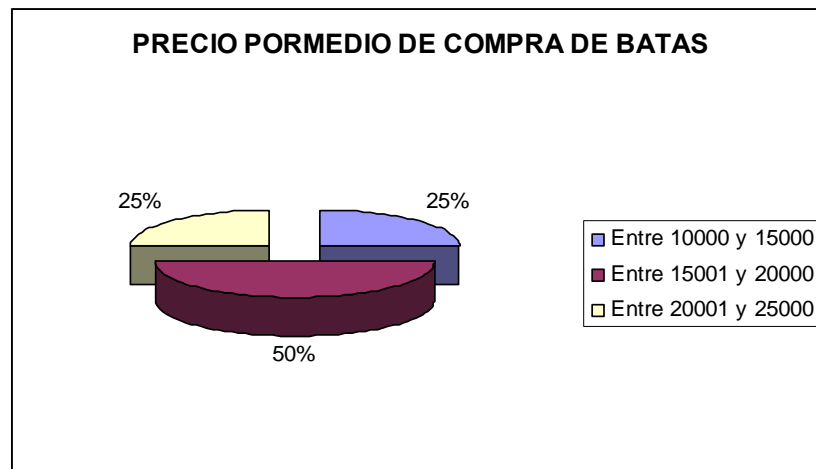


## Precio promedio de compra de las pijamas

- **Precio promedio de compra de batas**

En promedio el 50% manifiesta estar pagando \$17.500 aproximadamente por bata; orientando el manejo de los costos que se le debe dar a estas prendas.

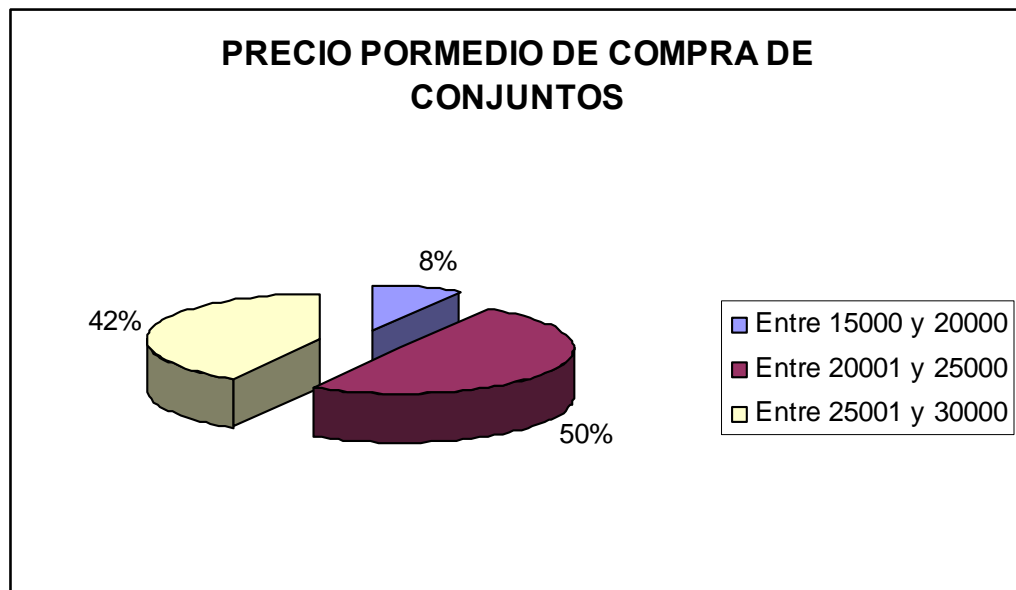
OPCIONES	RESPUESTAS	PROMEDIO	PORCENTAJE
Entre 10000 y 15000	3	\$ 37.500	25%
Entre 15001 y 20000	6	\$ 105.000	50%
Entre 20001 y 25000	3	\$ 67.500	25%
<b>TOTAL</b>	12	\$ 210.000	100%
<b>PROMEDIO REAL</b>		\$ 17.500	



- **Precio promedio de compra de conjunto.** El precio promedio según los almacenes censados podría estar en \$24.200, tomando en cuenta que el 50% lo ubica en el rango de 20000 a 25000; también sirve para determinar los costos de producción

OPCIONES	RESPUESTAS	PROMEDIO	PORCENTAJE
Entre 15000 y 20000	1	\$ 17.500	8%
Entre 20001 y 25000	6	\$ 135.000	50%
Entre 25001 y 30000	5	\$ 137.500	42%

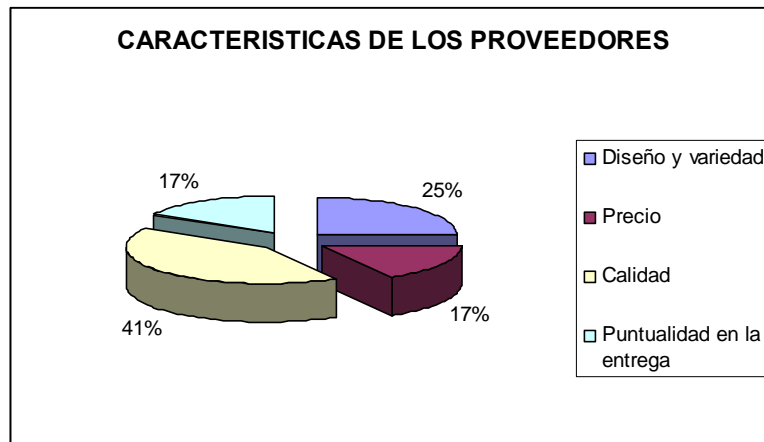
OPCIONES	RESPUESTAS	PROMEDIO	PORCENTAJE
TOTAL	12	\$ 290.000	100%
PROMEDIO REAL		\$ 24.167	



### E. Características para escoger el proveedor

El 42% de los almacenes censados manifiestan seleccionar a sus proveedores por la calidad de los productos; seguido de la variedad de diseños como factores importantes en el momento de entrar a competir y elegir el factor diferenciador de los productos de la nueva empresa.

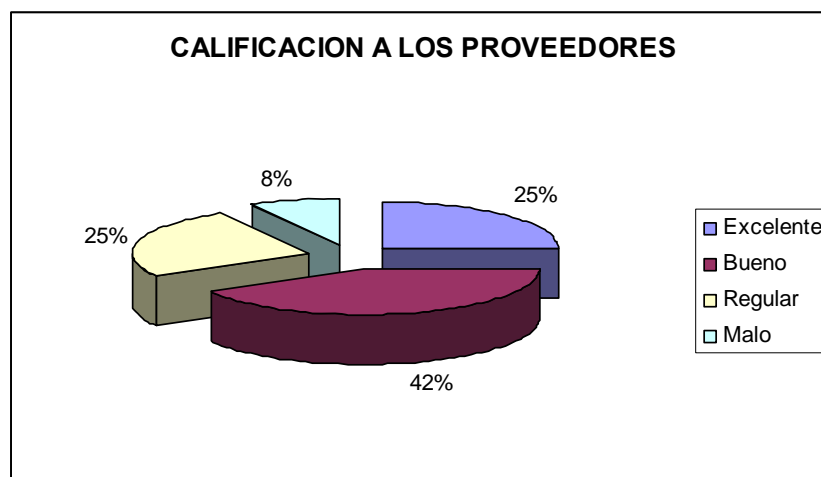
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Diseño y variedad	3	25%
Precio	2	17%
Calidad	5	41%
Puntualidad en la entrega	2	17%
TOTAL	12	100%



### F. Servicio de los proveedores actuales

El 42% de los almacenes califica como bueno el servicio que reciben de sus proveedores, elemento que también invita a tenerse en cuenta en el estudio de la oferta para determinar que falta para ser excelente y lograr competir también en este aspecto.

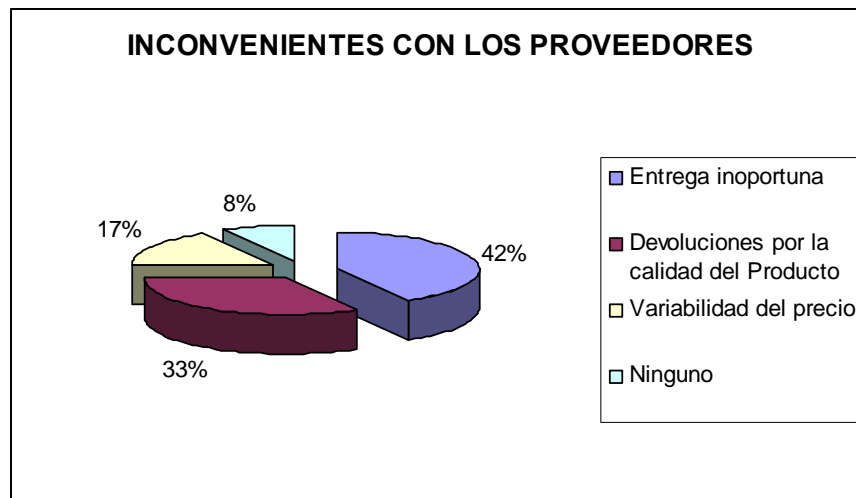
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Excelente	3	25%
Bueno	5	42%
Regular	3	25%
Malo	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>



## G. Inconvenientes con los proveedores

Dentro de los inconvenientes más comunes que manifiestan los almacenes en un 42% es el de la entrega inoportuna; elemento que se debe tener en cuenta en el estudio de la demanda y también tratar de utilizarlo como valor agregado de los productos de la nueva empresa.

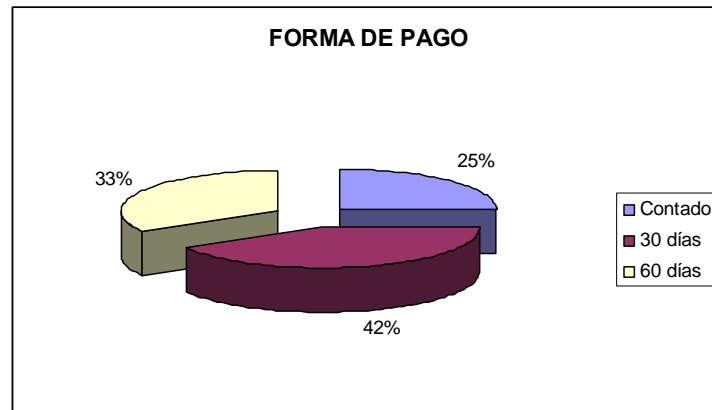
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Entrega inoportuna	5	42%
Devoluciones por la calidad del Producto	4	33%
Variabilidad del precio	2	17%
Ninguno	1	8%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>



## H. Forma de pago

El 42% de los censados deja como conclusión que el pago se efectúa en gran frecuencia cada 30 días lo que sirve como punto de partida al momento de establecer las políticas de ventas y rotaciones.

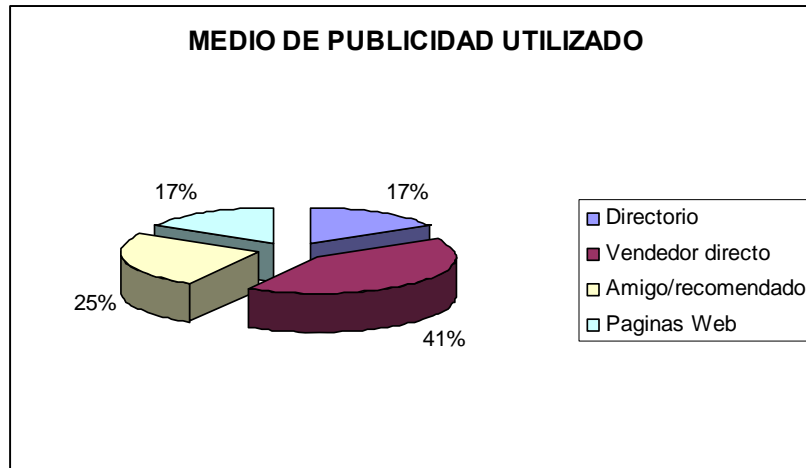
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Contado	3	25%
30 días	5	42%
60 días	4	33%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>



### I. Medio de publicidad que se utiliza al momento de solicitar un nuevo producto

El 42% manifiesta que al momento de solicitar un nuevo producto prefieren escuchar las propuestas que les haga un vendedor directo, ya que les brinda mas confianza en cuanto a cumplimiento y calidad de los producto, esto sirve para determinar una de las formas de hacer la promoción de mantenimiento de los productos.

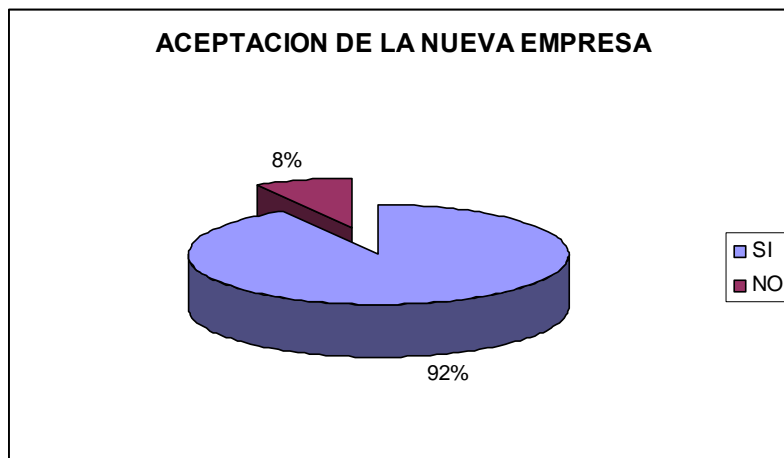
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Directorio	2	17%
Vendedor directo	5	41%
Amigo/recomendado	3	25%
Páginas Web	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>



**J. Disposición de comprar a la nueva empresa**

El 92% de los almacenes censados manifiesta estar dispuestos a comprar a la nueva empresa sus productos, lo que indica tener una demanda potencial entre la población elegida.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	11	92%
NO	1	8%
<b>TOTAL</b>	12	100%



**2.4.1.5. Estimación de la demanda.** Teniendo como referencia los resultados obtenidos de los almacenes de ropa de noche para dama, ya que a partir de este censo se hará la cuantificación de la demanda y utilizando el método de extrapolación, se presenta a continuación:

El 92% estaría dispuesto a comercializar pijamas femeninas de un nuevo proveedor, es decir, 11 almacenes de los 12 censados. Este será el número con el cual se estimará la demanda para cada producto representativo y la cantidad promedio requerida por los establecimientos será los datos tabulados en el Tabla 1.

**Tabla 1. Estimación de la demanda/ almacén en prendas anual**

PRENDAS	CANTIDAD DE DOCENAS PROMEDIO MENSUAL POR ALMACEN	CANTIDAD DE DOCENAS PROMEDIO ANUAL POR ALMACEN
BATAS	20	240
CONJUNTOS	24	288
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>528</b>

Fuente: Autora del proyecto

La demanda en pijamas sería en total 528 docenas al año/ almacén, la demanda total estará representada por los 11 almacenes (Ver tabla 2)

**Tabla 2. Estimación de la demanda total en prendas anual.**

PRENDAS	DEMANDA TOTAL
BATAS	2640
CONJUNTOS	3168
<b>TOTAL</b>	<b>5808</b>

\* **Evolución histórica de la demanda del producto.** Para el análisis de la evolución histórica del producto, se tomó el índice de crecimiento que presentó la

cámara de comercio de Bucaramanga en la constitución de empresas entre almacenes de ropa y producción de prendas de vestir en los últimos años, equivalentes al 14.8%<sup>6</sup> Aplicando la fórmula del valor presente ( $P= F / (1+i)^n$ ) se calculó la evolución histórica de la demanda. (Ver tabla 3)

**Tabla 3. Evolución histórica de la demanda del producto.**

AÑO	ALMACENES
2010	12
2009	10
2008	9
2007	8
2006	7

Fuente: Cámara de comercio. Informe de actualidad económica 2010

\* **Proyección de la demanda.** De igual manera empleando el mismo factor de crecimiento en la creación de empresas dedicadas al comercio de prendas de vestir y partiendo del número actual se procedió a realizar la proyección a cinco años en número de empresas y luego por prendas de lencería promedio anual.

La proyección del producto se realizará aplicando la técnica del método de mínimos cuadrados. Este método pretende relacionar linealmente el comportamiento que tienen dos variables entre sí, denominadas X (valor constante del método) y Y (estimación de la población), las cuales una depende de la otra; es decir X (independiente) hace que Y (dependiente) dependa de ella y están relacionadas dentro de una recta de tipo  $Y= mb + b$  en donde m y b son dos valores constantes (parámetros a ser determinados) que hacen que los puntos de la recta y/o cerca de ella se desplacen hacia la derecha o izquierda. (Ver tabla 4 y 5)

---

<sup>6</sup> Fuente: Cámara de comercio. Informe de actualidad económica

**Tabla 4. Proyección de la demanda del producto.**

<b>AÑO</b>	<b>ALMACENES</b>
2010	12
2011	14
2012	16
2013	18
2014	21

Fuente: Cámara de comercio. Informe de actualidad económica

**Tabla 5. Proyección de la demanda total por líneas**

<b>CANTIDADES PROMEDIO ANUAL</b>					
<b>PRENDAS</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
BATAS	2640	3010	3431	3911	4459
CONJUNTOS	3168	3612	4117	4694	5351
<b>TOTAL</b>	<b>5.808</b>	<b>6.621</b>	<b>7.548</b>	<b>8.605</b>	<b>9.809</b>

Fuente: Autora del proyecto

## **2.5. LA OFERTA**

Corresponde en este punto describir a los competidores, quienes son, donde están, que tamaño tienen, cuanto usan de este tamaño y cuál es la participación en el mercado o volumen total de ventas. Evaluar las fortalezas y debilidades de la competencia y de sus productos o servicios. Debe analizarse esa competencia a la luz de aspectos como volúmenes, calidad y comportamiento de esos productos o servicios, precios, garantías, entre otros. Igualmente importante es la evaluación de las capacidades técnicas, financieras, de mercadeo y tendencias en la participación de ellas en el mercado total.

Conocer las estrategias de diferenciación, las barreras de protección y las estrategias de mercadeo de la competencia son elementos que permitirán definir nuestras propias estrategias de competitividad y mercadeo para capturar la

participación de mercadeo. Igualmente definir nuestras ventajas competitivas, nuestra propia barrera de protección y detectar las debilidades de la competencia que pueden explotarse para garantizar esa porción de mercado a nuestra empresa.

Para determinar la oferta se tomó como fuente primaria un proyecto de grado realizado por dos estudiantes de ingeniería industrial de la Universidad Pontificia de Bucaramanga denominado “El sector de las confecciones en Santander: análisis de productividad por líneas”<sup>7</sup>; En este proyecto de grado del año 2009 se analiza la capacidad productiva de las fábricas de confecciones santandereanas, sus ventas, clientes, mercado, entre otras. Toda esta información es suministrada por líneas, es decir, ya sea infantil, para dama, deportivo, lencería, entre otros.

**2.5.1 Necesidades de información.** Precisar los nombres de las fábricas y su procedencia que surten los almacenes, quienes serían la directa competencia.

- Analizar el servicio e inconvenientes prestados por los proveedores.
- Distinguir dentro de la ropa interior y pijamas que tipo de prendas está elaborando la competencia.
- Conocer la capacidad de venta mensual por unidades de las fábricas que confeccionan pijamas para dama.
- Determinar el grado de participación de la competencia en el mercado.
- Conocer la capacidad utilizada actualmente por las fábricas.
- Determinar la ubicación de los clientes de las fábricas confeccionistas de pijamas para dama.
- Identificar el manejo de precios con respecto a la competencia.
- Establecer cuál es el principal tipo de publicidad utilizado por las empresas.

---

<sup>7</sup> Proyecto de grado. El sector de las confecciones en Santander: análisis de productividad por líneas. Parra, Elsa y Joya Isabel. Universidad Pontificia Bolivariana. 2009

- Determinar las políticas de venta manejadas por las diversas empresas de la competencia.
- Establecer el tipo de tecnología utilizada en las fábricas de confecciones.
- Examinar el grado de capacitación que están recibiendo las fábricas de confecciones.

### 2.5.2 Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria.
Método de investigación	Deductivo
Fuentes de información	Secundarias: Proyecto de grado. “El sector de las confecciones en Santander: análisis de productividad por líneas”. <sup>8</sup>
Definición de población	32 empresas inscritas en la cámara de comercio como fabricantes de ropa interior.
Alcance	La ciudad de Bucaramanga

### 2.5.3 Análisis de la Oferta.

**2.5.3.1 Cantidad de Fábricas de pijamas:** Actualmente en Bucaramanga y su Área metropolitana existen un total de 820 empresas, que se dedican a la producción de ropa y dentro del segmento de ropa interior hay 32 quienes en total venden al mercado local 5244 prendas /mes.<sup>9</sup>

**2.5.3.2 Volumen de producción.** El volumen actual de producción promedio por mes de las empresas de confecciones es de 17.667 unidades para cada una de las medianas, 6.585 unidades para cada una de las pequeñas y 1.431 unidades/mes para cada una de las microempresas.

---

<sup>8</sup> Ibídem. .

<sup>9</sup> Ibídem.

Al mercado local venden las medianas el 5.33%, las pequeñas el 6.31% y la micro el 63.11%<sup>10</sup>

En el caso específico de las fábricas de ropa interior y de dormir (32), las empresas tienen un volumen de producción 171 pijamas mensuales en promedio, es decir al mercado local ofrecen 5484 prendas /mes.<sup>11</sup>. Se puede concluir que la oferta para el mercado local por parte de las 32 fábricas de pijamas es de 457 docenas por mes es decir 5484 docenas al año

**2.5.3.3 Los Proveedores.** De los inconvenientes que se presentan actualmente en el sector de las confecciones de Bucaramanga más delicado es el que tiene que ver con la escasez de proveedores esta se presenta en dos aspectos, el primero de ellos tiene que ver directamente con los proveedores de telas, las empresas de confecciones hacen el pedido de determinadas telas de acuerdo a una programación de la producción atada al área de mercadeo, en algunos casos los productos fabricados con estas telas son muy bien vendidos y es ahí cuando se presenta la escasez, ya que cuando intentan hacer un nuevo pedido de dicha tela las textileras ya no la tienen disponible.

**2.5.3.4 Tecnología.** Se encontró que un alto porcentaje de las fábricas, tienen una tecnología semiartesanal, pues cuentan con la maquinaria básica para la elaboración del producto; sin embargo ellos buscan quien elabore o produzca terminados que se requieren y que solo lo realiza cierto tipo de maquinaria que ellos no poseen.

**2.5.3.5 Ubicación Clientes:** También es pertinente mencionar que aunque en un menor porcentaje, en la ciudad se cuenta con fábricas que poseen un nivel de industrialización que les permite competir con el mercado nacional e

---

<sup>10</sup> Ibídem.

<sup>11</sup> Ibídem.

internacional,<sup>12</sup> es así como se registran exportaciones de ropa infantil a países como: Inglaterra, Francia, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Chile, México entre otras. Los principales destinos nacionales de la producción de ropa íntima para dama de Bucaramanga y su área metropolitana son: la costa, occidente del país, los Santanderes.

**2.5.3.6 Precios.** Los fabricantes consideran que sus precios están iguales o similares a los de la competencia, lo que muestra la importancia de los valores en el momento de entrar a un mercado de gran trayectoria y tradición como lo es la confección.

**2.5.3.7 Canales de Comercialización.** Con respecto a los canales de comercialización utilizados por las empresas se encontró que el canal más usado es el de los vendedores directos y comercializadores. Aunque existen otras opciones, los productores locales se inclinan por estos por ser los más utilizados y los que mejores resultados les han arrojado.

**2.5.3.8 Publicidad.** En cuanto al tipo de publicidad utilizado se nota un predominio por las páginas amarillas; espacios como la radio, televisión o la página Web son muy poco usados, entre otras razones por los altos costos que implican estos medios de publicidad.

**2.5.3.9 Política de ventas.** Al analizar las políticas de ventas que tienen las empresas dedicadas a la producción de ropa íntima para dama y su área Metropolitana, se encontró que el crédito a 60 y 30 días es el método más adecuado para compradores y distribuidores es importante contar con la posibilidad de adquirir el producto a crédito teniendo en cuenta la situación económica de la región y en general del país.

---

<sup>12</sup> Ibídem

**2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia.** Según información arrojada por el análisis de la oferta, los competidores más fuertes al momento de considerar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a producir pijama para dama, se encontró: (Ver tabla 6)

**Tabla 6. Análisis de la situación de la competencia**

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los precios no tienen cobertura total para todos los estratos.</li> <li>• A pesar de su gran experiencia y prestigio se presentan problemas de costuras en sus prendas.</li> <li>• Aunque poseen diseños femeninos no presentan opciones completas en este sentido, pues se dedican de manera particular a trabajar texturas distintas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Va a la vanguardia en diseño tecnología y comercialización</li> <li>• Tienen muchos años de estar en el mercado, lo cual les permite tener, una infraestructura muy completa.</li> <li>• Trabajan en equipo bajo la cultura de experiencia de marca.</li> <li>• Ofrecen productos novedosos en cuanto a los accesorios y materiales utilizados en los procesos de ensamble</li> </ul>

Fuente: Autora del proyecto

**2.5.5 Proyección de la oferta.** Si se toma en cuenta que se emplearon para este estudio solo 32 empresas de confecciones registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, que venden al mercado local, y considerándolas por su tamaño como microempresas se podrían proyectar con el mismo factor de crecimiento de la demanda (14.8%), lo cual arrojaría una cantidad de empresas proyectadas tal como se ve en la tabla 7.

**Tabla 7. Proyección de la Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>FABRICAS</b>
2010	32
2011	37
2012	42
2013	48
2014	56

Fuente: Autora del proyecto

## **2.6. RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA**

Con base en los resultados obtenidos, las familias prefieren las prendas tipo informal, de ahí que existan en el mercado mayor número de almacenes que distribuyan este tipo de prendas. Los almacenes no muestran gusto especial por una marca en Bucaramanga; esto permite que el proyecto entre a competir y a desplazar, para luego posicionarse en el mercado local, ya que aunque las personas encargadas de estos almacenes no manifiestan un alto grado de insatisfacción, pero si se observa una demanda insatisfecha en el mercado objetivo de este estudio. (Ver tabla 8)

**Tabla 8. Demanda insatisfecha**

<b>AÑO</b>	<b>PRENDAS DEMANDADAS</b>	<b>PRENDAS OFRECIDAS</b>	<b>DEMANDA INSASTIFECHA</b>
2010	5.808	5484 <sup>13</sup>	324
2011	6.621	6252	369
2012	7.548	7127	421
2013	8.605	8125	480
2014	9.809	9262	547

Fuente: Autora del proyecto

<sup>13</sup> Este promedio se obtiene del numeral 2.5.3.2 Volumen de producción del presente trabajo

## 2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION

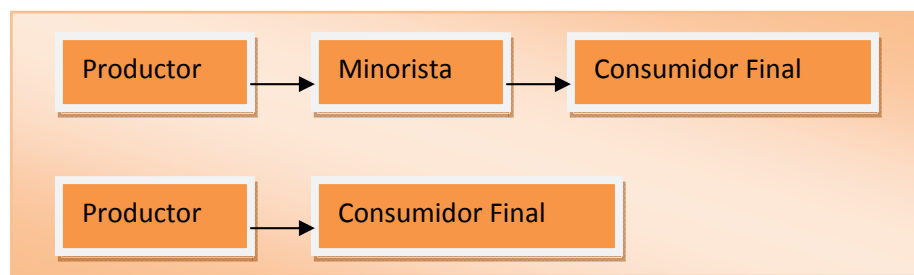
Es importante la forma como se hará llegar las prendas tipo informal al mercado, por ello se realizará un análisis que permita escoger una ruta adecuada y oportuna.

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** Para hacer llegar los productos y servicios al consumidor final, existen básicamente 4 tipos:

- a) Productor al Consumidor final
- b) Productor, Mayorista y Consumidor final
- c) Productor, Mayorista, Minorista y Consumidor final
- d) Productor, Minorista y Consumidor final

Como se referencia en el estudio de oferta, según los datos secundarios; se aprecia que los sistemas de distribución utilizados por las fábricas de confecciones son:

**Grafico 3. Canales de distribucion utilizados actualmente.**



Fuente: Autora del proyecto

**2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales.** A continuación se presentan las ventajas y desventajas del canal de distribución productor al minorista al consumidor final.

## **VENTAJAS**

- Se vende en cantidades suficientes que hacen que el procesamiento y la remisión resulte económica
- Permiten evaluar con mayor rapidez las tendencias de la moda.
- Los minoristas se encargan de poner los productos de aceptación en el mercado.
- Se puede producir lo que se va a vender, controlar el precio y la ubicación de sus productos en establecimientos acorde con los objetivos de la empresa.
- Lograr una aceptación y compra del minorista se ve reflejado en la promoción del producto.
- Se puede alcanzar un mercado selectivo.

## **DESVENTAJAS**

- Exigen productos estandarizados.
- Para incursionar en el minorista se requiere una campaña publicitaria.
- Aumentar poco los precios y tener buena rotación.
- Solicitan precios bajos y márgenes de rotación.

Las siguientes son las ventajas y desventajas del canal de distribución productor al consumidor final.

## **VENTAJAS**

- Este canal resulta de gran importancia para los fabricantes que su marca posee en reconocimiento en el consumidor final.
- Para una empresa en etapa de crecimiento o desarrollo realizar una venta directa le permite tener mayor control de su precio y estrategias de mercadeo.

## DESVENTAJAS

- La fábrica debe producir un producto que satisfaga las necesidades total o en gran parte del consumidor para que accedan a la compra directa.
- La inversión considerable de capital que requiere la venta al detallista.

La gerencia en su inicio se le exigiría habilidades especiales para la producción y la venta, lo cual podría ser perjudicial para la fase de iniciación.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** El canal de distribución se eligió, teniendo en cuenta los costos de distribución del producto, el control que se tiene sobre las políticas de precios, promoción al consumidor, la calidad del producto y la conveniencia para el consumidor final.

Al principio, la distribución se concentrara en los almacenes ubicados en el centro de Bucaramanga, el equipo de trabajo recepcionará y hará la entrega de las cantidades a las personas encargadas o autorizadas para la negociación en cada almacén de ropa infantil tipo informal quien le venderá al consumidor final.

Por ello se escogió el canal de distribución que se presenta a continuación:

### Grafico 4. Canal de comercialización elegido



Fuente: Autora del proyecto

## 2.8. PRECIO

Esta es una de las variables del bien, al igual que el producto, plaza y publicidad influye en la percepción que tienen el consumidor sobre el producto.

**2.8.1 Análisis de precios.** La información que se presenta a continuación, es teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el estudio de demanda en Almacenes y por Benchmarking. (Ver tabla 9)

**Tabla 9. Promedio de precios en el mercado**

PRENDAS	PRECIO
BATAS	\$25.000
CONJUNTOS	\$42.000

Fuente: Autora del proyecto

El consumidor medio compra basándose en el precio, sin embargo, dan prioridad al diseño, variedad y calidad. Es evidente que esta actitud aumenta las posibilidades del mercado para las pijamas de dama, siempre que sean prendas con un diseño original, y su precio sea justo para lo que se ofrece.

Los precios deben ajustarse a las necesidades financieras de la empresa, permitir obtener una rentabilidad. Buscando estar por debajo de los precios del mercado sin que esto afecte la calidad del producto.

**2.8.2. Estrategias de fijación de precios:** Para este proyecto se determinarán los precios de acuerdo a la función de comparación, que permite estimar el valor de cada producto con relación a otros similares; teniendo como objetivo un precio que supla los costos de producción añadiéndole un porcentaje basado en el rendimiento esperado. Se tendrá en cuenta un precio razonable a los aceptados en el mercado, ya que se trata de introducir productos en los que el fabricante es desconocido.

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION**

Todo proyecto necesita un adecuado programa de publicidad y promoción con el cual se dé a conocer su producto o servicio y de igual forma incrementar el consumo del mismo.

**2.9.1 Objetivos.** Para la publicidad y promoción de este proyecto se tendrán en cuenta los siguientes objetivos:

- Informar y persuadir a los consumidores sobre las prendas tipo informal de este proyecto.
- Influir en la actitud y conducta de los consumidores.
- Animar a los almacenes a comprar las prendas
- Ganar preferencia del cliente.

**2.9.2 Análisis de medios.** Los resultados obtenidos en el estudio de demanda, permiten establecer como los medios más utilizados para la publicidad y promoción de las prendas de vestir tipo informal a:

- El directorio telefónico: este medio, es el preferido por la población. Aporta altos niveles de cobertura y gran notoriedad en un corto período de tiempo.
- Vitrinas: este método es relativamente nuevo, se ha venido estableciendo para la promoción de toda clase de productos como "exhibición".
- Catálogo: este tipo de promoción, ha tomado reconocimiento mediante la práctica de muchas empresas que al incursionar mercados relativamente lejanos, buscan crear un canal directo al consumidor a través de personas vinculadas indirectamente a la misma. Es utilizado para productos posicionados en el mercado.
- Página web

c. Los medios seleccionados para la publicidad y promoción de las prendas de la empresa, serán:

Folleto: es una herramienta para la venta directa, le permite al vendedor dar a conocer el producto en sus variedades, precios etc., de una forma ordenada y completa.

**2.9.3. Estrategias publicitarias.** Las estrategias de publicidad y promoción se realizaran personalmente con el cliente, ya que, el mercado a cubrir es la zona de Bucaramanga. En la primera visita se suministrará toda la información de la empresa como: dirección, teléfono, fax, una breve historia de esta, nombre de propietarios y experiencia; por supuesto se enseñarán las muestras físicas, referencias, carta de colores, precios, políticas de venta: plazos de entrega, cantidades por artículo, condiciones de pago.

Como estrategia de publicidad el vendedor obsequiara lapiceros, lanillas, volantes y tarjetas de presentación que lleven los datos de la nueva empresa.

El éxito de este primer contacto, se puede evidenciar el interés del cliente por el producto, si se logra un pedido inicial o lo deja opcional para la próxima visita.

A los clientes que inician sus compras en la empresa, se les debe cumplir con lo pedido en un tiempo mínimo, y es significativa la importancia que tiene en este momento una retroalimentación a la atención al cliente para estar al tanto de las inquietudes y sugerencias, todo con miras al mejoramiento de la calidad.

#### **2.9.4 Presupuesto de publicidad y promoción (Ver tabla 10)**

##### **2.9.4.1. De lanzamiento**

**Tabla 10. Presupuesto publicidad de lanzamiento**

<b>MEDIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Folleto de Presentación	500	\$180.000
Tarjetas de Presentación	500	\$25.000

MEDIO	CANTIDAD	PRECIO
Cóctel de Lanzamiento	100	\$400.000
Pasacalles	500	\$100.000
Pendones	2	\$120.000
Volantes	500	\$100.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$925.000</b>

Fuente: Litografía Guterberth

#### 2.9.4.2. De operación (Ver tabla 11)

**Tabla 11. Presupuesto publicidad de operación**

MEDIO	CANTIDAD	PRECIO
Publicidad en Pautas de revistas (vanguardia)	Dos Pautas	\$800.000
Publicidad Directorio Telefónico	Un Aviso Pág. Amar.	\$450.000
Muestrario prendas	Una prenda por diseño	\$300.000
Catalogo	500 unid.	\$400.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.950.000</b>

Fuente: Vanguardia Liberal y Publicar S.A.

## 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Luego de precisar la información de la demanda y la oferta, para conocer cómo se mueve este mercado en Bucaramanga y su área metropolitana, encontrando que hay campo de acción para la instalación de este proyecto se define el tipo de producto, su uso, especificaciones, productos principales, complementarios y sustitutos, estableciendo el punto diferenciador, aspecto que nos permitirá la entrada y estadía en el mercado.

Los mercados potencial y objetivo, se definen por la existencia de almacenes de pijama para dama y se trabajará con los registrados en el directorio telefónico, que estarían interesados en negociar con la nueva empresa, aspecto que hace factible su montaje.

Se elabora la investigación de mercados a partir de un censo aplicado a la demanda, y un estudio de la oferta o competencia, para realizar el análisis de la información, obteniendo resultados que servirán de base para el montaje técnico del proyecto.

En los resultados obtenidos en la investigación de mercados, se encontró que entre los tipos de pijama de más venta no hay una inclinación marcada, prefiriendo las telas sintéticas.

La cantidad, frecuencia y tallas que compran los almacenes, está dada por factores como la temporada, la rotación de la mercancía, el movimiento de las ventas y la economía, entre otros, se pudo deducir que dentro de lo normal, hacen pedidos cada dos meses a diferentes fábricas, y surten las tallas en las que se han agotado en el almacén.

Se aprecia que la demanda tiene una tendencia de crecimiento año tras año, representado en aumento de niveles de producción.

Se realizó un estudio de las fábricas que confeccionan ropa para dama, la competencia, que llevo a concluir los siguientes aspectos: es fundamental aprovechar la capacitación brindada por las entidades vinculadas con el medio; y es importante mantener precios similares con las demás fábricas, esto permitirá competir en el mercado de la confección.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto:** El tamaño del proyecto estará ligado a la capacidad real, de atender una demanda insatisfecha, manejando unos recursos físicos, humanos y de insumos, dentro de una planta bien distribuida, de modo que se puedan optimizar dichos recursos.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto:** Los factores que determinan a capacidad del proyecto son: tamaño del mercado, fuentes de financiación, la disponibilidad de insumos, el recurso humano y la tecnología.

➤ Tamaño del mercado: Está determinado por el nivel de aceptación entre la población censada. En ese sentido serian 12 almacenes registrados en la cámara de comercio de Bucaramanga los cuales coinciden con los inscritos en el Directorio Telefónico de Bucaramanga, a quienes irían dirigidos solo diseños exclusivos de acuerdo a los gustos y necesidades de sus clientes.

➤ Fuentes de financiación: Para el proyecto se espera que los recursos económicos se logren a través de entidades como el SENA; buscando apoyo en los fondos y programas cuyo objetivo es respaldar la constitución y fortalecer unidades productivas, de igual forma se tendrá en cuenta el Banco Agrario el cual a través de la banca de oportunidades también busca promover la creación de empresas.

Se considera otra entidad como la Fundación Mundial de la Mujer que ofrece financiación a empresas no menores de seis meses de constitución para el fortalecimiento de las mismas, con garantías flexibles. De igual forma están las entidades financieras que ofrecen créditos externos con el fin de apoyar la

creación de empresas, facilitando al emprendedor, cumplir los requisitos de garantía, en una etapa de iniciación.

➤ Disponibilidad de insumos: La materia prima requerida por la empresa, representada en telas, herrajes, marquillas, botones, cauchos para entallar entre otros, se obtienen a través de agencias nacionales, que poseen vendedores directos y puntos de venta en la ciudad de Bucaramanga, es decir los insumos se consiguen en el mercado local.

➤ Recurso humano: El personal especializado que se requiera en algunos casos es fácil de conseguir, ya que, en Bucaramanga y su Área Metropolitana existen diferentes instituciones como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA); el Centro de Desarrollo de la Confección (CDP) y centros educativos, que disponen de programas de capacitación especiales en el área de la confección, como la enseñanza en el manejo de máquinas especiales (collarín, bordadoras, ojaladoras, encauchadoras entre otros; y la elaboración de patronaje industrial y escalado.

➤ Tecnología: La tecnología que el proyecto requiere es una cortadora de tela que permita agilizar el trabajo cortando altos bloques de tela en una solo operación; por otra parte, a los ensambladores se les solicita que tengan como mínimo una fileteadora, una collarín, una 2-60 y una maquina plana, tecnología disponible en el mercado local.

### **3.1.3 Capacidad del proyecto**

▪ **Capacidad total diseñada:** La capacidad total diseñada del proyecto estará definida por la demanda insatisfecha que según las conclusiones del estudio de mercados es de 324 docenas anuales, para un total de 3888 prendas.(ver tabla 12)

**Tabla 12. Demanda de pijamas**

<b>AÑO</b>	<b>PRENDAS DEMANDADAS</b>	<b>PRENDAS OFRECIDAS</b>	<b>DEMANDA INSASTIFECHA</b>
2010	5.808	5484 <sup>14</sup>	324
2011	6.621	6252	369
2012	7.548	7127	421
2013	8.605	8125	480
2014	9.809	9262	547

Fuente: autora del proyecto

Los empleados de la empresa laborarán en dos turnos: de 6:00 am a 2:00 pm, de 2:00 a 10:00 pm, completando una jornada de ocho horas diarias en cada turno, durante seis días a la semana: de lunes a sábado, para un total de 48 horas semanales.

A continuación, se presenta el tiempo de elaboración requerido para una unidad de Batas y Conjuntos. (Ver tabla 13)

**Tabla 13. Tiempo de elaboración por unidad de producción**

<b>TIEMPO DE ELABORACION ( minutos/unidad)</b>					
<b>PRENDA</b>	<b>CORTE</b>	<b>COSTURA</b>	<b>FILETEADO</b>	<b>TERMINADO</b>	<b>TOTAL</b>
BATAS	10 min.	15 min.	5 min.	25 min.	53 min.
CONJUNTOS	15 min.	18 min.	8 min.	15 min.	56 min.
<b>TOTAL</b>	<b>25 min.</b>	<b>33 min.</b>	<b>13 min.</b>	<b>40 min.</b>	<b>109 min.</b>

Nota: Terminado comprende las labores de despeluce, control de calidad, doblado, empaque y bodegaje del producto terminado.

Fuente: SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA. FLORIDABLANCA

<sup>14</sup> Este promedio se obtiene del numeral 2.5.3.2 Volumen de producción del presente trabajo

Con base en los resultados obtenidos en el estudio de mercados, se conoce la participación de cada producto sobre la demanda global anual, así: 243 docenas de batas (45%), 287 de conjuntos (55%). (Ver Tabla 14)

**Tabla 14. Tiempo de producción total por producto (min/año):**

PRENDA	PARTICIPACION	TIEMPO/AÑO
BATAS	45%	497.664
CONJUNTOS	55%	608.256
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1.105.920</b>

Fuente: autora del proyecto

Dividiendo el tiempo de producción por producto (min/año) por el tiempo de elaboración por unidad de producción (min/u), se obtiene la capacidad total diseñada anual (u/año). (ver tabla 15)

**Tabla 15. Capacidad total diseñada anual**

PRENDA	TIEMPO/PRENDA	TIEMPO ANUAL EN MINUTOS	PRENDAS ANUALES	DOCENAS ANUALES
BATAS	53	497.664	9.390	782
CONJUNTOS	56	608.256	10.862	905

Fuente: autora del proyecto

- **Capacidad instalada:** La capacidad instalada del proyecto estará definida por un tiempo de producción (min. /año) calculado con base en una máquina plana industrial y una fileteadora industrial, que serán utilizadas por operarias encargadas de fileteado y costura, que laborarán en la empresa en dos turnos, completando una jornada de ocho horas diarias en cada turno, durante seis días a la semana: de lunes a sábado, para un total de 48 horas semanales. (ver tabla 16)

**Tabla 16. Capacidad total instalada**

PRENDA	TIEMPO/ PRENDA	TIEMPO ANUAL EN MINUTOS	PRENDAS ANUALES	DOCENAS ANUALES
BATAS	53	228.096	4.304	359
CONJUNTOS	56	278.784	4.978	415

Fuente: autora del proyecto

- Capacidad utilizada y proyectada.** La capacidad instalada se ve reducida por efectos del corto plazo como la demanda, el desempeño de la administración, ineficiencia de trabajadores, desajuste de maquinaria, inicio del negocio, entre otros factores que hacen que la producción real sea aproximadamente en el primer año de funcionamiento del 66% de la capacidad instalada, para el segundo año el 70%, para el tercer año 75%, para el cuarto año 80% y para el quinto año 90%. (ver tabla 17)

**Tabla 17. Capacidad utilizada anual (u/año):**

PRENDA	TIEMPO/ PRENDA	TIEMPO ANUAL EN MINUTOS	PRENDAS ANUALES	DOCENAS ANUALES
BATAS	53	114.048	2.148	170
CONJUNTOS	56	139.392	2.484	207

Fuente: autora del proyecto

- Determinación del personal necesario para la producción.** Ya conocidos los tiempos de operación, se procede a calcular el número de operarios necesarios para la producción 386 docenas anuales, aplicando la siguiente fórmula:

$$IP = \frac{UnidadesFabricar}{TiempoDisponibleOperador} \quad \text{y} \quad NO = \frac{TE * IP}{E}$$

Donde:

NO= Numero de operarios.

TE= Tiempo estándar de la pieza

IP= Índice de Producción

E = Eficiencia planeada.

Los tiempos promedio de elaboración son:

PROCESO	TIEMPO TOTAL REQUERIDO (MIN)
CORTE	15 min.
COSTURA	18min.
FILETEADO	8 min.
TERMINADO	15 min.
TIEMPO TOTAL EN min	56 min.
<b>TIEMPO TOTAL EN HORAS</b>	<b>0.93</b>

La producción utilizada es de 33 docenas de pijamas al mes (396 prendas), trabajando un turno de 8 horas por día, con una eficiencia del 90%.

Para los tiempos disponibles de los trabajadores se debe tomar en cuenta una serie de tiempos identificados como personales o tiempos muertos, por este concepto se descontará el 10% del tiempo que labora un operario por día.

Estos tiempos se encuentran representados en idas al baño y tiempos de descanso y alimentación.

$$IP = \frac{396 \text{ produ / mes}}{(480 - 48) * 24 \text{ d / mes}} = \frac{396 \text{ produ / mes}}{10.368 \text{ min}} = 0.038 \text{ prod / min} =$$

De esta manera el número de operarios será:

$$NO = \frac{TE * IP}{E}$$

$$NO_{corte} = \frac{15 \text{ min} * 0.038}{0.9} = 0.63 = 1 \text{ operario}$$

$$NO_{costura} = \frac{18 \text{ min} * 0.038}{0.9} = 0.73 = 1 \text{ operario}$$

$$NO_{fileteado} = \frac{8 \text{ min} * 0.038}{0.9} = 0.52 = 1 \text{ operario}$$

$$NO_{terminando} = \frac{15 \text{ min} * 0.038}{0.9} = 0.63 = 1 \text{ operario}$$

**Tabla 18. Numero de operarios**

PROCESO	OPERARIOS REQUERIDOS
<b>CORTE</b>	1
<b>COSTURA</b>	1
<b>FILETEADO</b>	1
<b>TERMINADO</b>	1
<b>TOTAL OPERARIAS</b>	4

Fuente: autora del proyecto

### 3.2 LOCALIZACION

**3.2.1 Macro localización:** Esta empresa estará ubicada en el departamento de Santander, en el municipio de Bucaramanga, y dentro de la división política urbana de la ciudad se pertenece a la zona metropolitana de Bucaramanga.

**3.2.2 Micro localización:** Se realizará mediante el método cuantitativo por puntos teniendo en cuenta los factores relevantes para detectar el barrio más conveniente para su ubicación.

\* **Costo de transporte de insumos y productos:** Corresponderá al valor a cancelar a proveedores por concepto de transporte al sitio de funcionamiento de la empresa.

\* **Costo de arrendamiento:** Son las erogaciones mensuales que se causaran por el uso de las instalaciones para la producción y comercialización de las pijamas

\* **Infraestructura del local:** Corresponderá al área adecuada en donde se puedan desarrollar de manera eficiente las actividades administrativas y técnicas de la empresa.

\* **Costo de servicios públicos:** Valores que se causarán por el uso de los servicios públicos como agua, luz y teléfono, dependiendo del sitio y el estrato donde se encuentre ubicado el local.

\* **Vías de acceso y parqueo:** Es la facilidad para el estacionamiento y las vías de acceso a la empresa, para los automotores de proveedores y clientes en general.

\* **División de los factores en grados**

1. Costo de transporte de insumos y productos F1

- Muy costoso: transporte diario \$ 10.000
- Costoso: transporte diario \$ 8.000
- Poco costoso: transporte diario \$ 6.000

## 2. Costo de Arrendamiento F2

- Muy costoso: arrendamiento mensual mayor a \$600.000.
- Costoso: arrendamiento mensual de \$500.000.
- Poco costoso: arrendamiento mensual menor a \$500.000.

## 3 Infraestructura del Local F3

- Reducido: es pequeño y no se adapta a las necesidades de la empresa. Área aproximada de 15 m<sup>2</sup>.
- Limitado: Tiene espacio únicamente para lo necesario. Área aproximada de 25 m<sup>2</sup>.
- Amplio Se adapta a todas las necesidades de la empresa y sobra espacio para cualquier eventualidad. Área aproximada de 35 m<sup>2</sup>.

## 4. Costo de servicios F4

- Muy costoso: servicios básicos, superior a \$500.000.
- Costoso: servicios básicos de \$400.000 mensuales
- Poco costoso: servicios básicos menores a \$300.000.

## 5 . Vías de Acceso y parqueo F5

- No tiene zonas de parqueo: no tiene sitios disponibles para el parqueo de los automotores de clientes y proveedores.
- Parqueo cerca: las zonas de parqueo están a una determinada distancia.
- Parqueo propio: disponibilidad de las zonas de parqueo.

\* **Ponderación de factores:** A cada factor se le asigna un valor en porcentaje considerando la relevancia que este tiene en la localización de la empresa, al final la suma total de los factores escogidos en porcentaje debe totalizar 100% y una puntuación total de 500 puntos.

\* **Puntuación de los grados:** Una vez definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo corresponde al grado de menor importancia de cada factor, mientras que al puntaje máximo se le da el grado de mayor importancia. (Ver Tabla 19)

**Tabla 19. Ponderación y puntuación de factores**

FACTORES	GRADOS POR FACTOR	PUNTAJE	PONDERACION
F1	Costo de transporte de insumos y productos ▲ GRADO 1: Muy costoso ▲ GRADO 2: Costoso ▲ GRADO 3: Poco costoso	25 75 125	25%
F2	Costo de arrendamiento local ▲ GRADO 1: Muy costoso ▲ GRADO 2: Costoso ▲ GRADO 3: Poco costoso	20 60 100	20%
F3	Infraestructura del local ▲ GRADO 1: Reducido ▲ GRADO 2: Limitado ▲ GRADO 3: Amplio	20 60 100	20%
F4	Costos de servicios ▲ GRADO 1: Muy costoso ▲ GRADO 2: Costoso ▲ GRADO 3: Poco costoso	20 60 100	20%
F5	Vías de acceso y parqueo ▲ GRADO 1: No tiene zonas de parqueo	15	15%

FACTORES	GRADOS POR FACTOR	PUNTAJE	PONDERACION
	▲ GRADO 2: parqueo cerca	45	
	▲ GRADO 3: parqueo propio	75	

Fuente: autora del proyecto

De acuerdo a observaciones directas se determinaron tres ubicaciones para el estudio de micro localización las cuales fueron:

Ubicación 1: Barrió San Miguel

Ubicación 2: Barrió Centro

Ubicación 3: Barrios Norte de Bucaramanga (San francisco)

\* **Determinación de la Ubicación:** Una vez definidos los factores y asignados los puntajes se procede a evaluar las tres alternativas de ubicación. (Ver Tabla 20)

**Tabla 20. Determinación de la Ubicación**

FACTOR	UBICACIÓN No. 1		UBICACIÓN No. 2		UBICACIÓN No. 3	
	GRADO	PNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	1	25	3	125	2	75
2	1	20	3	100	2	60
3	1	20	3	100	2	60
4	1	20	3	100	2	60
5	3	75	2	45	1	15
<b>TOTAL</b>		<b>160</b>		<b>470</b>		<b>270</b>

De acuerdo al resultado arrojado al hacer la puntuación de los grados se concluye que la mejor opción para la ubicación de la empresa se encuentra en el Centro de Floridablanca. Esta ubicación se hace llamativa debido al costo de los servicios

públicos y los incentivos de la administración municipal para la generación de empresa y empleo.

### 3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del producto

Producto principal	Pijamas para dama en dos modelos: Batas y Conjuntos
Diseño	El elemento principal de la exclusividad de los diseños es que son pijamas clásicas con toque moderno, en telas con nuevas texturas y combinaciones de color.
Especificaciones técnicas	<p>Rango de tallas: Para dama, desde 16 años en adelante.</p> <p>Composición: Tejidos en Algodón y poliéster</p> <p>Especificaciones de cuidado de las prendas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Método de limpiar: lavar con agua, puede usar detergente, secar a la sombra o al viento no es directamente al sol, no dejar mucho tiempo enjabonadas.</li> <li>2. Se plancha con temperatura tibia.</li> <li>3. Retención térmica baja y media.</li> <li>4. Absorbencia alta baja y prendas frescas.</li> <li>5. No retorcer, escurra haciendo presión con las manos.</li> </ol>
Vida útil	<p>Durabilidad en tenacidad media alta.</p> <p>Resistencia a la abrasión media - alta.</p> <p>Resistencia a la forma de frisas alta baja</p>

**3.3.2 Descripción técnica del proceso:** El proceso de producción de las pijamas comprende las siguientes actividades: Selección y compra de materias primas, diseño, corte, fileteado, armado, acabado y empaque.

a) Selección y compra de materias primas: Es donde se seleccionan los tejidos ya sea en lanilla nativa, lanilla doble punto, satín, Sahara o perchado para la elaboración de las pijamas y los insumos utilizados son hilazas, hilos, caucho, cintas, tallas, cartulina, marcadores, bolsas.

b) Diseño: En esta actividad se definen las características del producto que se va a elaborar, para realizar el diseño se tienen en cuenta los requerimientos específicos del cliente, así como la tendencia de la moda en las pijamas y batas infantiles. Comprende actividades de patronaje, es decir, la creación del patrón base de los moldes según la talla, los cuales son plasmados en cartulina y dibujados sobre las capas de tela.

c) Corte: Abarca labores de corte de las piezas dibujadas sobre la tela según el molde dibujado en ellas.

d) Fileteado: Consiste en pasar por la máquina fileteadora industrial todas las piezas cortadas para evitar que se deshilachen y mejorar la presentación final.

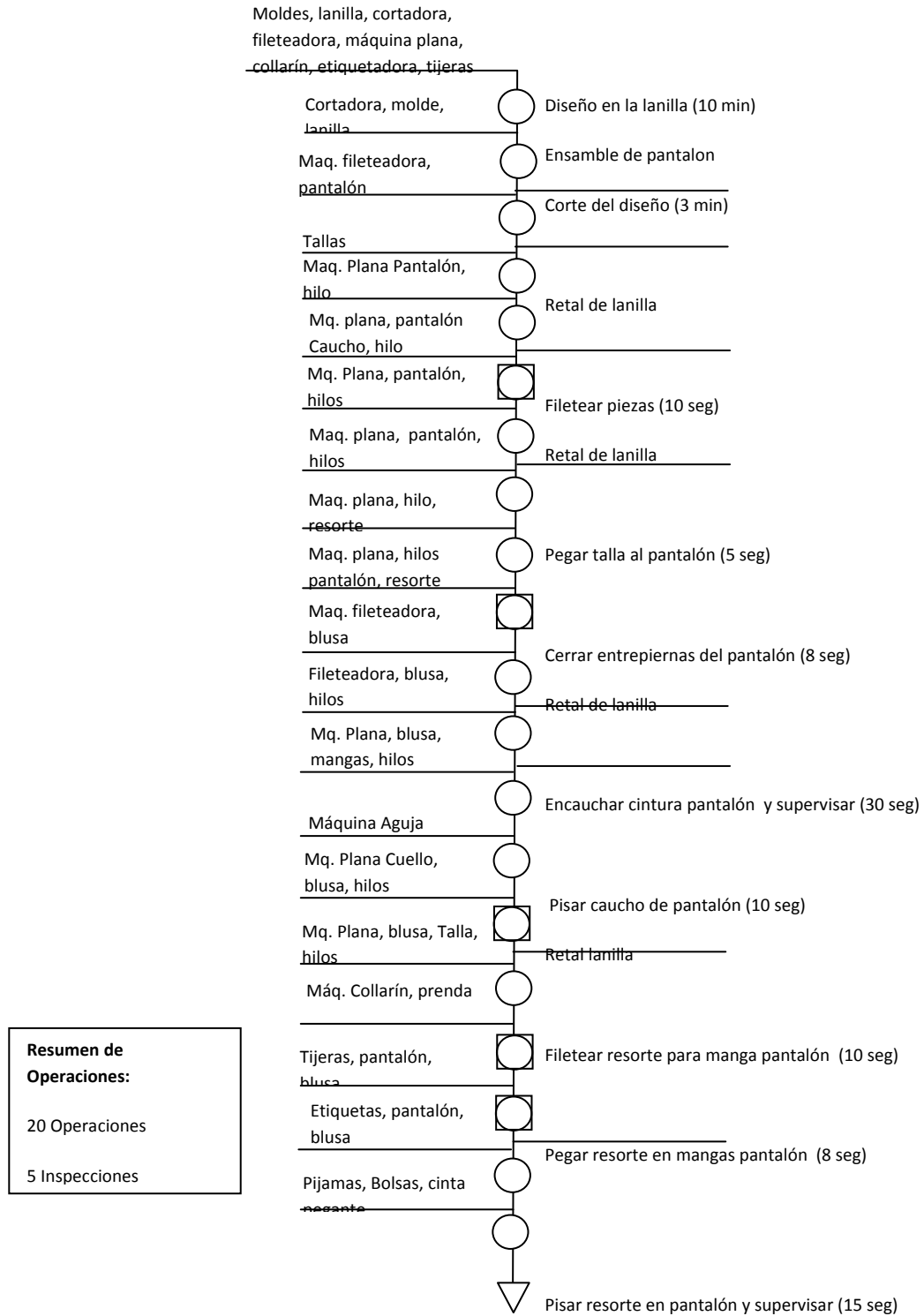
e) Armado: Es la actividad en donde se pasan las piezas fileteadas a la máquina plana para colocarle el caucho, unir las y armar la prenda, para pasarla posteriormente por la máquina collarín donde se recubren las costuras.

f) Acabados: Aquí se realiza el despeluce de la prenda, que consiste en quitar las hebras que han quedado, igualmente se corrigen imperfectos, se comprueba la simetría de las prendas y se inspecciona la calidad de la terminación de las costuras.

g) Empaque: Ya acabada la prenda se realiza el doblado, etiquetado y empaque para luego organizar la producción de acuerdo al pedido de cada cliente y llevarla a la bodega de producto terminado. Las operaciones de bordados y estampados se contratan a talleres con personal que tiene experiencia y tecnología de punta.

**3.3.3 Diagrama de operación:** El siguiente es el proceso general por el que pasará cualquier prenda para su elaboración, comienza con la definición del diseño y finaliza con los terminados y empaque de la prenda. (Ver Gráfico 5)

## Grafico 5. Diagrama de Operación



**3.3.5 Control de calidad:** Las empresas que quieren establecerse en el mercado trabajan un sistema integral de gestión, es decir, implementan un sistema que asegure la calidad, las condiciones y bienestar laboral, al igual que el ambiental. Un sistema de calidad específicamente, busca que la empresa satisfaga los requisitos de sus clientes; sin embargo debe haber el compromiso y condiciones que permitan el trabajo en equipo para mejorar sus procesos y ser efectivos. Para implementar un sistema de gestión se utilizan las normas que contienen especificaciones y criterios generales.

Para esta empresa se tendrán los siguientes requerimientos:

- Responsabilidad de la gerencia: Establecer, documentar y divulgar la misión, visión, políticas, objetivos e indicadores de gestión para cada sistema. Delegar responsabilidades y asignar recursos.
- Producción: Establecer manuales de procesos, inspección, manejo y mantenimiento de equipos y recursos. Planear y ejecutar actividades que promuevan el mejoramiento continuo de las condiciones de higiene y aseguramiento industrial.
- Compra venta: Tener los documentos necesarios y con los requisitos que garanticen la comunicación efectiva entre las partes. Control de recepción de materias y salida de productos terminados. Organizar y controlar el almacenamiento de materia prima, productos en proceso y producto terminado.
- Personal: Selección, capacitación, motivación, integración de los trabajadores.
- Coordinar la creación y el trabajo continuo del comité paritario de salud ocupacional para el aseguramiento industrial.
- En la ejecución del proyecto deberá nombrarse un comité integrado por personal de todas las áreas para la planeación, coordinación, ejecución, evaluación y control de los requerimientos para el aseguramiento integral de la empresa, de igual forma se hará desarrollo continuo del producto.

- Se contará con la asesoría de entidades como la ARP del seguro social, el SENA, la escuela de ingeniería industrial de la UIS, para la implementación de los sistemas de gestión.

**3.3.6. Manejo de inventarios.** El control de las mercancías obtenidas por compra y depositadas en almacén en espera de su próxima utilización, resulta de vital importancia para la empresa, pues contribuye a la disminución de los costos. Mediante una adecuada conservación de los artículos, se les puede brindar a los clientes niveles de servicio con calidad.

El inventario fundamental es la mercancía para la venta, los mismos se contabilizan a su precio de adquisición. El método de costeo definido para los productos es el PEPS. Para su control sistemático se utiliza el SILVER (Sistema Integral de Control de Inventario Minorista), permite el control del inventario en una Entidad Minorista con uno o más puntos externos para la venta (P.V.E.) adscriptos. Cada transacción es registrada en el sistema dando lugar a los asientos contables correspondientes y a la conexión automática con el Sistema contable.

La conexión entre ambos sistemas permite ejecutar diversas funciones como:

- Las operaciones de entradas y salidas del inventario tales como: compras, ventas y otras que facilitan el control del inventario, cambios de precios, ajustes, transferencias.
- Actualización de los nomencladores que garantizan la información del producto, áreas de almacén y cuentas contables.
- Ejecución del proceso de inventario físico.
- Histórico de un producto específico.
- Cambios de códigos de los productos cumpliendo con las normas internacionales de codificación.

El sistema suministra información de forma confiable y precisa por lo que se lleva un control detallado del inventario de todas las mercancías clasificándolas por clases, un total de 13. De acuerdo al volumen de ventas se ordenan de mayor a menor valor y se clasifican clase a clase por cada múltiplo del 8%, las mercancías que roten más rápido clasificarán dentro de las primeras clases ó código de desempeño asociado a cada producto, variable que es utilizada para establecer la norma máxima de inventario en almacén.

El registro continuo de adiciones y deducciones del inventario en la entidad ha permitido el control permanente de las existencias garantizando la información necesaria para localizar inmediatamente un artículo almacenado, velar por la correcta utilización de los recursos, determinar los inventarios ociosos, brindar informaciones estadísticas a tiempo, efectuar los cuadros contables así como el cumplimiento de normas y resoluciones de control interno por el MAC y MFP que regulan las operaciones internas en almacén, el tratamiento contable de los inventarios, los conteos físicos y procedimientos a seguir por faltantes y sobrantes en almacén.

Se controla de forma aleatoria el 10% de las mercancías y el conteo de los mismos debe coincidir con el sistema contable, además se realizan conteos sorpresivos al 100% de las existencias contra lo registrado en las partidas de inventario.

### **3.3.7 Recursos**

**Recurso humano:** El recurso humano requerido se ilustra.

**Tabla 21. Recurso Humano**

CARGO	NUMERO DE PERSONAS
Gerente	1
Diseñador	1
Operarios	4
Jefe de producción	1
Secretaria	1
Contador	1
Asesor comercial	1
<b>TOTAL DE PERSONAS</b>	<b>10</b>

**Recurso físico:** En la siguiente Tabla se ilustra la maquinaria, equipos y muebles y enseres necesarios para la implementación del proyecto:

**Tabla 22. Maquinaria y equipo**

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cortadora de tela	Marca: Wannianfu. Modelo: RC-80. Cuchilla: 4" de diámetro.Lubricación: Automática. Altura de Corte: 25 mm.Velocidad : 50 hertz. Plataforma con Rueditas.Potencia: 190 watts. Peso: 3 kilos.	1
Computador con licencia de software para Windows, paquete contable y programa de diseño sistematizado.*	Portátil. Marca HP. Dual core	1
Teléfono Fax **	Intelsa de teclado	1
Maquina fileteadora	Fileteadora industrial	2
Maquina plana	Maquina plana industrial	2
Maquina 20u	Bordadora Industrial, alforzas, ojales y pega botones	1
Planchas	Planchas manuales	2

Fuente: Maqui Special Compu. ALCA. Almacenes Éxito

**Tabla 23. Muebles y enseres**

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Juego de escritorio	Escritorio de madera con silla ergonómica	1
Mesón de Corte	Mesa de 1.80 de ancho por 3 metros de largo	1
Mesa auxiliar	1.5m de largo por 1m de ancho	1
Estante para organización	Tipo ropero con capacidad para colgar 100 prendas	1

Fuente: Maderalca

**Tabla 24 Herramientas**

NOMBRE	CANTIDAD
Tijeras	2
Rollo de papel para trazo	1
Piqueteador para moldes	1
Tiqueteador de marquillas	1
Sujetadores	1 caja
Resma de pliegos de cartón	1
Metros	3

Fuente: Papelería Colsuministros Multipapeles

**Recurso de insumos:** La selección de insumos se definirá teniendo en cuenta el diseño y lo que este requiera para su elaboración; entre los insumos que se puedan necesitar están los siguientes:

**Tabla 25. Insumos para la fabricación de una Bata**

MATERIAL	TALLA 8,10,12
Tela	1 m
Bordado	1

Fuente. Autora del proyecto

**Tabla 26. Insumos para la fabricación de un Conjunto**

MATERIAL	TALLA 8,10,12
Tela	0,50 m Short 0,40 m Blusa
Bordado	1

Fuente. Autora del proyecto

**3.3.8 Estudio de proveedores.** Para la selección de los proveedores se tuvo en cuenta aspectos como: calidad, variedad, atención inmediata y precios competitivos. Los proveedores que se escogieron tienen sucursal o representante de ventas en la ciudad de Bucaramanga, fueron: (ver tabla 27)

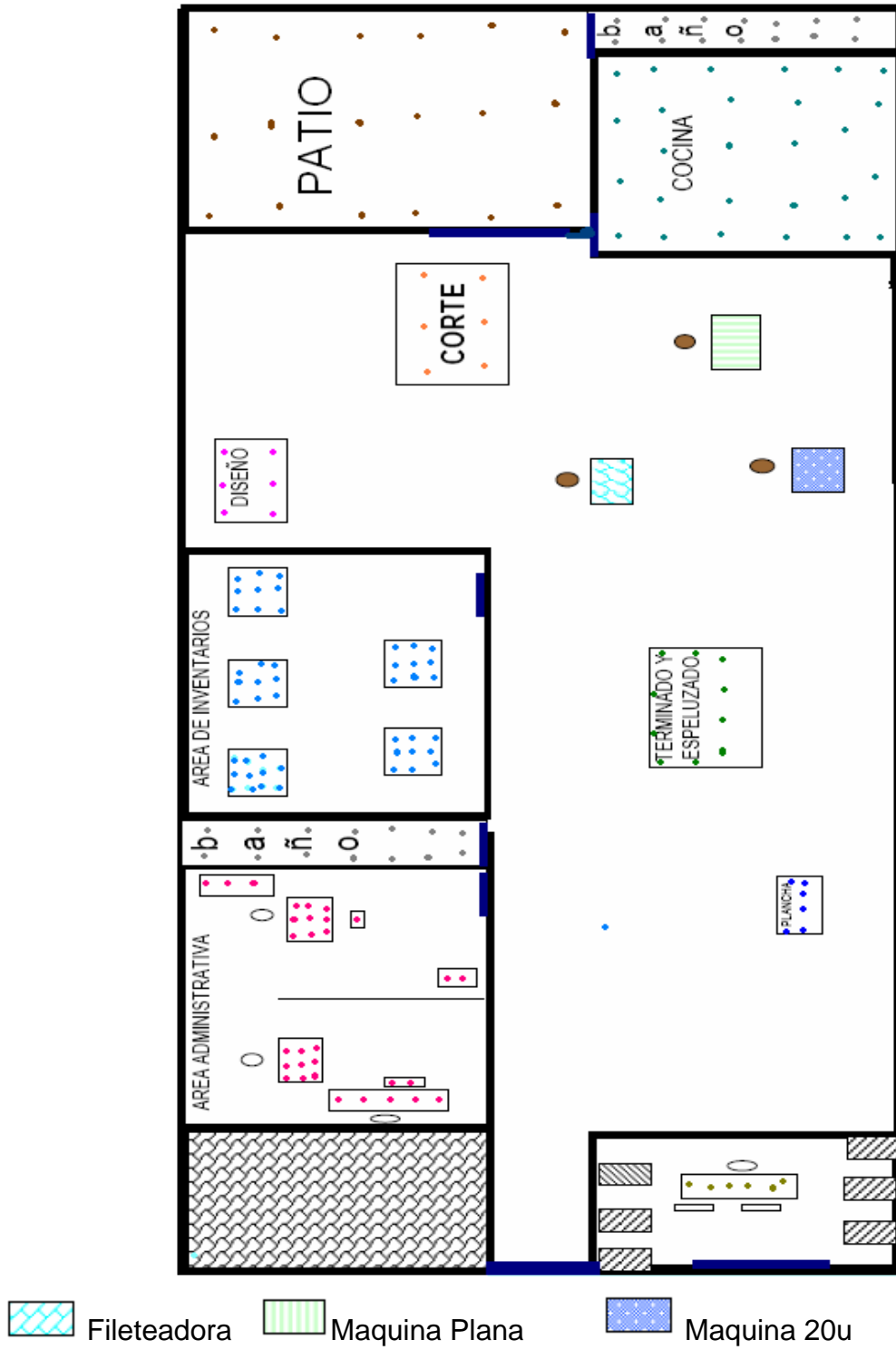
**Tabla 27. Estudio de proveedores**

ELEMENTO	PROVEEDOR
Telas :	Comertex y Exclusivos La 14
Accesorios (cierres, broches y Botones):	Metroadornos
Hilos e Hilazas:	Coats cadena
Bolsas para empaque:	Carlixplast
Etiquetas:	JH distribuciones
Marquillas:	Marquillas fast Ltda.

Fuente. Autora del proyecto

**3.3.9 Distribución de planta:** La planta debe contar con un espacio para el mesón de corte, que mide 1.80m de ancho por 3 metros de largo; una mesa anexa para la realización del revisado y empaque de las prendas, las telas se pedirán a las agencias en el momento en que se necesite cortar, por tanto su ubicación será debajo del mesón de corte y mesa auxiliar. El espacio óptimo para el inicio de actividades es uno que tenga buena iluminación y que se pueda adaptar a lo requerido (Ver Gráfico 6).

Gráfico 6. Distribucional de la planta física



**3.3.10 Logística de Distribución:** Se tendrá una logística de distribución fundamentada en los cuatro niveles, de importancia para la prestación de un servicio con valor agregado.

\* **Almacenamiento:** Las materias primas e insumos serán recepcionadas y almacenadas de acuerdo a parámetros establecidos, es decir, habrá verificación de pedidos (texturas, color, etc.) y almacenamiento en los estantes de acuerdo a las características y la utilidad de los mismos.

\* **Procesamiento de los pedidos:** El vendedor toma nota de las necesidades del cliente, de acuerdo al diseño escogido. Tendrán prioridad los pedidos grandes y de clientes fieles.

\* **Distribución física:** Las prendas tendrán un empaque plástico para protegerlas del polvo y el sucio en la manipulación de las mismas. Se embalarán en cajas para su transporte, debidamente marcadas con especificaciones como: no humedecer, no usar ganchos y este lado arriba. Cada pedido tendrá una guía de transporte y recibido.

\* **Manejo de inventarios:** El control de las mercancías obtenidas por compra o procesamiento y depositadas en almacén en espera de su próxima utilización, resulta de vital importancia para la empresa, pues contribuye a la disminución de los costos. Mediante una adecuada conservación de los artículos, se les puede brindar a los clientes productos con calidad.

El inventario fundamental es la mercancía para la venta, los mismos se contabilizan a su precio de adquisición. El método de costeo definido para los productos es el PEPS. Para su control sistemático se utiliza el SILVER (Sistema Integral de Control de Inventario Minorista), permite el control del inventario en una empresa productora. Cada transacción es registrada en el sistema dando

lugar a los asientos contables correspondientes y a la conexión automática con el Sistema contable.

La conexión entre ambos sistemas permite ejecutar diversas funciones como:

- Las operaciones de entradas y salidas del inventario tales como: compras, ventas y otras que facilitan el control del inventario, cambios de precios, ajustes, transferencias.
- Actualización de los nomencladores que garantizan la información del producto, áreas de almacén y cuentas contables.
- Ejecución del proceso de inventario físico.
- Histórico de un producto específico.
- Cambios de códigos de los productos cumpliendo con las normas internacionales de codificación.

### **3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.**

La materia prima se obtendrá a través de agencias nacionales con vendedores radicados en la ciudad, aspecto que facilita la obtención de los recursos.

La tecnología necesaria para el funcionamiento de la empresa se encuentra disponible, ya que hay una capacidad instalada muy buena alrededor del área metropolitana.

El medio permite definir una capacidad diseñada que sirve de pauta para hacer realidad este proyecto; en cuanto a la capacidad instalada, se observa que hay un límite de prendas que se pueden producir en un periodo de tiempo determinado.

Se determina el espacio óptimo para la distribución de la planta, buscando en ésta, comodidad para el desarrollo del trabajo.

El proyecto plantea un diseño buscando atender exigencias que permitan la competencia con los productores locales.

Con los parámetros técnicos establecidos se pretende obtener una producción, que permita atender la necesidad de variedad en los diseños de las prendas; con entregas periódicas que reduce los inventarios y permite una mayor comunicación con los clientes.

Elaborar prendas de calidad y con algunos estándares lleva a la fábrica a invertir en insumos de excelente calidad y crear condiciones de trabajo seguras y agradables; por ello en el montaje se deben establecer los procedimientos específicos para las cosas que se puedan presentar, por el momento se establece la necesidad que la alta gerencia se responsabilice y defina grupos que aseguran la calidad y el ambiente laboral. Con ello se espera ser efectivos y crear una cultura que beneficie los procesos dentro de la organización.

Se espera que con lo planteado la empresa pueda avanzar, orientada a la atención del mercado y establezca compromiso y participación de los trabajadores, ya que son ellos los que día a día elaborarán las prendas desarrollando el objeto de la empresa y con los cuales se puede lograr plazos de entrega oportunos y reducción de costos y eliminación del despilfarro.

Los equipos seleccionados permiten el desarrollo de dos actividades, como es la confección de tejido plano y tejido de punto, con ello se busca la diversificación de prendas. Una vez desarrollado el proyecto se establecerán actividades de capacitación al personal que permita el aprovechamiento al máximo de las máquinas y equipos.

Lo anterior determina la viabilidad del proyecto ya que es una actividad que goza de reconocimiento a nivel regional. Además hay facilidades para la contratación de

mano de obra especializada y la adquisición de insumos de materia prima, máquinas y equipos.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa se constituirá como una sociedad comercial, ya que surge un acuerdo entre dos personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, trabajo o especie, para realizar un proyecto empresarial que incluye una actividad comercial considerada por ley como mercantil, dentro de las sociedades comerciales se escogió la limitada por considerarse que las condiciones y ventajas que ofrece esta sociedad son las más adecuadas para cada uno de los socios. En este caso la autora del proyecto realizará la sociedad con su padre Jorge Serrano, aportando en cantidades iguales como se muestra a continuación.

**Tabla 28. Aporte de cada socio**

<b>SOCIOS DE LA EMPRESA</b>	<b>APORTE</b>
Sandra Serrano	\$8'591.136
Jorge Serrano	\$8'591.136

### 4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Para constituirse como sociedad comercial se deben realizar unas diligencias previas:

Tramitar "Carta de estudio de nombre Comercial", ante la cámara de comercio. Una vez obtenida la aprobación del nombre comercial debe otorgar la escritura pública correspondiente, la cual debe contener por lo menos:

- Nombre (razón social o denominación) Nombre de los socios, identificación, nacionalidad
- Domicilio social, que debe ser el mismo del establecimiento de comercio.

- Termino de duración
- Objeto social(descrito de manera clara y determinada)
- Capital social (valor total, numero de cuotas y acciones)
- Indicar la forma como se pagó el capital social(efectivo o especie)
- Facultades del representante legal
- Nombramientos

Dicha escritura debe ser otorgada por todos los socios, los menores de edad deben ser representados por los padres en ejercicio de la patria potestad, La cual debe demostrarse con el registro civil del menor valido para acreditar el parentesco.

Para obtener la matricula, dentro del mes siguiente a la fecha del otorgamiento de la escritura pública de constitución el representante legal, debe presentar en cualquiera de las ventanillas:

- Carta de estudio de nombre comercial
- Copia notarial de la escritura pública de constitución
- Formularios de matrícula mercantil de la sociedad y sus establecimientos de comercio, debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación de los representantes legales miembros de la junta directiva y revisor fiscal, si lo hubiere, indicando documento, de identidad.
- Carta de apertura de establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.
- Una vez haya obtenido la inscripción puede solicitar:
- Certificado de existencia y representación legal
- Registros de libros mercantiles (actas ,registros de socios ,caja de diario, mayor y balance e inventarios )

- Nit ante la administración de impuestos nacionales, una vez tramitado el nit se debe presentar fotocopia del mismo en ventanilla de información, con el propósito de completar el certificado de la empresa.<sup>15</sup>

Trámites ante la Alcaldía:

- Adjuntar certificado de la cámara de comercio de Bucaramanga y su respectivo NIT
- Estampillas de previsión social
- Formulario de registro para iniciación de actividades
- Visto bueno por parte de planeación municipal de Bucaramanga

**4.2.1 Visión. “Bellos Sueños”** buscara ser en el 2014 una empresa reconocida como proveedor en el mercado santandereano, con su marca registrada, caracterizada por la calidad de sus prendas y el cumplimiento en sus entregas. Nuestro cliente será el centro de todas las operaciones y el compromiso permanente, su satisfacción.

**4.2.2 Misión.** Somos una empresa que trabaja arduamente para ofrecerles a las damas de Bucaramanga un vestuario con gran calidad. Buscamos la satisfacción de nuestros clientes mediante la fabricación de prendas que tengan la exclusividad en diseño, alta calidad en el producto terminado y excelente servicio.

Buscamos fomentar la responsabilidad social, permitiendo que el cliente interno quede tan satisfecho del producto como quienes lo visten. Estamos comprometidos con procesos de mejoramiento continuo que nos permitan mayor crecimiento y competitividad.

**4.2.3 Objetivos.** Mantener actualizaciones en cuanto a moda, tendencias, para ser aplicadas a los diseños de las pijamas para dama.

---

<sup>15</sup> Cámara de Comercio de Bucaramanga

- Lograr niveles de liderazgo y posicionamiento en el mercado.
- Ser generador de dividendos para el crecimiento de la región.

#### **4.2.4 Políticas**

\* **Políticas de personal:** Las políticas de selección de personal con las que se reclutarán las personas para los diversos cargos son las siguientes:

- El personal debe ser calificado en cada una de las áreas, teniendo un grado más alto de exigencia en la parte operativa.
- La motivación al personal es necesario por esta razón una de las políticas mas importantes es el cumplimiento con todo lo correspondiente al salario del empleado, buena remuneración, puntualidad en los pagos de todas las personas que conforman la empresa.
- Dar a conocer el manual de funciones asignado, teniendo en cuenta que este es una guía para su labor pero que no se debe limitar
- Todos los empleados deben contar con las herramientas necesarias y una infraestructura adecuada para el buen desempeño de su labor evitando así excusas sobre su rendimiento laboral.
- El contador debe ser graduado con su respectiva tarjeta profesional y mínimo tres años de experiencia.
- El salario de la secretaria será el mínimo legal vigente.
- El salario del contador, contratado por prestación de servicios, se fijará en un monto mensual el cual no generará cesantías.

\* **Políticas de compra de materia prima:** Se trabajará con agencias reconocidas por la calidad de sus productos.

- Empresas que estén dispuestas a negociar un crédito.

- Empresas que despachen pequeños volúmenes del producto solicitado, con el fin de no crear inventarios de materia prima.
- El grosor de las telas será de 6 a 10 onzas

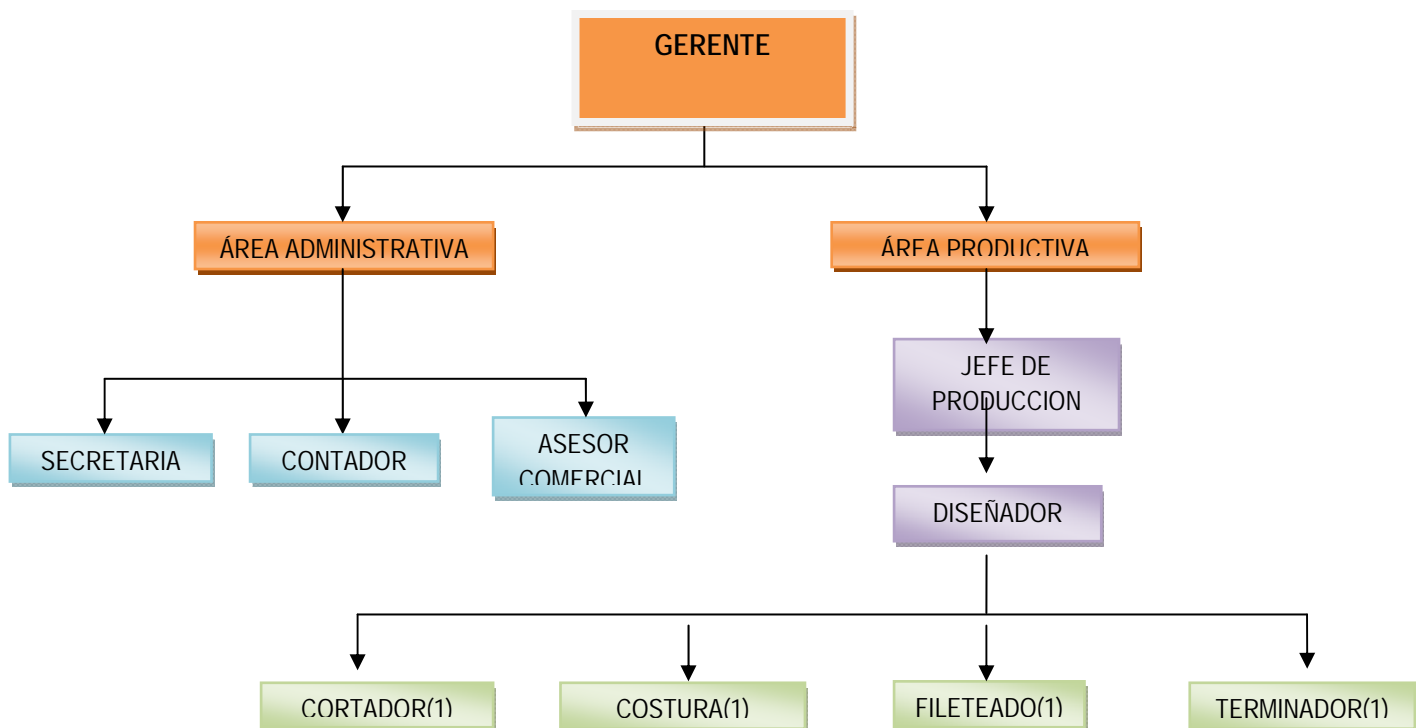
\* **Políticas de venta:** Se da un plazo de pago de 30 días para el pago de las facturas.

- Se ofrecen descuentos para estimular el pronto pago así: de contado 10%.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama

Gráfica 7. Organigrama



Fuente. Autora del proyecto

### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos

A continuación se describen los cargos y funciones de cada miembro de la empresa. (Ver tablas 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38)

**Tabla 29. Descripción de funciones Gerente General**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
DEPENDENCIA:	ADMINISTRATIVA
CARGO SUPERIOR:	
SUPERVISA A:	TODOS LOS EMPLEADOS
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Es el representante legal de la empresa autónomo en la toma de decisiones y quien opera libremente ejecutando todos los actos correspondiente con su cargo y a la vida del negocio.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ser gestor y promotor de nuevos negocios aprovechando las entidades relacionadas con el sector para la ejecución de los mismos.</li> <li>* Proveer la consecución oportuna de los recursos y de esta forma presentar los resultados en los periodos establecidos.</li> <li>* Realizar análisis de los estados financieros, para tener un control de las finanzas de la empresa.</li> <li>* Gestionar oportunidades económicas que permitan ser utilizadas en la nueva empresa.</li> <li>* Orientar las operaciones de producción, despachos, pagos de facturas de compras de materia prima, de ensamble, bordados, estampados.</li> <li>* Supervisar el trabajo de todas las personas que hacen parte del funcionamiento de la empresa.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Profesional en Administración de Empresas Ingeniería Industria o carreras afines.</li> <li>* Experiencia mínima de 3 años en el sector de las confecciones y áreas afines.</li> <li>* Con conocimientos en los procesos productivos del sector de las confecciones.</li> </ul>	

HABILIDADES
Alta capacidad de análisis Excelente comunicación oral y escrita Excelentes relaciones interpersonales Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo Poseer cualidades de Liderazgo y Motivación Capacidad de auto administración Capacidad de Negociación Toma de decisiones Iniciativa, creatividad e innovación
RESPONSABILIDADES
Por información Supervisión Maquinaria y Equipo Valores

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 30. Descripción de funciones Secretaria**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	SECRETARIA
DEPENDENCIA:	ADMINISTRATIVA
CARGO SUPERIOR:	GERENTE
SUPERVISA A:	
<b>OBJETIVO FUNDAMENTAL</b>	
Es la persona encargada de atender el cliente interno y el cliente externo asi como de asistir al contador.	
<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Es responsable de las actividades que conlleven a una buena gestión y control en el área contable.</li> <li>* Elaborar informes y llevar los documentos y libros organizados y ordenados.</li> <li>* Atender llamadas telefónicas, tomar pedidos.</li> <li>* Es la responsable de la facturación y de la caja menor.</li> <li>* Confirmar los datos suministrados por el cliente, entre ellos las referencias comerciales.</li> <li>* Demás funciones asignadas por el jefe inmediato.</li> </ul>	
<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Técnico o tecnólogo en secretariado auxiliar contable o a fines.</li> <li>* Experiencia mínima de tres años como secretaria con manejo de sistemas office y paquete contable</li> </ul>	
<b>HABILIDADES</b>	
<p>Excelente comunicación oral y escrita  Excelentes relaciones interpersonales  Habilidades para el manejo de equipos y software</p>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<p>Por equipos a su cargo  Por documentos  Por dinero en efectivo</p>	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 31. Descripción de funciones del asesor de ventas**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	ASESOR COMERCIAL
DEPENDENCIA:	ADMINISTRATIVA
CARGO SUPERIOR:	GERENTE
SUPERVISA A:	
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Es el representante comercial de la empresa, quien es el encargado de realizar negocios para la rotación de la producción de la empresa. .	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diseñar estrategias para la evacuación de los productos.</li> <li>* Vender y promover la producción.</li> <li>* Informar sobre las novedades de precios y moda de los productos.</li> <li>* Realizar visitas periódicas a los clientes.</li> <li>* Abrir nuevos mercados</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estudiante o profesional en ventas y mercadeo.</li> <li>* Experiencia mínima de tres años en ventas del sector de confecciones.</li> </ul>	
HABILIDADES	
<p>Habilidad para la negociación</p> <p>Habilidades para el manejo de equipos y software</p>	
RESPONSABILIDADES	
<p>Excelente comunicación oral y escrita</p> <p>Excelentes relaciones interpersonales</p> <p>Responsabilidades por equipo de trabajo</p>	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 32. Descripción de funciones Cortador**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CORTADOR
DEPENDENCIA:	PRODUCCION
CARGO SUPERIOR:	JEFE DE PRODUCCION
SUPERVISA A:	NINGUNO
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Realizar todo el proceso de corte para las prendas que entran a producción.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cortar las telas y los insumos para la elaboración de las prendas.</li> <li>* Maximizar los recursos disponibles en la elaboración de las prendas</li> <li>* Realizar patronaje, escalado y corte de todas las prendas de producción.</li> <li>* Informar sobre las cantidades que se van a utilizar en una prenda para mantener control sobre las materias primas e insumos.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Estudios en patronaje industrial.</li> <li>* Experiencia mínima de dos años.</li> </ul>	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Habilidad con el manejo de la cortadora.</li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
Por maquinaria y equipo a su cargo	
RIESGOS	
Físicos	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 33. Descripción de funciones Costurera**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	COSTURA
DEPENDENCIA:	PRODUCCION
CARGO SUPERIOR:	JEFE DE PRODUCCION
SUPERVISA A:	
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Realizar el control de calidad de las prendas, y hacer el alistamiento final.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<p>* Operar máquinas de costura y otras máquinas que ejecuten varias operaciones en la confección de artículos de cuero y sintéticos.</p> <p>- Operar máquinas de coser de una, doble o múltiple aguja para unir piezas y otros artículos de tela, piel o cuero.</p> <p>- Operar máquinas para zig-zag.</p>	
PERFIL DEL CARGO	
<p>* Bachiller</p> <p>* Experiencia mínima de dos años como auxiliar de corte u operario en el sector de confecciones.</p>	
HABILIDADES	
* Habilidad con el manejo de máquinas de coser industriales	
RESPONSABILIDADES	
Por maquinaria y equipo a su cargo	
RIESGOS	
Físicos, mecánicos	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 34. Descripción de funciones Terminador**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	TERMINADOR
DEPENDENCIA:	PRODUCCION
CARGO SUPERIOR:	JEFE DE PRODUCCION
SUPERVISA A:	
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Ensamblar y armar las prendas.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ensamblar las prendas según sea requerido.</li> <li>* Despeluzar las prendas.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Bachiller</li> <li>*Experiencia mínima de dos años como operario ensamblador y terminador.</li> <li>* Experiencia en el manejo de maquina plana, fileteadora y demás utilizadas en el proceso de confección.</li> </ul>	
HABILIDADES	
* Habilidades manuales	
RESPONSABILIDADES	
Por equipo y maquinaria a su cargo	
RIESGOS	
Mecánicos Físicos	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 35. Descripción de funciones Diseñador;** Error! Marcador no definido.

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	DISEÑADOR
DEPENDENCIA:	PRODUCTIVA
CARGO SUPERIOR:	JEFE DE PRODUCCION
SUPERVISA A:	
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Diseñar las colecciones de la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar la intención de uso del producto y preferencias del usuario.</li> <li>- Consultar con clientes, para establecer los requerimientos del producto.</li> <li>- Elaborar diseños, bosquejos o modelos para aprobación.</li> <li>- Investigar costos, propiedades de los materiales de fabricación y métodos de producción.</li> <li>- Preparar especificaciones y pautas de fabricación y construir el prototipo del diseño.</li> <li>-Hacer análisis de tendencias de moda y aplicarla a los productos.</li> <li>-Intervenir en todos aspectos relacionados con el desarrollo del producto.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diseñador industrial o carreras a fines</li> <li>* Experiencia mínima de dos años como diseñador de confecciones</li> </ul>	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Creatividad</li> <li>Conocimiento integral del proceso productivo</li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Por equipo y maquinaria a su cargo</li> <li>Por supervisión</li> </ul>	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 36. Descripción de funciones Contador**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CONTADOR
DEPENDENCIA:	ADMINISTRATIVA
CARGO SUPERIOR:	GERENTE
SUPERVISA A:	SECRETARIA
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Velar por los estados financieros de la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Es el encargado de la asesoría financiera de la empresa.</li> <li>* Presentar y cancelar los respectivos impuestos en los tiempos estipulados.</li> <li>* Presenta los estados financieros de la empresa trimestralmente.</li> <li>* Llevar y presentar los libros contables.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Contador Público con tarjeta profesional.</li> <li>* Experiencia mínima de tres años.</li> </ul>	
HABILIDADES	
Matemáticas Financieras	
RESPONSABILIDADES	
Por información Documentos Maquinaria y Equipos Valores Supervisión	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 37. Descripción de funciones Fileteador**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	FILETEADOR
DEPENDENCIA:	PRODUCCION
CARGO SUPERIOR:	JEFE DE PRODUCCION
SUPERVISA A:	
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Filetear las prendas	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tomar dobladillos</li> <li>* filetear.</li> </ul>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Bachiller</li> <li>*Experiencia mínima de dos años como operario fileteador.</li> <li>* Experiencia en el manejo de maquina plana, fileteadora y demás utilizadas en el proceso de confección.</li> </ul>	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Habilidades manuales</li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Por elementos de trabajo</li> </ul>	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 38. Descripción de funciones del Jefe de producción**

IDENTIFICACION DEL CARGO - DESCRIPCION DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	Jefe de producción
DEPENDENCIA:	PRODUCCION
CARGO SUPERIOR:	Gerente General
SUPERVISA A:	Operarios
OBJETIVO FUNDAMENTAL	
Es el encargado de supervisar todo el proceso de producción autónomo en la toma de decisiones de las dependencias a su cargo.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsable de toda el área de producción</li> <li>* Proveer los recursos necesarios a los operarios para que el trabajo fluya de manera adecuada.</li> <li>* Supervisar el diseño, corte, confección y terminado de las prendas.</li> <li>* Asegurar la calidad de la producción de la empresa.</li> </ul> <p>Demás funciones asignadas por el jefe inmediato</p>	
PERFIL DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Profesional en diseño industrial, Ingeniería Industrial o carreras afines.</li> <li>* Experiencia mínima de 3 años como jefe de producción en el sector de las confecciones y áreas afines.</li> <li>* Con conocimientos en los procesos productivos del sector de las confecciones.</li> </ul>	
HABILIDADES	
<p>Alta capacidad de comunicación  Liderazgo y motivación  Creatividad  Excelentes relaciones interpersonales  Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo  Capacidad de auto administración  Toma de decisiones  Amplio conocimiento en todos los procesos de producción y confecciones</p>	
RESPONSABILIDADES	
<p>Por información  Supervisión  Maquinaria y Equipo  Por errores</p>	

Fuente. Autora del Proyecto

### 4.3.3 Asignación salarial

**Tabla 39. Asignación salarial Área producción**

CARGO	SALARIO BASE	AUX TRANSP	APORTES PATRONALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO DEVENGADO	COSTO/HORA
			28,77%	21,82%		
Cortador	515.000,00	61.500,00	148.165,50	112.373,00	837.038,50	4.755,90
costurera	515.000,00	61.500,00	148.165,50	112.373,00	837.038,50	4.755,90
fileteadora	515.000,00	61.500,00	148.165,50	112.373,00	837.038,50	4.755,90
terminadora	515.000,00	61.500,00	148.165,50	112.373,00	837.038,50	4.755,90
<b>TOTAL</b>					<b>3.348.154</b>	

Fuente. Autora del Proyecto

**Tabla 40. Asignación Salarial área administrativa**

CARGO	SALARIO BASE	AUX TRANSP	APORTES PATRONALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO DEVENGADO
			28,77%	21,82%	
GERENTE GENERAL	\$ 1.000.000	\$ 61.500	\$ 287.700,00	\$ 218.200,00	\$ 1.567.400
SECRETARIA	\$ 515.000	\$ 61.500	\$ 148.165,50	\$ 112.373,00	\$ 837.039
JEFE DE PRODUCCION	\$ 800.000	\$ 61.500	\$ 230.160,00	\$ 174.560,00	\$ 1.266.220
DISEÑADOR	\$ 1.000.000	\$ 61.500	\$ 287.700,00	\$ 218.200,00	\$ 1.567.400
CONTADOR	\$ 500.000				\$ 500.000
ASESOR COMERCIAL	\$ 515.000	\$ 61.500	\$ 148.165,50	\$ 112.373,00	\$ 837.039
<b>TOTAL GASTOS PERSONAL/MES</b>					<b>\$ 6.575.097</b>

Fuente. Autora del Proyecto

El salario del contador será por prestación de servicios ya que el no estará de tiempo completo en la empresa sino unos días específicos para revisar y supervisar toda la contabilidad, el monto mensual será de \$200.000.

### 4.4. NORMATIVIDAD LEGAL

**La ley 590 de 2.000.** Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, presenta las siguientes ventajas, determinadas en su objeto social.

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresa, Mipymes.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos, así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- h) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes.
- i) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Resolución No. 1264 del 26 de junio de 2007 por la cual se expide el Reglamento Técnico para confecciones.** Este Reglamento Técnico aplica a los productos Clasificados por el Arancel de Aduanas Colombiano, dentro de las Subpartidas Arancelarias de la Sección XI, correspondientes a los capítulos 61 (Confecciones de punto), 62 (Confecciones Plano) y 63 (Confecciones Hogar), así como a los productos que se clasifican dentro de la Partida 4203 (Prendas de vestir en Cuero).

Para poder importar o comercializar los productos incluidos en el Artículo No. 3 de este Reglamento Técnico, los fabricantes en Colombia como los importadores de tales productos, deberán estar inscritos en el Registro de Fabricantes e Importadores de productos o servicios, sujetos al cumplimiento de Reglamentos Técnicos, establecido por la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC-

**Reglamento Técnico de Etiquetado y Rotulado de Textiles y Confecciones en Colombia.** Las etiquetas o rótulos para todos los artículos textiles, destinados a comercializarse en Colombia deben ir colocadas en el producto, en texto impreso o bordado en idioma español, visible, legible sin que requiera de ayuda óptica adicional, en términos que no induzcan a error al consumidor y de acuerdo a las características del artículo textil; contendrán la siguiente información:

1. Marca Comercial, nombre del fabricante o razón social
2. No. de Registro del fabricante y/o importador ante la Superintendencia de Industria y Comercio..
3. Indicar los materiales utilizados y porcentajes de los mismos en la composición total del producto.
4. Las instrucciones de limpieza y conservación puede usarse en símbolos, con leyendas o ambos, para función del artículo textil y sus insumos, del cómo ser lavado, blanqueado, planchado y secado

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio permite tomar la decisión de emprender un proyecto, ya que en él se pueden observar los costos y gastos que generara el mismo, y de igual forma buscar alternativas para optimizarlos y dada la necesidad minimizarlos, logrando así rentabilidad y viabilidad del proyecto. Los valores presentados son el resultado de cotizaciones hechas en el mercado.

### 5.1 INVERSIONES

**5.1.1 Inversión Fija:** A continuación se presentan los recursos tangibles como maquinaria y equipos necesarios para las operaciones de la empresa “la seducción de dormir”

**5.1.1.1. Maquinaria y equipo:** Según el análisis realizado en el estudio técnico para la capacidad y el proceso productivo del proyecto se necesitarán:

**Tabla 41. Valor Maquinaria y Equipo**

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina fileteadora	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000
Maquina plana	2	\$ 850.000	\$ 1.700.000
Maquina 20u	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Planchas	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Cortadora	1	\$ 650.000	\$ 650.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.110.000</b>

Fuente: Maqui Special \*Compu. ALCA.

**5.1.1.2. Muebles y enseres:** Para el avance del objeto social se necesitara los siguientes muebles y enseres en la empresa.

**Tabla 42. Valor Muebles y enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Juego de escritorio	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Mesón de Corte	1	\$ 460.000	\$ 460.000
Mesa auxiliar	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Estante para organización	1	\$ 50.000	\$ 50.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.060.000</b>

Fuente: Mader ALCA

**5.1.1.3. Equipo de oficina:** La empresa requerirá para su funcionamiento el siguiente equipo de oficina.

**Tabla 43. Valor Equipo de oficina**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computador portátil con licencias	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Telefax	1	\$ 180.000	\$ 180.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.180.000</b>

Fuente: Almacenes Éxito

**5.1.1.4. Herramientas:** Para el proceso productivo se utilizaran las siguientes herramientas.

**Tabla 44. Valor Herramientas**

<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Alfileres x caja	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Metros	3	\$ 1.500	\$ 4.500
Tijeras	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Piqueteadora para moldes	1	\$ 38.000	\$ 38.000
Tiqueteadora	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Sujetadores	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Resma de pliegos de cartón	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Rollo de papel	1	\$ 80.000	\$ 80.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 324.500</b>

Fuente: Papelería Col suministros Multipapeles.

**5.1.1.5. Total de Inversión fija:** Es la suma de los conceptos anteriores (maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina y herramientas)

**Tabla 45. Valor total Inversión Fija.**

INVERSION FIJA	COSTO TOTAL
Maquinaria y equipo	\$ 6.110.000
Muebles y enseres	\$ 1.210.000
Equipo de oficina	\$ 3.180.000
Herramientas	\$ 324.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.824.500</b>

Fuente. Autora del proyecto

**5.1.2 Inversión diferida:** Los conceptos relacionados a continuación son los valores invertidos en la etapa previa a la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 46. Total Inversión Diferida**

INVERSION DIFERIDA	COSTO TOTAL
Estudio de factibilidad	\$ 1.200.000
Gastos notariales y de funcionamiento	\$ 1.100.000
Publicidad y promoción de lanzamiento	\$ 4.425.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.725.000</b>

Fuente. Autora del proyecto

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo:** Es la inversión de capital de trabajo total para la puesta en marcha del proyecto. Está conformada por el conjunto de recursos necesarios para la normal operación del proyecto durante su instalación y puesta en marcha. Se tendrá una política de efectivo de 5 días, inventario de producto terminado de 5 días e inventario de materia prima de 30 días.

**5.1.3.1. Costos de producción:** Esta representado por los costos de producción que se necesitan para la producción de 4.632 unidades anuales, que se determinaron en el estudio técnico como la capacidad utilizada (tabla 48)

**Tabla 47. Cantidad de prendas anuales**

TIPO DE PRENDA	UNIDADES AL AÑO	TALLA 16	TALLA S	TALLA M
Batas	2.148	709	709	730
Conjuntos	2.484	820	820	844
<b>TOTALES</b>	<b>4.632</b>			

Fuente. Autora del proyecto

- **Materias Primas:** A continuación se presentan los costos de la materia prima para las Batas y los conjuntos, y el costo de producción total de materia prima.

**Tabla 48. Materia prima para la fabricación de una bata**

MATERIAL	COSTO POR UNIDAD DE MEDIDA	TALLA 16	COSTO UNITARIO	TALLA S	COSTO UNITARIO	TALLA M	COSTO UNITARIO
Tela	\$ 10.000	1	\$ 10.000	1	\$ 10.000	1	\$ 10.000
Bordado	\$ 750	1	\$ 750	1	\$ 750	1	\$ 750
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.750</b>		<b>\$ 10.750</b>		<b>\$ 10.750</b>

Fuente: Propietaria Confecciones Olizmar

**Tabla 49. Materia prima para la fabricación de un conjunto**

MATERIAL	COSTO POR UNIDAD DE MEDIDA	TALLA 16	COSTO UNITARIO	TALLA S	COSTO UNITARIO	TALLA M	COSTO UNITARIO
Tela	\$ 11.000	1	\$ 11.000	1	\$ 11.000	1	\$ 11.000
Bordado	\$ 750	1	\$ 750	1	\$ 750	1	\$ 750
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11.750</b>		<b>\$ 11.750</b>		<b>\$ 11.750</b>

Fuente: Propietaria Confecciones Olizmar

**Tabla 50. Costo de producción por materia prima**

TIPO DE PRENDA	COSTO TOTAL
Batas	\$ 10.750
Conjuntos	\$ 11.750
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22. 500</b>

Fuente: Propietaria Confecciones Olizmar

**Tabla 51. Costo anual materia prima**

TIPO DE	UNIDADES A	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Batas	2148	\$ 10.750	\$ 23.091.000
Conjuntos	2484	\$ 11.750	\$ 29.187.000
<b>TOTAL</b>	<b>4632</b>	<b>\$ 5.400</b>	<b>\$ 52.278.000</b>

- **Mano obra directa:** Determinada por el valor de la mano de obra de ensamble y estampado de cada una de las referencias.

**Tabla 52. Costo de Mano de obra directa.**

TIPO DE PRENDA	CORTE	ENSAMBLE	BORDADO	TOTAL
Batas	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 500	\$ 2.700
Conjuntos	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 500	\$ 2.700

Fuente: Propietaria Confecciones Olizmar

**Tabla 53. Costo total de Mano de obra directa**

TIPO DE PRENDA	UNIDADES A PRODUCIR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Batas	2148	\$ 2.700	\$ 5.799.600
Conjuntos	2484	\$ 2.700	\$ 6.706.800
<b>TOTAL</b>	<b>4632</b>	<b>\$ 5.400</b>	<b>\$ 12.506.400</b>

Fuente: Propietaria Confecciones Olizmar

- **Costos indirectos fabricación:** En este rubro se incluyen conceptos como depreciación, insumos, mantenimiento y arriendo.

**Tabla 54. Depreciación Maquinaria, equipo y herramientas.**

DEPRECIABLES	INVERSION	VIDA UTIL	VALOR ANUAL	Vr. SALVAMENTO
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 6.110.000	10 años	\$ 611.000	\$ 3.055.000
HERRAMIENTAS	\$ 324.500	10 años	\$ 32.450	\$ 162.250

Fuente. Autora del proyecto

**Tabla 55. Costos indirectos de fabricación**

<b>CIF</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Jefe de producción	\$ 800.000	9.600.000
Servicios Públicos	\$ 180.000	\$ 2.160.000
Arriendo	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 50.917	\$ 611.000
Depreciación Herramientas	\$ 2.704	\$ 32.450
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.264.391</b>	<b>\$ 15.403.450</b>

Fuente. Autora del proyecto

- **Total costos de producción:** Es el costo total de los rubros inmediatamente anteriores es decir materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación

**Tabla 56. Total costos de producción**

<b>ELEMENTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MATERIAS PRIMAS	\$ 52.278.000
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 12.506.400
COSTO INDIRECTO DE FABRICACION	\$ 15.403.450
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80.187.850</b>

Fuente. Autora del proyecto

**Tabla 57. Total Inversión de capital de trabajo**

<b>ELEMENTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
MATERIAS PRIMAS	\$ 26.139.000
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 12.506.400
COSTO INDIRECTO DE FABRICACION	\$ 15.172.688
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53.818.088</b>

Fuente. Autora del proyecto

**5.1.3.2. Gastos de administración y ventas:** Se determinan teniendo en cuenta mano de obra indirecta, depreciaciones, gastos de servicios públicos, por conceptos administrativos y de ventas

**Tabla 58. Total Gastos de administración y ventas.**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION:</b>	<b>Vr. / mes</b>	<b>Vr. / año</b>
Personal de administración	\$ 5.308.877	\$ 63.706.524
Arrendamiento	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Depreciación inmueble	\$ 0	\$ 0
Servicios públicos (Energía, agua)	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Celular, Fax, comunicaciones	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Seguros	\$ 4.000	\$ 48.000
Depreciación muebles y enseres	\$ 14.750	\$ 177.000
Depreciación equipos de cómputo	\$ 81.667	\$ 980.004
Amortización diferida	\$ 118.667	\$ 1.424.004
Papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Honorarios	\$ 100.000	\$ 1.200.000
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION:</b>	<b>\$ 7.684.181</b>	<b>\$77.015.532</b>

**5.1.3.2. Gastos Financieros:** Los gastos financieros están representados en un crédito para capital de trabajo que será parte del capital inicial de la empresa; el crédito se efectuara con el Banco Agrario, cuya tasa de interés actual es del 16.35% y se cancelara según liquidación del Tabla 60

**Tabla 59. Amortización crédito**

<b>PERIODOS ( MESES)</b>	<b>SALDO FINAL</b>	<b>AMORTIZACION A CAPITAL</b>	<b>PAGO INTERESES</b>	<b>CUOTA TOTAL</b>
0	\$ 10.000.000			
1	\$ 9.722.222	\$ 277.778	\$ 126.994	\$ 404.772
2	\$ 9.444.444	\$ 277.778	\$ 123.466	\$ 397.716
3	\$ 9.166.666	\$ 277.778	\$ 119.938	\$ 397.716
4	\$ 8.888.888	\$ 277.778	\$ 116.411	\$ 394.189
5	\$ 8.611.110	\$ 277.778	\$ 112.883	\$ 390.661

PERIODOS ( MESES)	SALDO FINAL	AMORTIZACION A CAPITAL	PAGO INTERESES	CUOTA TOTAL
6	\$ 8.333.332	\$ 277.778	\$ 109.356	\$ 387.134
7	\$ 8.055.554	\$ 277.778	\$ 105.828	\$ 383.606
8	\$ 7.777.776	\$ 277.778	\$ 102.300	\$ 380.078
9	\$ 7.499.998	\$ 277.778	\$ 98.773	\$ 376.551
10	\$ 7.222.220	\$ 277.778	\$ 95.245	\$ 373.023
11	\$ 6.944.442	\$ 277.778	\$ 91.718	\$ 369.496
12	\$ 6.666.664	\$ 277.778	\$ 88.190	\$ 365.968
		\$ 3.333.336	\$ 1.291.101	\$ 4.620.909
13	\$ 6.388.886	\$ 277.778	\$ 84.662	\$ 362.440
14	\$ 6.111.108	\$ 277.778	\$ 81.135	\$ 358.913
15	\$ 5.833.330	\$ 277.778	\$ 77.607	\$ 355.385
16	\$ 5.555.552	\$ 277.778	\$ 74.080	\$ 351.858
17	\$ 5.277.774	\$ 277.778	\$ 70.552	\$ 348.330
18	\$ 4.999.996	\$ 277.778	\$ 67.024	\$ 344.802
19	\$ 4.722.218	\$ 277.778	\$ 63.497	\$ 341.275
20	\$ 4.444.440	\$ 277.778	\$ 59.969	\$ 337.747
21	\$ 4.166.662	\$ 277.778	\$ 56.442	\$ 334.220
22	\$ 3.888.884	\$ 277.778	\$ 52.914	\$ 330.692
23	\$ 3.611.106	\$ 277.778	\$ 49.386	\$ 327.164
24	\$ 3.333.328	\$ 277.778	\$ 45.859	\$ 323.637
		\$ 3.333.336	\$ 783.126	\$ 4.116.462
25	\$ 3.055.550	\$ 277.778	\$ 42.331	\$ 320.109
26	\$ 2.777.772	\$ 277.778	\$ 38.804	\$ 316.582
27	\$ 2.499.994	\$ 277.778	\$ 35.276	\$ 313.054
28	\$ 2.222.216	\$ 277.778	\$ 31.748	\$ 309.526
29	\$ 1.944.438	\$ 277.778	\$ 28.221	\$ 305.999

PERIODOS ( MESES)	SALDO FINAL	AMORTIZACION A CAPITAL	PAGO INTERESES	CUOTA TOTAL
30	\$ 1.666.660	\$ 277.778	\$ 24.693	\$ 302.471
31	\$ 1.388.882	\$ 277.778	\$ 21.166	\$ 298.944
32	\$ 1.111.104	\$ 277.778	\$ 17.638	\$ 295.416
33	\$ 833.326	\$ 277.778	\$ 14.110	\$ 291.888
34	\$ 555.548	\$ 277.778	\$ 10.583	\$ 288.361
35	\$ 277.770	\$ 277.778	\$ 7.055	\$ 284.833
36	-\$ 8	\$ 277.778	\$ 3.527	\$ 281.305
		\$ 3.333.336	\$ 275.152	\$ 3.608.488

Fuente: Asesor comercial Banco Agrario

- **Total Capital de trabajo:** Se determina con la sumatoria de los siguientes conceptos: materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financieros. Ver tabla 61

**Tabla 60. Total capital de trabajo**

	COSTO TOTAL MES	COSTO TOTAL AÑO
MATERIA PRIMA	\$ 4.356.500	\$ 52.278.000
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.042.200	\$ 12.506.400
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 1.264.391	\$ 15.172.688
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 7.684.181	\$ 92.210.172
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 14.347.272</b>	<b>\$ 172.167.260</b>

Fuente. Autora del proyecto

**5.1.4 Inversión total:** En este rubro se suman cada una de las inversiones es decir inversión fija, diferida y de capital de trabajo

**Tabla 61. Inversión total.**

<b>INVERSION</b>	<b>COSTO TOTAL MES</b>
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 14.347.272
INVERSION DIFERIDA	\$ 6.725.000
INVERSION FIJA	\$ 6.110.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.182.272</b>

Fuente. Autora del proyecto

**5.1.5 Fuentes de financiación:** Los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto son \$ 27.182.272 y están distribuidos así: recursos propios de los socios representados por dinero disponible para la implementación del proyecto que es la suma de \$17.182.272. los 10 millones restantes se obtendrán a partir de un crédito de consumo, que efectuara con el Banco Agrario, cuya tasa de interés actual es del 16.35% ea.

## **5.2 COSTOS**

Es la sumatoria de los costos fijos y variables que genera el proyecto

**5.2.1 Costos fijos:** Los costos fijos son aquellos que se generan mensualmente pero no tienen relación con la disminución o el incremento de las ventas o de la producción

**Tabla 62. Costos Fijos**

<b>COSTO</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
SALARIO GERENTE	\$ 1.359.882	\$ 16.318.586
SALARIO SECRETARIA	\$ 839.802	\$ 10.077.626
SALARIO CONTADOR	\$ 500.000	\$ 6.000.000
GASTOS DE PAPELERIA	\$ 100.000	\$ 1.200.000
ARRIENDO	\$ 250.000	\$ 3.000.000
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 14.750	\$ 177.000

<b>COSTO</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA	\$ 5.408	\$ 64.900
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 50.917	\$ 611.000
DEPRECIACION HERRAMIENTAS	\$ 2.704	\$ 32.450
INVERSION DIFERIDA	\$ 112.083	\$ 1.345.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.661.067</b>	<b>\$ 43.932.800</b>

**5.2.2 Costos variables:** Los costos variables están directamente relacionados con el producto, con el valor de los insumos, el incremento o disminución en las ventas y la mano de obra directa

**Tabla 63. Costos variables**

<b>INVERSION</b>	<b>COSTO TOTAL MES</b>	<b>COSTO TOTAL AÑO</b>
MATERIA PRIMA	\$ 1.929.348	\$ 23.152.181
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.042.200	\$ 12.506.400
GASTOS FINANCIEROS	\$ 107.592	\$ 1.291.101
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 180.000	\$ 2.160.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.228.962</b>	<b>\$39.109.682</b>

**5.2.3 Costos totales unitarios:** Son el costo de producir cada referencia o prenda en las diferentes tallas existentes y se detallan a continuación (Ver Tabla 65)

**Tabla 64. Costos totales unitarios**

<b>TIPO DE PRENDA</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>CIF</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
Batas	\$ 10.750	\$ 2.700	\$ 3.276	\$ 16.726
Conjuntos	\$ 11.750	\$ 2.700	\$ 3.276	\$ 17.726

**Tabla 65. Costos totales**

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>COSTO TOTAL MES</b>	<b>COSTO TOTAL AÑO</b>
COSTOS FIJOS	\$ 3.661.067	\$ 43.932.800
COSTOS VARIABLES	\$ 4.228.962	\$ 50.747.547
TOTAL	\$ 7.890.029	\$ 94.680.347

**5.2.4 Precio de venta:** Para establecer el precio de venta de cada prenda se tuvo en cuenta el costo variable de producción y el margen de utilidad deseado por la nueva empresa.

**Tabla 66. Precio de venta**

<b>TIPO DE PRENDA</b>	<b>COSTO VARIABLE</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>PRENDAS A VENDER/AÑO</b>	<b>VENTAS TOTALES</b>
<b>Batas</b>	\$ 14.695	\$45.000	2.148	\$ 96.660.000
<b>Conjuntos</b>	\$ 15.695	\$50.000	2.484	\$ 124.200.000
<b>TOTAL</b>			4.632	\$ 220.860.000

### 5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

**5.3.1 Egresos Projectados:** Corresponde a todos los gastos que tendrá la empresa desde el año 1 hasta el año 5 tomando el IPC correspondiente al 4.5% como factor de crecimiento.

**Tabla 67. Egresos proyectados**

<b>EGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIA PRIMA	52.278.00 0	54.630.51 0	57.088.88 3	59.657.88 3	62.342.48 7
MANO DE OBRA DIRECTA	12.506.40 0	13.069.18 8	13.657.30 1	14.271.88 0	14.914.11 5

<b>EGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	15.172.688	15.855.459	16.568.954	17.314.557	18.093.712
GASTOS DE ADMINISTRACION	30.920.112	32.311.517	33.765.535	35.284.984	36.872.809
GASTOS DE VENTAS	11.637.866	12.161.570	12.708.841	13.280.738	13.878.372
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.291.101	1.349.200	1.409.914	1.473.360	1.539.662
<b>TOTAL</b>	123.806.166	129.377.444	135.199.429	141.283.403	147.641.156

**5.3.2 Ingresos Proyectados:** Son la entradas de dinero que tendrá la empresa por la producción y venta de cada una de las prendas las cuales se detallan por referencia y se totalizan desde el primer año hasta el año 5, considerando el mismo factor de crecimiento de los egresos correspondiente al 4.5% del IPC

**Tabla 68. Ingresos proyectados por producto**

<b>TIPO DE PRENDA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Batas	96.660.000	101.009.700	105.555.137	110.305.118	119.129.527
Conjuntos	124.200.000	129.789.000	135.629.505	141.732.833	153.071.460
<b>TOTAL</b>	<b>220.860.000</b>	<b>230.798.700</b>	<b>241.184.642</b>	<b>252.037.950</b>	<b>272.200.987</b>

Fuente: autora del proyecto.

#### **5.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

El flujo de caja permite visualizar las entradas y salidas de dinero para de esta forma establecer y un nivel de liquidez en la empresa, en él se detalla la proyección para los cinco primeros años de funcionamiento

**Tabla 69. Flujo de caja Proyectado**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		57.616.307	78.222.772	112.190.922	167.696.544	254.928.693
Depreciaciones		2.036.667	2.036.667	2.036.667	0	0
Amortización Gastos		4.212.454	4.212.454	4.212.454	4.212.454	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-18.319.615	-25.281.635	-36.645.270	-55.100.349
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>63.865.428</b>	<b>66.152.278</b>	<b>93.158.408</b>	<b>135.263.729</b>	<b>199.828.344</b>
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-6.110.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	10.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-2.000.000	-2.000.000	-2.000.000	-2.000.000	-2.000.000
Intereses Pagados		-2.102.324	-1.611.756	-1.144.648	-725.791	-344.701
Dividendos Pagados		0	-18.597.184	-25.664.690	-37.200.502	-55.935.202
Capital	17.182.272	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>27.182.272</b>	<b>-4.102.324</b>	<b>-22.208.940</b>	<b>-28.809.339</b>	<b>-39.926.293</b>	<b>-58.279.903</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>21.072.272</b>	<b>59.763.104</b>	<b>43.943.338</b>	<b>64.349.069</b>	<b>95.337.436</b>	<b>141.548.441</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>4.222.454</b>	<b>63.985.559</b>	<b>107.928.897</b>	<b>172.277.966</b>	<b>267.615.402</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>21.072.272</b>	<b>63.985.559</b>	<b>107.928.897</b>	<b>172.277.966</b>	<b>267.615.402</b>	<b>409.163.843</b>

## 5.5 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Este informe tuvo como referencia la información de inversiones, costos e ingresos detallados anteriormente, se presenta el estado de resultados para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

**Tabla 70. Estado de Resultados**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	220.860.000	257.522.760	313.179.867	396.485.711	521.626.514
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	64.784.400	75.538.610	91.864.393	116.300.321	153.007.610
Depreciación	2.036.667	2.036.667	2.036.667	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>154.038.933</b>	<b>179.947.483</b>	<b>219.278.807</b>	<b>280.185.390</b>	<b>368.618.904</b>
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administración	92.210.172	97.512.257	102.875.431	108.276.391	113.690.211
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	4.212.454	4.212.454	4.212.454	4.212.454	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>57.616.307</b>	<b>78.222.772</b>	<b>112.190.922</b>	<b>167.696.544</b>	<b>254.928.693</b>

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Otros ingresos					
Intereses	2.102.324	1.611.756	1.144.648	725.791	344.701
Otros ingresos y egresos	-2.102.324	-1.611.756	-1.144.648	-725.791	-344.701
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>55.513.983</b>	<b>76.611.016</b>	<b>111.046.273</b>	<b>166.970.753</b>	<b>254.583.992</b>
Impuestos (35%)	18.319.615	25.281.635	36.645.270	55.100.349	84.012.717
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>37.194.369</b>	<b>51.329.381</b>	<b>74.401.003</b>	<b>111.870.405</b>	<b>170.571.275</b>

## 5.6 BALANCE GENERAL

El balance general muestra la situación financiera del año de inicio.

**Tabla 71. Balance General**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	4.222.454	63.985.559	107.928.897	172.277.966	267.615.402	409.163.843
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>BALANCE GENERAL</b>						
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	16.849.818	12.637.363	8.424.909	4.212.454	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>21.072.272</b>	<b>76.622.922</b>	<b>116.353.805</b>	<b>176.490.420</b>	<b>267.615.402</b>	<b>409.163.843</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	6.110.000	4.073.333	2.036.667	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>6.110.000</b>	<b>4.073.333</b>	<b>2.036.667</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>27.182.272</b>	<b>80.696.255</b>	<b>118.390.472</b>	<b>176.490.420</b>	<b>267.615.402</b>	<b>409.163.843</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	18.319.615	25.281.635	36.645.270	55.100.349	84.012.717
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	10.000.000	8.000.000	6.000.000	4.000.000	2.000.000	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>26.319.615</b>	<b>31.281.635</b>	<b>40.645.270</b>	<b>57.100.349</b>	<b>84.012.717</b>

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	17.182.272	17.182.272	17.182.272	17.182.272	17.182.272	17.182.272
Reserva Legal Acumulada	0	0	3.719.437	8.591.136	8.591.136	8.591.136
Utilidades Retenidas	0	0	14.877.748	35.670.739	72.871.240	128.806.443
Utilidades del Ejercicio	0	37.194.369	51.329.381	74.401.003	111.870.405	170.571.275
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>17.182.272</b>	<b>54.376.641</b>	<b>87.108.837</b>	<b>135.845.150</b>	<b>210.515.053</b>	<b>325.151.125</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>27.182.272</b>	<b>80.696.255</b>	<b>118.390.472</b>	<b>176.490.420</b>	<b>267.615.402</b>	<b>409.163.843</b>

## **6. EVALUACION DEL PROYECTO**

### **6.1 IMPACTO SOCIAL**

La creación de una empresa productora y comercializadora de pijamas generara empleo y a su vez desarrollo económico de la región contribuyendo a fortalecer la trayectoria que tiene Santander , como un departamento líder en producción de ropa íntima, además permitirá a las familias adquirir prendas de excelente calidad, de moda actual y a precios competitivos.

Contribuirá a generar dividendos para el municipio de Bucaramanga, al hacer el aporte de los impuestos y los pagos legales al gobierno. El proyecto dará unos ingresos fiscales al estado, los cuales son utilizados por el Gobierno colombiano según su política de bienestar social, esto representa inversión para la comunidad municipal, y departamental.

Se consideró que el proyecto no tiene impactos negativos.

Su puesta en marcha, aumenta la demanda de materia prima e insumos para la confección.

El proyecto será una organización, a través de la cual se puede enseñar y transformar la cultura de las personas; de los principios que se manejen depende que ese cambio sea para el beneficio de todos los que intervienen o hacen parte activamente de ella.

## 6.2 IMPACTO AMBIENTAL

**Tabla 72 Necesidades y responsabilidades del proyecto**

NECESIDADES	RESPONSABILIDADES
<p>• <b>Dominio del entorno:</b></p> <p><u>Ventilación:</u> La planta de producción debe contar con un buen sistema de ventilación por el uso de maquinaria eléctrica y el número de personas que en ella laboraran.</p> <p><u>Luminosidad:</u> De igual forma se necesita contar con un sistema de iluminación adecuado que permita mantener la comodidad en cada uno de los puestos de trabajo; partiendo de unas excelentes instalaciones eléctricas.</p> <p><u>Ruidos:</u> La máquina que más ruido hace es la cortadora y para eso se necesita escoger los horarios para realizar esta tarea del proceso y sobretodo en horas donde no afecte la tranquilidad del vecindario debido a que la planta está ubicado en un sector residencial. Hace falta la protección necesaria para evitar daños físicos a la persona que realiza esta labor.</p>	<p>Velar por la integridad física de los trabajadores.</p> <p>Adecuar cada puesto de trabajo de acuerdo a la tarea y la persona que la Realiza, dotándola del vestuario adecuado y demás elementos que propendan por la prevención de accidentes y enfermedades de trabajo.</p> <p>La ubicación de la planta debe ser en una zona autorizada por el plan de ordenamiento territorial por ser tipo industria aunque tenga carácter de manufactura.</p> <p>Realizar las medidas de intensidad de ruido, capacidad de ventilación e iluminación.</p>
<p>• <b>Control de Residuos sólidos:</b></p> <p><u>Tela:</u> clasificar los recortes por tamaños y colores para reciclarlos y darle un uso final. Lo que no sirva disponerlos en bolsa y sacarlos al aseo. Los hilos y la hilaza se deben sumar a lo no reutilizable.</p>	<p>Evitar la contaminación con desechos con largos períodos de descomposición.</p> <p>Aportar a la reutilización de materiales, para el desempeño laboral de muchas personas dedicadas a esta labor.</p>

NECESIDADES	RESPONSABILIDADES
<p><u>Cartón, plástico y papel</u>: se utilizan en el trazo de moldes y lo que ya no se utiliza se dispone para el aseo en una bolsa aparte y se recicla. El plástico se reutiliza para forrar la protección de los vestidos, haciendo el reciclado en la empresa.</p> <p>El cartón sale de los rollos de las telas y son dejados disponibles para ser reciclados</p> <p>Los conos de hilo vienen en cartón o pasta y se sacan a reciclar porque en la empresa o pueden ser reutilizados.</p>	<p>Adquirir materias primas que propendan por la salud del consumidor y su entorno.</p> <p>Seleccionar proveedores que ofrezcan materias primas de calidad.</p>
<p><b>Material particulado:</b></p> <p>Son todas las motas o pequeñas partes que salen del corte, el despeluzado y son difíciles de controlar, se debe procurar no barrerse mientras los operarios no tengan la debida protección, pero deben ser dispuestos en el aseo general de la planta.</p>	<p>Evitar que se propague por el ambiente sustancias que afecten el entorno (personas, animales y plantas). Realizar la recolección de estas sustancias con máquinas aspiradoras preferiblemente para asegurarse de no esparcirlas y lograr su manipulación y disposición para el aseo.</p>

## 6.3 EVALUACION FINANCIERA

Tabla 73 Evaluación Financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Supuestos Macroeconómicos</b>						
Variación Anual IPC		6,00%	5,75%	5,50%	5,25%	5,00%
Devaluación		8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
Variación PIB		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF ATA		8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%
<b>Supuestos Operativos</b>						
Variación precios		N.A.	6,0%	5,8%	5,5%	5,3%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
Variación costos de producción		N.A.	16,1%	21,0%	23,9%	31,6%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	5,8%	5,5%	5,3%	5,0%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
<b>Indicadores Financieros Proyectados</b>						
Liquidez - Razón Corriente		4,18	4,60	4,82	4,86	4,87
Prueba Acida		4	5	5	5	5
Rotacion cartera (días),		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotacion Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		32,6%	26,4%	23,0%	21,3%	20,5%

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Concentración Corto Plazo		1	1	1	1	1
Ebitda / Gastos Financieros		3037,8%	5241,0%	10347,3%	23685,7%	73956,5%
Ebitda / Servicio de Deuda		1556,8%	2338,8%	3766,4%	6306,8%	10872,5%
Rentabilidad Operacional		26,1%	30,4%	35,8%	42,3%	48,9%
Rentabilidad Neta		16,8%	19,9%	23,8%	28,2%	32,7%
Rentabilidad Patrimonio		68,4%	58,9%	54,8%	53,1%	52,5%
Rentabilidad del Activo		46,1%	43,4%	42,2%	41,8%	41,7%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Operación		63.865.428	66.152.278	93.158.408	135.263.729	199.828.344
Flujo de Inversión	-27.182.272	0	0	0	0	0
Flujo de Financiación	27.182.272	-4.102.324	-22.208.940	-28.809.339	-39.926.293	-58.279.903
<b>Flujo de caja para evaluación</b>	<b>-27.182.272</b>	<b>63.865.428</b>	<b>66.152.278</b>	<b>93.158.408</b>	<b>135.263.729</b>	<b>199.828.344</b>
<b>Flujo de caja descontado</b>	<b>-27.182.272</b>	<b>55.056.403</b>	<b>49.161.919</b>	<b>59.682.649</b>	<b>74.704.953</b>	<b>95.140.876</b>
<b>Criterios de Decisión</b>						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		16%				
TIR (Tasa Interna de Retorno)		43,2%				
VAN (Valor actual neto)		306.564.528				
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		0,24				
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses		2 mes				
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprendedor. ( AFE/AT)		36,79%				

## CONCLUSIONES

Luego de precisar la información de la demanda y la oferta, para conocer cómo se mueve este mercado en Bucaramanga y su área metropolitana, se encontró que hay campo de acción para la instalación de este proyecto; se define el tipo de producto, su uso, especificaciones, productos principales, complementarios y sustitutos, estableciendo el punto diferenciador, aspecto que nos permitirá la entrada y estadía en el mercado.

Los mercados potencial y objetivo, se definen por la existencia de almacenes de pijama para dama y se trabajará con los registrados en la cámara de comercio, que estarían interesados en negociar con la nueva empresa, aspecto que hace factible su montaje.

Se elabora la investigación de mercados a partir de un censo aplicado a la demanda, y un estudio de la oferta o competencia, para realizar el análisis de la información, obteniendo resultados que servirán de base para el montaje técnico del proyecto.

En los resultados obtenidos en la investigación de mercados, se evidencio que entre los tipos de pijama de más venta no hay una inclinación marcada, prefiriendo las telas sintéticas.

La cantidad, frecuencia y tallas que compran los almacenes, están dadas por factores como la temporada, la rotación de la mercancía, el movimiento de las ventas y la economía, entre otros, se pudo deducir que dentro de lo normal, hacen pedidos cada dos meses a diferentes fábricas, y surten las tallas en las que se han agotado en el almacén.

Se aprecia que la demanda tiene una tendencia de crecimiento año tras año, representado en aumento de niveles de producción.

Se realizó un estudio de las fábricas que confeccionan ropa para dama, la competencia, que llevo a concluir los siguientes aspectos: es fundamental aprovechar la capacitación brindada por las entidades vinculadas con el medio; y es importante mantener precios similares con los demás fabricantes, esto permitirá competir en el mercado de la confección.

La tecnología necesaria para el funcionamiento de la empresa se encuentra disponible, ya que hay una capacidad instalada muy buena alrededor del área metropolitana.

El medio permite definir una capacidad diseñada que sirve de pauta para hacer realidad este proyecto; en cuanto a la capacidad instalada, se observa que hay un límite de prendas que se pueden producir en un periodo de tiempo determinado.

Se determina el espacio óptimo para la distribución de la planta, buscando en ésta, comodidad para el desarrollo del trabajo.

El proyecto plantea un diseño buscando atender exigencias que permitan la competencia con los productores locales.

Con los parámetros técnicos establecidos se pretende obtener una producción, que permita atender la necesidad de variedad en los diseños de las prendas; con entregas periódicas que reducen los inventarios y permiten una mayor comunicación con los clientes.

Elaborar prendas de calidad y con algunos estándares lleva a la fábrica a invertir en insumos de excelente calidad y crear condiciones de trabajo seguras y

agradables; por ello en el montaje se deben establecer los procedimientos específicos para las cosas que se puedan presentar, por el momento se establece la necesidad que la alta gerencia se responsabilice y defina grupos que aseguran la calidad y el ambiente laboral. Con ello se espera ser efectivos y crear una cultura que beneficie los procesos dentro de la organización.

Se espera que con lo planteado la empresa pueda avanzar, orientada a la atención del mercado y establezca compromiso y participación de los trabajadores, ya que son ellos los que día a día elaborarán las prendas desarrollando el objeto de la empresa y con los cuales se puede lograr plazos de entrega oportunos y reducción de costos y eliminación del despilfarro.

Los equipos seleccionados permiten el desarrollo de dos actividades, como es la confección de tejido plano y tejido de punto, con ello se busca la diversificación de prendas. Una vez desarrollado el proyecto se establecerán actividades de capacitación al personal que permita el aprovechamiento al máximo de las máquinas y equipos.

El proyecto contribuirá a generar dividendos para el municipio de Bucaramanga, al hacer el aporte de los impuestos y los pagos legales al gobierno; dará unos ingresos fiscales al estado, los cuales son utilizados por el Gobierno colombiano según su política de bienestar social, esto representa inversión para la comunidad municipal, y departamental.

Financieramente al analizar el flujo de caja proyectado nos permite visualizar las entradas y salidas de dinero para de esta forma establecer y un nivel de liquidez en la empresa, en él se detalla la proyección para los cinco primeros años de funcionamiento dando resultados positivos.

Lo anterior determina la viabilidad del proyecto ya que es una actividad que goza de reconocimiento a nivel regional.

## BIBLIOGRAFIA

CÁMARA DE COMERCIO. Plan prospectivo de ciencia y tecnología de Santander 1997-2010.

CDP confecciones

CONOR INGENIEROS. Estudio de Competitividad de la Microempresa del Sector Confección en Colombia. S.A. 1997.

DIRECTORIO TELEFÓNICO DE LA CIUDAD.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Normas Para Tesis Y Otros Trabajos De Grado, Bogota 2004

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos, Bogotá: MM editores, 2002

PROSPECTIVA DEL SECTOR DE LAS CONFECCIONES EN BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA. GÓMEZ OTOYA Gerardo. Antonio, AMADO NEIRA, Hessing Adriano. Escuela de Estudios Industriales Empresariales UIS 2005

TAYLOR, James R; KINNEAR, Thomas C. Investigación de mercados. Bogotá. McGraw-Hill

## PAGINAS WEB

[www.presidencia.gov.co](http://www.presidencia.gov.co)

[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

[www.directoriotextil.com](http://www.directoriotextil.com).

[www.bucaramanga.com/alcaldia/alcaldia.htm](http://www.bucaramanga.com/alcaldia/alcaldia.htm)

[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

[www.camaradirecta.com](http://www.camaradirecta.com)

[www.elcolombiano.com/proyectos/Colombiatex2007/Tiemporeal/textileros](http://www.elcolombiano.com/proyectos/Colombiatex2007/Tiemporeal/textileros)

# **ANEXOS**

## ANEXO A. CENSO A LA DEMANDA



### CENSO A LA DEMANDA

Como estudiantes de Tecnología empresarial le solicitamos el diligenciar con el mayor grado de veracidad el siguiente cuestionario; como parte fundamental en la elaboración del Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pijamas para dama..

OBJETIVO: Recopilar información para determinar la demanda que permitirá orientar el estudio de mercados para la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de de pijamas para dama en la ciudad de Bucaramanga

DIRRECCION \_\_\_\_\_ TELEFONO \_\_\_\_\_

NOMBRE: \_\_\_\_\_

1. ¿Que tipos de pijama que se vende en mayor cantidad?:

Batas \_\_\_\_\_

Conjuntos \_\_\_\_\_

2. ¿Cual es la Tela preferida para las pijamas de dama?

a) Tejidos de punto en algodón

b) Tejidos de punto con fibras sintéticas

c) Tejidos planos de algodón

d) Tejidos planos con fibras sintéticas

3. ¿De las siguientes clase de pijamas que cantidad compra mensualmente por producto?

PRENDAS	CANTIDAD
Batas	
Conjuntos	

5. ¿Cuál es el precio promedio de compra de los pijamas femeninos que ofrece su establecimiento?

**Batas**

- a) Entre 10000 y 15000
- b) Entre 15001 Y 20001
- c) Entre 20001 y 25000

**Conjuntos**

- a) Entre 15000 y 20000
- b) Entre 20001 y 25000
- c) Entre 25001 y 30000

6. ¿Cuáles de los siguientes aspectos tiene en cuenta al momento de seleccionar el proveedor?

- a) Diseño y variedad
- b) Precio
- c) Calidad
- d) Puntualidad en la entrega

7. ¿Cómo considera el servicio prestado por sus proveedores?

- a) Excelente b) Bueno c) Regular d) Malo

8. ¿Qué inconvenientes ha tenido con sus proveedores?

- a) Entrega inoportuna      b) Devoluciones por la calidad del Producto
- c) Variabilidad del precio    d) Ninguno

9. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza con sus proveedores?

- a) Contado
- b) Crédito: 30\_\_\_\_\_ 60\_\_\_\_\_

10. ¿Cuál es el medio de publicidad que usted utiliza al momento de solicitar un nuevo producto?

- a) Directorio
- b) Vendedor directo
- c) Amigo o recomendado
- d) Paginas Web-Internet

11. ¿Estaría interesado en comprar pijamas a esta nueva empresa?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_