

Factibilidad para la creación de una empresa de confecciones de pantalones jean para dama de talla grande en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana

Angélica Zarayth Rodríguez Ortiz

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Ana Carmenza Buitrago Sanabria

Magister en E-learning

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional de Educación a distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2022

Dedicatoria

Primer lugar a Dios, Dueño y Señor de mi vida que levanta mis pasos cada día y con su Fuerza impulsa mi caminar, a mi Virgencita Mamita María y a San José que hicieron posible este logro; a mi madre Teresa Ortiz Serrano que además de darme la vida con su amor y ejemplo me motiva a crecer y a superarme, a mis hermanos Liliana Teresa Rodríguez Ortiz y Samuel Andrés Rodríguez Ortiz que con esfuerzo y cariño han sido mi apoyo y constante guía, a mi esposo Jairo Andres Sanchez Castañeda por su paciencia y a mis 3 hijos Enmanuel Andrés Sánchez Rodríguez, María José Sánchez Rodríguez, María Paula Sánchez Rodríguez que son mi herencia y alegran mis días con su pureza y ternura, a los coordinadores, tutores y evaluadores en especial mi directora Ana Carmenza Buitrago Sanabria que con paciencia y carisma me instruyó en la construcción de este proyecto.

Angélica Zarayth Rodríguez Ortiz

Agradecimientos

Primer agradecimiento a Dios por el Don de la Vida y permitirme este logro alcanzar, mi Familia por su apoyo incondicional, a la Universidad Industrial de Santander, al Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia por esta oportunidad, a la ingeniera Margarita Rodríguez Villabona, coordinadora del programa Gestión Empresarial, por toda la gestión y el acompañamiento recibido en la estancia académica, a los directores y tutores que contribuyeron significativamente durante todo el proceso de formación en especial a la profesora Ana Carmenza Buitrago Sanabria, por todo su esfuerzo, paciencia, ayuda y dedicación durante el desarrollo del trabajo de grado, gracias a ella esto ha sido posible.

Angélica Zarayth Rodríguez Ortiz

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	20
1. Análisis general del sector	21
1.1 Descripción del sector confecciones	21
1.2 Evolución del Sector	24
1.3 Tendencias del Sector	26
1.4 Identificación de Oportunidades y Amenazas	28
1.5 Marco Legal	30
1.6 Contexto Geográfico	32
2. Estudio de mercado.....	35
2.1 Descripción del producto	35
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto	35
2.1.2 Atributos diferenciadores.....	37
2.2 Segmento de mercado	38
2.3 Estudio de la demanda	39
2.3.1 Necesidades de información	39
2.3.2 Tipo de estudio.....	40
2.3.3 Enfoque	41
2.3.4 Fuentes de información.....	41
2.3.5 Técnicas de investigación	41
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.....	41
2.3.7 Modo de aplicación.....	42

2.3.8 Cálculo de la muestra.....	42
2.3.9 Alcance	43
2.3.10 Tiempo de aplicación.....	43
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados	43
2.3.12 Estimación de la demanda actual.....	58
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.....	58
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	58
2.4 Análisis de la oferta	60
2.5 Descripción del producto o servicio mínimo viable	62
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio	62
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia	62
2.6 Estructura de comercialización y de distribución.....	62
2.7 Estrategia para fijación de precios	62
2.8 Relacionamiento con los clientes.....	63
2.8.1 Estrategias de comunicación.....	63
2.8.2 Presupuesto de comunicación.....	63
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.....	63
2.8.2.2 Presupuesto de operación.....	64
3. Estudio Técnico	65
3.1 Tipo de Proyecto	65
3.2 Desarrollo operativo del proyecto.....	65
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave	66
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) ..	68

3.2.4 Análisis Ambiental.....	69
3.2.5 Recursos Clave.....	70
3.2.5.1 Talento humano.	70
3.2.5.2 Infraestructura.	70
3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías.	72
3.2.6 Distribución de planta.....	73
3.2.7 Localización.....	74
3.2.7.1 Macro localización.....	74
3.2.7.2 Micro localización.	74
3.2.8 Control de calidad.....	76
3.3 Capacidad del proyecto.....	77
3.3.1 Capacidad total diseñada por la línea de producto.....	77
3.3.2 Capacidad instalada.....	78
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.....	79
4. Estudio Administrativo.....	80
4.1 Forma de Constitución.....	80
4.2 Estructura Organizacional.....	81
4.2.1 Misión.....	81
4.2.2 Visión.....	82
4.2.3 Valores Corporativos.....	82
4.2.4 Organigrama.....	83
4.2.5 Asignación salarial.....	83
5. Estudio Financiero.....	85

5.1 Inversiones Fija y Diferida.....	85
5.1.1 Inversión Fija	85
5.1.2 Inversión diferida	87
5.2 Costos y Gastos.....	88
5.2.1 Costos de producción y comercialización.....	88
5.2.1.1 Costos fijos.....	88
5.2.1.2 Costos variables.	91
5.2.2 Gastos de administración y ventas	92
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas.....	92
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas	94
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas	94
5.3 Capital de trabajo	94
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.....	94
5.3.2 Estructura del crédito	95
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	95
5.3.2.2 Gastos financieros.....	96
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	97
5.4 Inversión Total	97
5.5 Estructura de Capital.....	98
5.5.1 Recursos propios	98
5.5.2 Recursos de financiación	98
5.6 Precio de Venta.....	98
5.7 Estados Financieros Proyectados.....	99

5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	99
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	101
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	103
5.8 Evaluación Financiera.....	106
5.8.1 Razones financieras	106
5.8.1.1 Razones de liquidez.	106
5.8.1.2 Razones de operación.	107
5.8.1.3 Razones de rentabilidad	108
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.....	108
5.8.2 Indicadores de viabilidad	109
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).....	110
5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).	111
5.8.2.3 Período de recuperación.....	111
5.8.2.4 Punto de equilibrio.....	111
5.9 Tamaño del proyecto.....	113
6. Conclusiones	114
7. Recomendaciones	116
Referencias Bibliográficas	117
Apéndices.....	124

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Rango de edad.....	43
Tabla 2 Adquisición del producto.....	44
Tabla 3 Frecuencia de compra	45
Tabla 4 Cantidad de compra de productos.....	46
Tabla 5 Preferencias del pantalón al momento de compra	47
Tabla 6 Rango de precios.....	48
Tabla 7 Preferencia para realizar la compra	49
Tabla 8 Competencia local.....	50
Tabla 9 Preferencia de marca.....	51
Tabla 10 Inconvenientes de compra	52
Tabla 11 Preferencia de pago.....	53
Tabla 12 Empaque del producto	54
Tabla 13 Aspectos de importancia para la elección del pantalón	55
Tabla 14 Canales de comunicación.....	56
Tabla 15 Interés por el producto de la nueva empresa Grandes Modas	57
Tabla 16 Demanda actual unidades de producto	59
Tabla 17 Demanda efectiva unidades de producto	59
Tabla 18 Matriz análisis de la competencia.....	60
Tabla 19 Matriz competitiva.....	61
Tabla 20 Presupuesto de lanzamiento.....	64

Tabla 21 Presupuesto de operación.....	64
Tabla 22 Ficha técnica del producto	65
Tabla 23 Talento humano	70
Tabla 24 Equipo de oficina.....	71
Tabla 25 Equipo de computación y comunicación.....	71
Tabla 26 Maquinaria y equipo	71
Tabla 27 Muebles y enseres operativos	71
Tabla 28 Herramientas, repuestos y accesorios	72
Tabla 29 Materiales directos, insumos o mercancía para la venta.....	72
Tabla 30 Materiales indirectos.....	73
Tabla 31 Micro localización	75
Tabla 32 Capacidad total diseñada por la línea de producto	77
Tabla 33 Capacidad instalada de cada operario en una jornada	78
Tabla 34 Margen de capacidad utilizada	79
Tabla 35 Asignación salarial.....	84
Tabla 36 Porcentaje prestacional	84
Tabla 37 Equipo de oficina.....	85
Tabla 38 Equipo de computación y comunicación.....	86
Tabla 39 Maquinaria y equipo	86
Tabla 40 Muebles y enseres operativos o de producción	86
Tabla 41 Herramientas	87
Tabla 42 Consolidado inversiones fijas	87
Tabla 43 Inversión diferida.....	88

Tabla 44 Nomina operativa (MOD).....	89
Tabla 45 Insumos y/o materias primas	89
Tabla 46 Materiales indirectos.....	90
Tabla 47 Prorrateso entre costos y gastos.....	90
Tabla 48 Costos fijos	91
Tabla 49 Costos variables	91
Tabla 50 Costos totales	92
Tabla 51 Gastos fijos de administración y ventas.....	93
Tabla 52 Gastos variables de administración y ventas	94
Tabla 53 Total, gastos de administración y ventas	94
Tabla 54 Estructura del crédito bancario	95
Tabla 55 Total de capital de trabajo.....	97
Tabla 56 Inversión total	97
Tabla 57 Estructura de capital.....	98
Tabla 58 Precio de venta.....	99
Tabla 59 Estado de Resultados proyectado	100
Tabla 60 Flujo de fondos proyectado.....	101
Tabla 61 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	103
Tabla 62 Razones de liquidez	106
Tabla 63 Razones de operación	107
Tabla 64 Razones de rentabilidad.....	108
Tabla 65 Razones de endeudamiento.....	109
Tabla 66 Prima de riesgo al riesgo.....	110

Tabla 67 Tasa Interna de Retorno.....	110
Tabla 68 Valor Presente Neto.....	111
Tabla 69 Periodo de recuperación.....	111
Tabla 70 Punto de equilibrio.....	112

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Mapa de Bucaramanga y su área metropolitana.....	33
Figura 2 Población de Bucaramanga por rango de edad.....	34
Figura 3 Pantalón jean de dama talla 16	36
Figura 4 Empaque del producto.....	37
Figura 5 Proyecciones de población	39
Figura 6 Gráfico rango de edad	44
Figura 7 Adquisición del producto	44
Figura 8 Gráfico de la frecuencia de compra.....	45
Figura 9 Cantidad de compra de productos	46
Figura 10 Preferencias del pantalón al momento de compra.....	47
Figura 11 Rango de precios	48
Figura 12 Gráfico que representa la preferencia en el sitio de compra	49
Figura 13 Competencia local	50
Figura 14 Preferencia de marca	51
Figura 15 Inconvenientes de compra	52
Figura 16 Preferencia de pago	53
Figura 17 Empaque del producto.....	54
Figura 18 Aspectos de importancia para la elección del pantalón.....	55
Figura 19 Canales de comunicación	56
Figura 20 Interés por el producto de la nueva empresa Grandes Modas	57

Figura 21 Logotipo Grandes Modas	63
Figura 22 Diagrama de flujo	67
Figura 23 Distribución de la planta.....	73
Figura 24 Macro localización	74
Figura 25 Punto de equilibrio	113

Lista de Apéndices

	pág.
Apéndice A. Encuesta de mercados.....	124
Apéndice B. Cotización SG-SST.....	129
Apéndice C. Cotización ambiental	133
Apéndice D. Activos fijos.....	134

”

Glosario

Confecciones: hace referencia al proceso de transformación de materias primas para llegar a la obtención de un producto terminado; se compone de dos fases específicas, la fabricación que se compone de procesos como diseño, corte, ensamble y acabados, la comercialización que comprende la distribución y venta del producto terminado, prendas de vestir. (Lafayette, 2020)

Diseño de confección: el sector de diseño y confección hace referencia a las actividades relacionadas con la producción de prendas de vestir, donde se incluye tanto a las grandes empresas con marcas reconocidas como a las pequeñas y medianas empresas que centran su actividad en fabricar y comercializar prendas en el ámbito local o regional. (Sena, 2020)

Ensamble: es la forma de unión o ensamblaje por cosido de las distintas piezas que forma las prendas vestir que se realizan generalmente por medio de puntadas, costuras o pespuntos utilizando como elemento de unión el hilo de coser ya sea a mano o a máquina. (Melany Martínez, 2021)

Etiqueta: marquilla, marbete o rótulo impreso, tejido, bordado, estampado u otro, que se coloca en el producto con información específica sobre las características del artículo. (Mincit, 2018)

Etiquetado: colocación o fijación de la etiqueta en algún sitio del cuerpo del producto (Mincit, 2018)

Escalado: es el nombre que recibe el proceso de crear diferentes tallas de la misma prenda de vestir. (Admin, 2019)

Estudio de mercado: es la acción que analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio. (Economipedia, 2020)

Industria textil: es el sector de la industria manufacturera dedicado a la producción de fibras (naturales y sintéticas), telas, hilados y otros productos vinculados con la ropa y la vestimenta. Suele abarcar la fabricación de ropa, piezas de vestir e incluso zapatos, y su labor se desarrolla en fábricas textiles o maquilas. (Equipo editorial, Etecé, 2021)

Microempresa: las microempresas son las que cuentan con planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores y con activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Congreso de Colombia, 2004)

Pyme: hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV. (Bancóldex, 2018)

Resumen

Título: Factibilidad para la creación de una empresa de confecciones de pantalones jean para dama de talla grande en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana*

Autor: Angélica Zarayth Rodríguez Ortiz**

Palabras Clave: Factibilidad, mujeres, pantalón jean, obesidad, valor agregado, talla grande.

Descripción: La industria textil colombiana ha mantenido su crecimiento en los últimos años, permitiendo que las confecciones se destaquen de manera importante en los diferentes mercados del mundo. La confección de prendas de vestir se ha convertido en la actividad más importante del proceso de producción de la cadena de valor del sector de sistema Moda. Las fases que comprenden este sector inician desde la obtención de materias primas, el diseño, patronaje, escalado, trazos, cortes, ensamble, acabados, planchado, procesados, empaçado y etiquetado hasta finalmente la distribución y venta del producto terminado.

El desarrollo de esta investigación está dirigido a la satisfacción de la necesidad de las mujeres de talla grande por vestirse bien y sentirse cómoda. Por ello, se analiza la generalidad del sector confecciones, los antecedentes del pantalón jean, así como oportunidades y amenazas.

En el estudio de mercados, mediante una encuesta a mujeres de talla grande, se analizaron los gustos y preferencia por el producto identificando que existe demanda y que cada mujer compra en promedio 3 pantalones en el año. El estudio técnico presenta el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto. El estudio administrativo describe la estructura organizacional. La inversión del proyecto según el estudio financiero y análisis económico es de \$ 478.008.387, la tasa interna de retorno es de 55,46% y el valor presente neto es de \$ 475.485.482. Por lo anterior, se concluye la probable viabilidad del proyecto de acuerdo con las estimaciones a la demanda del producto y los beneficios económicos y sociales de las partes interesadas.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora: Ana Carmenza Buitrago Sanabria. Magister E-learning.

Abstract

Title: Feasibility for the creation of a company for the manufacture of women's plus size jeans in the municipality of Bucaramanga and its metropolitan area*

Author(s): Angelica Zarayth Rodriguez Ortiz**

Key Words: Feasibility, women, jean pants, obesity, added value, plus size.

Description: The Colombian textile industry has maintained its growth in recent years, allowing apparel to stand out significantly in different markets around the world. Garment manufacturing has become the most important activity in the production process of the value chain of the fashion system sector. The phases that comprise this sector start from the procurement of raw materials, design, pattern making, scaling, tracing, cutting, assembly, finishing, ironing, processing, packaging and labeling until finally the distribution and sale of the finished product.

The development of this research is aimed at satisfying the need of plus-size women to dress well and feel comfortable. Therefore, it analyzes the generality of the apparel sector, the background of the jean pants, as well as opportunities and threats.

In the market study, through a survey of plus-size women, the tastes and preferences for the product were analyzed, identifying that there is demand and that each woman buys an average of 3 pairs of pants per year. The technical study presents the size, location, and engineering of the project. The administrative study describes the organizational structure. The investment of the project according to the financial study and economic analysis is \$ 478,008,387, the internal rate of return is 55.46% and the net present value is \$ 475,485,482. Therefore, the probable viability of the project is concluded according to the estimates of the product demand and the economic and social benefits of the interested parties.

* Degree Work

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Business Management. Director: Ana Carmenza Buitrago Sanabria. Master E-learning.

Introducción

El presente trabajo surge de una idea emprendedora con el deseo de consolidar una empresa dedicada a la producción y comercialización de pantalones jean para dama de talla grande residentes en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana bajo la modalidad de factibilidad. Durante el desarrollo de esta investigación, se abordaron varios aspectos que permitieron determinar la viabilidad del emprendimiento.

En el primer capítulo, se presentan las generalidades del sector de confecciones, luego en el segundo capítulo se describe el estudio de mercados, donde a través de fuentes primarias y secundarias se recolectan datos y se analiza la información, identificando necesidades, gustos y preferencias en las mujeres de talla grande y la adquisición del producto, la competencia y se define la demanda, la oferta y los precios del producto pantalón jean.

En el tercer capítulo, mediante el estudio técnico se determina la capacidad del proyecto y el desarrollo de las operaciones de producción, con el objetivo de reconocer y dar buen aprovechamiento de los recursos claves que optimicen las actividades funcionales.

En el siguiente capítulo con el estudio administrativo se define la estructura organizacional de la empresa, conformación del equipo de trabajo y asignación salarial, la razón de ser de la organización, visión, misión y los valores corporativos.

En el siguiente capítulo se realiza el ejercicio del estudio financiero, y con base en las cifras económicas actuales, se realizan las proyecciones de las inversiones, costos totales y gastos, estructura de capital, precio de venta, estados financieros hasta llegar a la evaluación financiera para determinar mediante la evaluación del proyecto su viabilidad.

1. Análisis general del sector

1.1 Descripción del sector confecciones

La necesidad de vestir hace parte de la existencia del ser humano. “En épocas pasadas la moda estaba dada hacia personas adineradas, pues eran ellas las que tenían recursos para pagar diseñadores personalizados para sus prendas de vestir” (Hotbook, 2020). Sin embargo, la moda en las prendas de vestir es una necesidad en especial para la mujer por su afán de verse bien y sentirse a gusto, mejorando su estado de ánimo dejando a un lado su nivel económico.

“La industria textil colombiana ha mantenido su crecimiento en los últimos años, permitiendo que las confecciones se destaquen de manera importante en los diferentes mercados del mundo” (Economía, 2019). Marcas nacionales de vestuario como CI Jeans de Medellín son reconocidas en Estados Unidos, Europa y América Latina (Portafolio, 2019).

Las ventas de pantalón jean tanto a nivel local como internacional son protagonistas para el sector textil, ya que, en el 2018 según Euromonitor Internacional e Inexmoda se comercializaron más de \$3,7 billones exclusivamente en prendas denim a nivel local, lo cual representa un crecimiento del 4% frente al 2017. De acuerdo con esta misma firma para el año 2023 los negocios de estos productos crecerían al menos 3% por cada año (Leal Adriana, Portafolio 2019).

El denim por su tejido es una de las fibras textiles con mayor aceptación dentro de la industria de la moda, convirtiéndose a lo largo del tiempo en un material de mayor elocuencia gracias a la durabilidad, versatilidad y capacidad de resistencia que tiene ante cualquier tipo de proceso o acondicionamiento requerido para su fabricación. La confección de jeans juega un papel importante en la industria de la moda ya que es un producto altamente demandado por la población femenina siendo la prenda ideal para vestir y combinar múltiples veces según la ocasión.

El limitado tallaje –de la ropa existente en el mercado para la población femenina en condición de obesidad o sobrepeso, la dificulta para satisfacer la necesidad de vestir. Marita Alonso menciona en su publicación el 4 de septiembre del 2020 en el periódico El País “La presión del tallaje único y los elevados precios de las marcas de tallas grandes son algunas de las causas por las que la industria de la moda tiene un claro problema de peso, la industria siempre alega que los gastos son superiores al exigir mayor cantidad de tela, modelos de talla extra, diferentes patrones y una mayor inversión”. Sin embargo, como señala Fiona Deffenbacher, directora del programa de diseño de la escuela Parsons a Retail Dive, “Si una marca tiene la infraestructura de una gran firma de moda, abrazar un mayor tallaje es una apuesta segura que garantiza que la inversión reportará beneficios a través de las ventas” (Alonso, 2020).

La apuesta por superar el tallaje estándar e implementar un tallaje grande en la industria de la moda, marcaría la trazabilidad de un mercado olvidado que avalaría la inversión del proyecto y reportaría beneficios satisfactorios. Para la ejecución es necesario activar mecanismos innovadores con el fin de descubrir nuevas fórmulas y técnicas que ayuden a identificar, reconocer y facilitar las funciones del proceso y así mismo ajustar diseños a patrones de morfología determinada, satisfaciendo la necesidad de un gran número de mujeres en dicha condición.

Según el portal Invierta en Colombia, la industria textil en el país se ha posicionado como el primer exportador de confecciones en tejido plano, siendo los jeans uno de los principales productos. “Esta industria representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas” (Invierta en Colombia, 2021).

Con el retorno a la presencialidad y la reactivación económica en el 2021, la industria de la moda colombiana presentó un crecimiento positivo, superando las expectativas ocasionadas por la desaceleración producto de la pandemia. Encuentros comerciales como las ferias de

Colombiatex y Colombiamoda 2021 impulsaron espacios de conexión entre actores del sistema moda donde se reflejó el buen comportamiento de productos colombianos en el mercado de Estados Unidos (Procolombia, 2021).

Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente ejecutivo de Inexmoda se mostró optimista con la siguiente declaración “El país tiene una inmensa oportunidad en materia de exportación. La pandemia hizo que los grandes compradores como Estados Unidos y México entendieran que es importante conseguir proveedores mucho más cercanos a sus centros de distribución, y ahí tenemos oportunidad. Hay que seguir profundizando, ya que tenemos calidad para lograr este objetivo” (Textiles Panamericanos, 2022).

El conocimiento se viste de moda, fue el nombre con el que se llevó a cabo el encuentro empresarial realizado los días 26 y 27 de octubre del 2022 en el club del comercio de Bucaramanga, reuniendo a expertos nacionales e internacionales con el fin de ofrecer fortalecimiento en tendencias, desafíos de innovación, sostenibilidad, técnicas y actualizaciones para la industria textil brindando un espacio de relacionamiento entre diseñadores, expertos consultores, empresarios y emprendedores de la moda. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022).

Bucaramanga es capital sostenible y se consolida como una región competitiva y representativa del sector textil. Carlos Botero, presidente de Inexmoda puntualiza que Santander es fuerte en el denim y en ropa infantil y tendrá una presencia amplia en la feria Colombiatex de las Américas versión 34. “Es una industria que ha sabido moverse y generar nuevas oportunidades de mercado, tras el cierre de la frontera con Venezuela y luego la pandemia. Tiene una capacidad de reinención para importar y exportar” (Vanguardia, 2022).

“Según las cifras de Procolombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre enero y noviembre de 2022 el sector registró exportaciones por valor de US\$962,6 millones

aumentando el 6,5% con respecto al mismo periodo del año anterior, siendo Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Costa Rica, Chile, Guatemala, Brasil, Panamá y Venezuela los principales compradores” (Procolombia, 2023). De igual forma, la fortaleza del mercado local robustece a la industria, pues el gasto acumulado en moda en el país alcanzó los US\$1.479 millones a corte de marzo, creciendo un 7,2% (Procolombia, 2023).

1.2 Evolución del Sector

La industria de la moda en Colombia ha sido trascendental y por más de un siglo ha demostrado su fuerza empresarial al contar con una numerosa red de aliados tanto de parte pública como privada que conforman el sector, ofreciendo diversidad e innovación en productos reconocidos a nivel nacional e internacional por su alta calidad de manufactura, textiles y demás insumos involucrados en la confección.

Las primeras empresas textiles en Colombia se formaron en 1907, “Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer)”. “Luego para las décadas de 1950 y 1970 nacieron nuevas empresas de textil y confecciones y con ellas la consolidación de un sector más productivo y competente, por lo que la premisa era invertir en infraestructura y tecnología con equipos y maquinaria que se adaptaran a los procesos requeridos para cubrir la demanda” (Sectorial, 2022). “En 1987 se crea Inexmoda, una institución privada sin ánimo de lucro que conecta a los actores del Sistema Moda para transformar y fortalecer la industria, promoviendo su crecimiento y desarrollo” (Sibelys y Leidy, 2018). “Para 1989 nacen Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, convirtiéndose en las principales ferias de la

región y siendo la plataforma para el desarrollo de negocios e intercambio comercial de compañías del sector” (Sectorial, 2022).

Con esto surgió el posicionamiento de marcas e instituciones educativas que profesionalizaron el sector con la creación de programas académicos relacionados con el diseño y la moda. “Desde la década de 1990 hasta la actualidad, la historia de la industria ha estado marcada por la búsqueda de la competitividad, diversificación de mercados y la creación de un sector de clase mundial fortaleciéndose a nivel local a través de clúster y alianzas estratégicas que permiten el uso y aprovechamiento de los recursos internos para incursionar nuevos mercados” (Sectorial, 2022).

Organismos públicos y privados como la cámara sectorial de la ANDI, Inexmoda, Procolombia, SENA, UIS Emprende, entre otros, brindan apoyo y asesoría con programas de desarrollo en la producción y fortalecimiento de las micro, Pyme, pequeñas, medianas y grandes empresas. “Entre enero y marzo de 2022 el sector creció un 25.9%, alcanzando una participación del 8,4% en el PIB industrial y del 1,7% en el PIB nacional, lo cual refleja la gran capacidad de recuperación que obtuvo la industria de la moda en Colombia” (EInforma, 2022).

“La apertura de la frontera con Venezuela reactivó el comercio entre ambos países, siendo el calzado y las prendas de vestir los segmentos más beneficiados alcanzando que el tamaño de mercado de la moda en Colombia para octubre 2022 fuera de 2,53 billones de pesos, aumentando un 13,6% respecto al mismo mes del año anterior” (Inexmoda, 2023).

Por todo lo anterior, Colombia posee talento, y sigue liderando la industria textil y de confección en Latinoamérica, siendo un país de economía a escala con mercado local atractivo para el desarrollo de la industria de la moda y cuenta con grandes oportunidades regionales al disponer de la capacidad para producir una amplia selección de productos como lo es el pantalón

jean, que sin lugar a duda es una prenda universal, común y ligeramente importante en la sociedad, atravesando barreras culturales y de género con las que ha adquirido fuerza en las mujeres debido a la versatilidad con que se puede hacer uso de la prenda.

Por tal razón, y teniendo en cuenta que las confecciones contribuyen al desarrollo económico de la región, generan empleo y competitividad, cuentan con reconocimiento en el exterior por la calidad, variedad e innovación de sus productos, y el aumento de la población objeto de estudio, se pretende identificar en esta investigación las necesidades que presentan las mujeres que por su contextura grande se les dificulta encontrar prendas de vestir en especial el jean, analizando la morfología de esta población a través de la realización de la encuesta en el estudio de mercados, donde se escucha e interactúa directamente con la población objeto de estudio, permitiendo la definición de patrones básicos y el comportamiento de cada uno en diferentes tipos de tela.

“Entre las estrategias del país para la promoción del sector se encuentran el desarrollo de eventos como Colombiatex, una vitrina para que los empresarios nacionales puedan darse a conocer con compradores internacionales la cual, en su versión 2023 y según información de Procolombia, reunió a 324 empresas provenientes de 21 países, de los cuales 13 cuentan hoy en día con acuerdos comerciales vigentes con Colombia” (Procolombia, 2023)

1.3 Tendencias del Sector

Colombia sigue posicionándose como un referente de competitividad y líder regional en la industria de la moda por su calidad, mano de obra, diseños exclusivos, la capacidad para producir un amplio portafolio de productos y su tenacidad para superar adversidades y conquistar nuevos mercados. El buen uso de las tecnologías ha proporcionado un gran avance a la industria textil en

la transformación de fibras naturales como el algodón, el lino o la lana, incorporando tejidos sintéticos como el poliéster, la poliamida, entre otras, simplificando tareas de transporte de materiales y facilitando el estudio de diseño en los tejidos.

De acuerdo con Flavia Santoro, presidenta de ProColombia, los retos para el sector textil están del lado de la diversificación de mercados, “Es aquí donde juega un papel fundamental el hecho de hacer uso de los acuerdos comerciales que nos dan acceso a más de 1.500 millones de consumidores, en más de 60 países” agrega, “El objetivo de ProColombia es que los empresarios utilicen las herramientas como Comex para aumentar las exportaciones del Sistema Moda” (Portafolio, 2019). Para aumentar el número de exportaciones de confecciones es necesario el posicionamiento de marcas y nuevos canales de comercialización como el e-commerce, empleando herramientas que optimicen los procesos productivos, reduciendo costos y aumentando las ventas con valor agregado donde prevalezca la diversidad y calidad de los productos.

Inexmoda abordó dos grandes temas en su edición número 34 de Colombiatex de las Américas donde la sostenibilidad y los nuevos avances tecnológicos influyen el sector. “Es así como las nuevas propuestas incluyeron la realidad virtual (con el metaverso), nuevas maquinarias y softwares eficientes que permiten producir prendas, imprimir o estampar, ya sea sobre telas o sobre productos terminados como es el caso del clásico blue jean, reduciendo el impacto ambiental y la sobreproducción de prendas” (Lorduy Johana, Portafolio, 2022).

Por otra parte, la empresa española Jeanología ha propuesto un modelo de negocio para alcanzar una producción bajo demanda, que busca transformar la industria textil a partir de incluir tecnologías disruptivas como es el caso del láser y de un software de diseño y de medición de impacto ambiental en la fabricación de jeans” (Portafolio, 2022).

En Colombia, los nuevos desarrollos en la industria de la moda están orientados a realizar procesos más sostenibles en la cadena de valor conectados con los objetivos de desarrollo sostenido. Leonor Hoyos, directora de Conexiones y Ferias de Inexmoda lo ratifica en su entrevista a Textiles Panamericanos durante el evento empresarial Colombiamoda y Colombiatex 2022 “Es por esto que las inversiones más grandes de las compañías colombianas están enfocadas en energía accesible y no contaminante, agua limpia, saneamiento y producción, y consumo responsable. También hay una gran preocupación desde la sostenibilidad social donde la reducción de desigualdades, el trabajo decente, la erradicación de la pobreza, la preservación del patrimonio y la diversidad cultural, son los objetivos que más se están desarrollando” (Hoyos, 2022).

“Entre los principales desafíos que enfrenta el sector textil y de confección a nivel global se encuentran la necesidad de adoptar prácticas de economía circular implementando materias primas sostenibles a ciclos de producción que permitan mitigar el impacto que tiene la operación textil sobre el medio ambiente” (Procolombia, 2023). “En Colombia el año 2023 estará marcado por la tendencia de los años 2000, tanto en prendas femeninas como masculinas, con telas de terciopelo y mucho denim” (Inexmoda, 2023).

1.4 Identificación de Oportunidades y Amenazas

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario consultar el comportamiento de factores político y legal, económico, social y tecnológico, los cuales destacan oportunidades y amenazas que impactan positiva o negativamente el sector. Para la producción de pantalones jean para dama de tallaje grande se destacan las siguientes oportunidades:

- ✓ El pantalón jean es una prenda de gran acogida para la población en general, gracias a sus características de tejido resistente, estilos, combinaciones, usos y versatilidad que proporcionan facilidad y gusto al vestir.
- ✓ Satisfacer la demanda de un mercado olvidado representado por las mujeres de talla grande en Bucaramanga y su área metropolitana (Procolombia, 2020).
- ✓ Geografía regional, Bucaramanga y su área metropolitana cuentan con vías de fácil acceso y comunicación entre localidades vecinas para la adquisición de materias primas y la distribución del producto terminado.
- ✓ Incremento en la población femenina con sobrepeso y en estado obesidad, lo cual representa la adquisición de nuevos clientes (El Tiempo, 2022).
- ✓ Convenios con proveedores nacionales con amplio portafolio de materias primas e insumos de la más alta calidad.
- ✓ Características intrínsecas del producto, las cuales suplen las necesidades de los clientes.

Para la producción de pantalones jean para dama de talla grande se destacan las siguientes amenazas:

- ✓ Sobrecosto en materias primas e insumos para la producción nacional de pantalones jean.
- ✓ Contrabando de materiales y productos afecta las ventas nacionales e internacionales.
- ✓ Problemas de orden público y seguridad ciudadana como protestas, manifestaciones, vandalismo, terrorismo, entre otros.

- ✓ Falta de recursos tecnológicos y maquinaria retrasaría algunos procesos de fabricación, afectando la producción en masa frente a grandes competidores.
- ✓ Sobreproducción en los talleres de ensamble, lo cual afectaría los tiempos de entrega.
- ✓ Escasez en mano de obra o de conocimiento por parte del recurso humano.

1.5 Marco Legal

A continuación, se relacionan las normas legales vigentes en Colombia para el sector textil y de confección para empresas productoras y/o comercializadoras.

Ley 152 de 1994. Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo. La Ley Orgánica del Plan de Desarrollo se aplicará a la Nación, las entidades territoriales y los organismos públicos de todo orden (Congreso de Colombia, 1994).

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Busca promover el espíritu emprendedor en todas las entidades educativas del país, fundamentando los valores y principios establecidos en la Constitución Política de Colombia (Congreso de la República de Colombia, 2006).

Ley 1258 de 2008. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Esta Ley refiere sobre la constitución, naturaleza, organización, reglas y especificaciones de la sociedad (Congreso de Colombia, 2008).

Resolución 1950 de 2009. Por la cual se expide el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones. Modificado por la Resolución 2250 de 2013, 3023 de 2015 y 1373 de 2018. Aplicable a productos tanto de fabricación nacional como importados, para su importación y comercialización en Colombia. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018).

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo. Establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo económico del país (Congreso de Colombia, 2010).

Ley 1780 de 2016. Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones. Tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial. para este grupo poblacional en Colombia. (Congreso de Colombia, 2016).

Decreto 1351 del 22 de agosto de 2016 “Por el cual se adiciona un capítulo al Libro 2, Parte 2, Título 3, del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones”. Procedimiento para la elaboración de listas de materiales e insumos de escaso abasto para el sector textil y confecciones en Colombia. (Dian, 2016).

Resolución 0312 de 2019. Por la cual se definen los estándares mínimos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Estándares Mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez o menos trabajadores. (Ministerio de Trabajo, 2019).

Decreto 1742 de 2020. Por el cual se modifica la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Actuando como autoridad doctrinaria y estadística en materia tributaria, aduanera y de control de cambios, en relación con los asuntos de su competencia. (presidente de la República de Colombia, 2020)

Impuesto de Industria y Comercio. El Impuesto de Industria y Comercio se genera a los contribuyentes de este gravamen que realizan actividades industriales, comerciales o de servicios desarrollados de modo permanente u ocasional. (Alcaldía de Bucaramanga, 2020)

1.6 Contexto Geográfico

Bucaramanga, capital del departamento de Santander situada al noroeste del país, “limita al norte con el municipio de Rionegro, por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón, se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7 08’ de latitud”. (Área metropolitana de Bucaramanga, s.f.)

Está rodeada por la Cordillera Oriental de los Andes y es conocida por sus numerosos parques, incluido el Parque del Agua, con cascadas y fuentes, y el Parque García Rovira bordeado de palmeras. En el centro de la ciudad está la altísima Catedral de la Sagrada Familia y la Capilla de los Dolores, una importante capilla enalada de siglos de antigüedad. (Alcaldía de Bucaramanga, 2021)

“El área metropolitana conformada por Bucaramanga, Girón, Floridablanca y Piedecuesta está ubicada sobre el Valle del Río de Oro, donde se relacionan dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle”. (Colombiamanía, 2017)

Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios, donde se encuentra la comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, actividades que se desarrollan en zonas fronterizas a este municipio y en el departamento del Cesar, pero su mercadeo y administración se realiza en Bucaramanga. La confección, así como la prestación de servicios

de salud, finanzas y educación, han perfilado la ciudad como la Tecnópolis de Los Andes en el siglo XXI, permitiendo el aumento de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos y herramientas de desarrollo, entre otros. (AMB, s.f.)

El proyecto se desarrolla en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, que, de acuerdo con la División Urbana en Comunas, el suelo urbano se divide en 17 comunas, haciendo parte: barrios, asentamientos, urbanizaciones y otros sectores con población flotante. (Alcaldía de Bucaramanga, 2021)

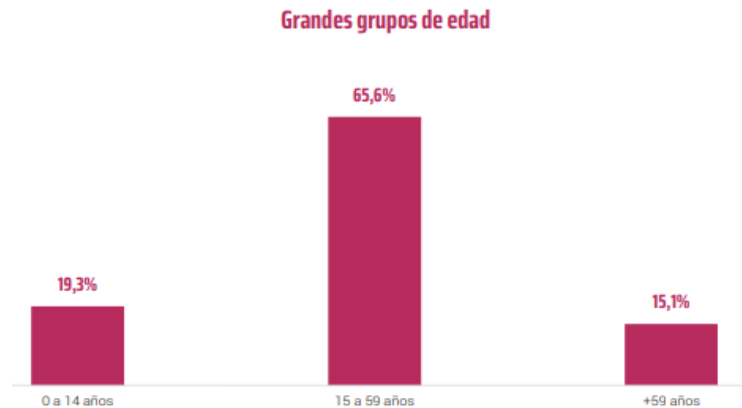
Figura 1

Mapa de Bucaramanga y su área metropolitana



Nota. Tomado de Google en la página del amb: <https://www.amb.gov.co/mapas>

De acuerdo con los datos suministrados por el DANE en el censo de población y vivienda 2018, en Bucaramanga el rango de edad con mayor población es de 15 a 59 años, representando el 65,6% de la población, tal como se muestra en la figura 2.

Figura 2*Población de Bucaramanga por rango de edad*

Nota. Tomado del DANE: <https://www.dane.gov.co/files/varios/informacion-capital-DANE-2019.pdf>

De acuerdo con la encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET) actualizada a junio de 2021, Santander fue la cuarta economía con mayor crecimiento de su dinámica industrial, convirtiéndose en una de las zonas más productivas de la región. “Con respecto al comportamiento de las principales ciudades y áreas metropolitanas del país, se observa que, en junio de 2021 la industria manufacturera del área metropolitana de Bucaramanga (AMB) fue la más dinámica, si se le compara con el mismo periodo del año inmediatamente anterior. La industria del AMB tuvo una variación positiva de 33,3%, cifra superior a reportada por Bogotá y por las áreas metropolitanas de Cali, Barranquilla y el Valle de Aburrá” (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2021).

El municipio de Bucaramanga dispone de una administración sostenible; por lo que la creación de alianzas estratégicas, implementación de buenas técnicas y prácticas en diversos procesos operativos, administrativos y de ventas, favorecen la producción con el aprovechamiento de tecnologías y la optimización de recursos, mejorando la calidad de vida de las empresas y fortaleciendo la economía regional y nacional.

2. Estudio de mercado

2.1 Descripción del producto

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto

Grandes Modas será una empresa productora y comercializadora de pantalones jean para dama de talla grande que visten entre la talla 14 hasta la 24 (ver figura 3) en el rango de edad 18 a 64 años, residentes en Bucaramanga y su área metropolitana; ofreciendo variedad de productos con diseños exclusivos, elaborados con las mejores materias primas nacionales de la región.

Los pantalones jeans, 100% colombianos, serán reconocidos e identificados por sus finas costuras y variados diseños ideales para vestir y lucir con elegancia y sensualidad, de fácil combinación en otras prendas como blusas, camisas, camisetitas, chaquetas, resaltando la belleza femenina; haciendo sentir seguridad y comodidad a las mujeres que hagan uso del producto.

Los pantalones por producir contarán con diseños de tiro alto, botas y pretinas de diversos estilos, con el fin de ajustar mejor la horma al cuerpo y con apliques decorativos según las tendencias de la moda. Su principal material es la tela jean, y como otros insumos están los botones, taches y cierres.

Otro elemento diferenciador de los pantalones jean es que se ofertan con dos tipos de pretinas, la pretina Narrow que está diseñada para mujeres con menor cuantía de cintura y la pretina Wide especial para las mujeres con mayor volumen de cintura, conservando el resto de las medidas equivalentes a cada talla. De esta manera se da a las mujeres de talla grande la posibilidad de elegir el producto que más se ajuste a su anatomía.

Figura 3

Pantalón jean de dama talla 16



La figura 3 muestra un prototipo de pantalón jean talla 16 bota skinny, tiro alto y con pretina alta anatómica, bolsillos en espalda decorados a mano.

La presentación física del producto es de gran importancia, puesto que la imagen revela la identidad y confiabilidad de este. Es por eso, que se diseñaron dos tipos de bolsas en papel de alta resistencia, que además de utilizarse como medio de empaque y de transporte para los pantalones, hacen parte de la imagen de Grandes Modas y son utilizadas como medio de publicidad para exhibir el logo de la empresa, conservando la responsabilidad social por el cuidado del medio ambiente.

El tamaño de las bolsas de papel Boutique con que se empacarán los pantalones son:

- ✓ Bolsa Boutique # 1, elaborada en Earth Pact Bagazo de caña de alta resistencia, con especificaciones técnicas de 24cms de ancho, 11cms de fuelle y 32cms de largo y manija entorchada, ideal para las mujeres que compren un solo pantalón.

Ver figura 4.

- ✓ Bolsa Boutique # 2, elaborada en Earth Pact Bagazo de caña de alta resistencia, de especificaciones técnicas de 43cms de ancho, 16,5cms de fuelle y 51cms de largo con manija plana de ángulo recto, ideal para las mujeres que compren más de un pantalón. Ver figura 4.

Figura 4

Empaque del producto



2.1.2 Atributos diferenciadores

Teniendo en cuenta que el pantalón jean es una prenda fundamental que se ha ido adaptando a diferentes tendencias de acuerdo con la moda y preferencias de los consumidores, y que es un producto de fácil consumo, se pretende no solo buscar aceptación del mercado, sino lograr atender y satisfacer las necesidades de un mercado olvidado, aprovechando las oportunidades que este tipo de prenda brinda.

- ✓ Pantalones en tallas grandes para el mercado de mujeres en Bucaramanga y su área metropolitana a través de un producto de alta calidad, elaborado con las mejores materias primas y por manos colombianas.

- ✓ Amplia gama en diseños de pantalones jean para que las mujeres puedan elegir según su gusto y conveniencia y fabricados en dos tipos de pretina: la pretina Narrow diseñada para mujeres con menor cuantía de cintura y la pretina Wide especial para las mujeres con mayor volumen de cintura.
- ✓ Pantalones elaborados en tela jean de diversos gramajes, y con mezclas entre algodón, poliéster y lycra, así como, en diversidad de colores.
- ✓ Convenios con proveedores nacionales de materias primas e insumos.
- ✓ El producto contiene elementos funcionales de textura, tamaño, color, forma y uso conocidos como atributos intrínsecos.
- ✓ El producto jean para dama elaborado por la compañía Grandes Modas tiene atributos extrínsecos en los cuales se maneja la promoción y el precio del mismo, el conocer los beneficios de un producto que cuida y moldea el cuerpo cumpliendo la característica principal de ver y sentir gusto.
- ✓ Empaque reutilizable y amigable con el medio ambiente.

2.2 Segmento de mercado

El producto pantalón jean elaborado por Grandes Modas está dirigido a mujeres de talla grande en edad de 18 a 64 años, pertenecientes a cualquier nivel o estrato socioeconómico en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana.

Según la Encuesta Nacional de Salud Nutricional del 2015, en Colombia el 56,4% de la población situada en el rango de 18 a 64 años prevalece de exceso de peso, encontrando que el 59,6% corresponde a mujeres y el 39,3% restante son hombres, lo que significa una cifra alta para la identificación del mercado objetivo (ICBF, 2015).

De acuerdo con las proyecciones de población municipal por área, sexo y edad, tomadas con base en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV- 2018 estipuladas por el DANE para el año 2022, la cantidad total de mujeres entre el rango de 18 a 64 años ubicadas en Bucaramanga y su área metropolitana, es de 420.351 mujeres. Ver figura 5. Aplicando el porcentaje anterior 59,6% a esta cifra se obtiene que 250.529 equivalen a las mujeres que hacen parte del mercado objetivo.

Figura 5

Proyecciones de población



PROYECCIONES DE POBLACIÓN MUNICIPAL POR ÁREA, SEXO Y EDAD.						
PROYECCIONES DE POBLACIÓN A NIVEL MUNICIPAL. PERIODO 2022						
RANGO 18 A 64 AÑOS						
DP	DPNOM	DPMP	MPIO	AÑO	ÁREA GEOGRÁFICA	TOTAL MUJERES
68	Santander	68001	Bucaramanga	2022	Cabecera Municipal	209.364
68	Santander	68276	Floridablanca	2022	Cabecera Municipal	104.899
68	Santander	68307	Girón	2022	Cabecera Municipal	52.972
68	Santander	68547	Piedecuesta	2022	Cabecera Municipal	53.116
TOTAL POBLACIÓN						420,351

Nota. Datos tomados de la página del DANE en: <https://www.dane.gov.co/>

2.3 Estudio de la demanda

2.3.1 Necesidades de información

Con la presente investigación se requiere indagar sobre:

- ✓ Cantidad promedio de pantalones jeans en talla grande que adquieren las mujeres de Bucaramanga y su área metropolitana.
- ✓ Frecuencia de compra de pantalones jean por la población objetivo.
- ✓ Empresas que producen pantalones jeans en talla grande en Bucaramanga y su área metropolitana.

- ✓ Nivel de aceptación del pantalón jean talla grande en Bucaramanga y su área metropolitana.
- ✓ Identificar los precios de los competidores presentes en el mercado.
- ✓ Determinar los canales de distribución utilizados para la comercialización del producto para elegir el más conveniente.
- ✓ Dónde acostumbra a comprar el cliente los productos jeans.
- ✓ Medios de publicidad y promoción que usa la población objetivo para enterarse de la existencia de productos como el que aquí se propone.
- ✓ Identificar los factores determinantes en la decisión de compra del jean como talla, color, estilo, presentación, textura, marca.

2.3.2 Tipo de estudio

En el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pantalones jean para dama de talla grande en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, se realizará una investigación de tipo exploratorio y descriptivo, ya que indaga y analiza todo lo referente a las necesidades del mercado objetivo tomando como base los datos suministrados través de diversas fuentes confiables primarias y secundarias.

El método de investigación empleado para el desarrollo del proyecto es deductivo; mediante fuentes primarias y secundarias se agrupa la información como la observación y análisis de las características presentes en la población objeto de estudio, cantidad de mujeres con sobrepeso y obesidad residentes en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, captando con mayor precisión las necesidades del mercado objetivo, para luego y a través de la encuesta determinar estrategias de marketing con el fin de analizar las diferentes variables para

determinar comportamientos, gustos, preferencias y la aceptación que tiene el producto a los posibles clientes potenciales.

2.3.3 Enfoque

Esta investigación parte de un estudio de mercado con un enfoque mixto con el cual se pretende determinar los factores que influyen al momento de la adquisición del producto pantalón jean, y por medio de una encuesta se identifican conceptos claves como tallas, gustos y preferencias del cliente al optar por la compra del producto.

2.3.4 Fuentes de información

Para determinar la viabilidad de crear una empresa productora de pantalones jean para dama de tallaje grande, se tomaron fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: se recolectará la información deseada al mercado objetivo, a través de las encuestas realizadas de manera directa a las mujeres de talla grande en edades de 18 a 64 años ubicadas en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana.

Fuentes secundarias: se analiza el mercado objetivo con la información obtenida de libros, revistas, páginas o sitios web como el DANE, la Cámara de comercio, Procolombia, Inexmoda, DIAN, la biblioteca de la UIS y demás empresas proveedoras y comercializadoras de materias primas y productos terminados de jeans a nivel nacional, con el fin de precisar la información más relevante para el desarrollo del proyecto.

2.3.5 Técnicas de investigación

Encuesta

2.3.6 Instrumento para la recolección de información

Cuestionario estructurado en 4 etapas, la primera a nivel general sobre el producto pantalón jean, la segunda indaga la fuerza de demanda del mercado objetivo en relación a identificar la

necesidad de los clientes (conocer el tallaje de mayor demanda), la tercera resalta aspectos importantes de un jean y la cuarta conocer la percepción y la capacidad de compra del cliente por un jean, finalmente se cierra la encuesta con una pregunta concreta que responde que si en el caso de que existiera este producto en el mercado el cliente lo compraría.

2.3.7 Modo de aplicación

Internet, remitiendo por correo electrónico y WhatsApp el link del formulario Google.

2.3.8 Cálculo de la muestra

Para el desarrollo de esta investigación se determinó realizar un muestreo probabilístico aleatorio simple con los siguientes parámetros:

- ✓ Género: Mujeres de todos los niveles y estratos socioeconómicos
- ✓ Edad: Rango de 18 a 64 años
- ✓ Lugar: Bucaramanga y Área Metropolitana

Ecuación 1. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Donde,

N= Población objetivo 250.529 mujeres con sobrepeso entre los 18 y 64 años residentes en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Z= Nivel de confianza del 95% que corresponde al 1,96

E= Error estimado 8% = 0,08

p= Probabilidad éxito, 50% = 0,5

q= Probabilidad no éxito, 50% = 0,5

n= Número de la muestra

$$n = \frac{250.529 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,08)^2 * (250.529 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 149,97 \text{ aproximado } 150$$

Se determina la aplicación de la encuesta a 150 mujeres en condición de obesidad o con sobrepeso residentes en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana pertenecientes al mercado objetivo del estudio.

2.3.9 Alcance

Bucaramanga y su área metropolitana.

2.3.10 Tiempo de aplicación

El tiempo de aplicación de la encuesta es de 40 días, comprendidos entre el domingo 24 de abril del 2022 y el sábado 4 de junio del 2022.

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados

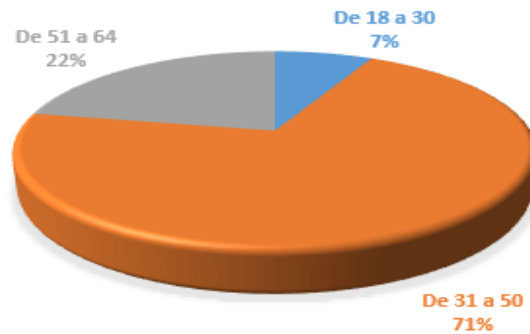
Los resultados obtenidos de la encuesta se presentan en tablas y gráficos tabulados en Excel para optimizar el análisis de la información y comprensión de la misma.

Pregunta N°1 ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 1

Rango de edad

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 30	11	7%
De 31 a 50	106	71%
De 51 a 64	33	22%
Total	150	100%

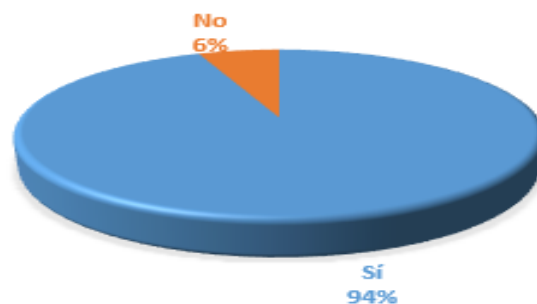
Figura 6*Gráfico rango de edad*

Con el gráfico anterior se verifica que las mujeres encuestadas se encuentran en el rango de edad establecido para el estudio.

Pregunta N°2. ¿Compra usted pantalón jean talla grande para dama? Si la respuesta fue no, de por terminada la encuesta.

Tabla 2*Adquisición del producto*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	141	94%
No	9	6%
Total	150	100%

Figura 7*Adquisición del producto*

Se obtuvo que el 94% de las mujeres que conforman el mercado objetivo, adquieren el producto pantalón jean para dama, lo que indica que es una prenda con alta demanda.

Pregunta N°3. ¿Con qué frecuencia compra el producto pantalón jean?

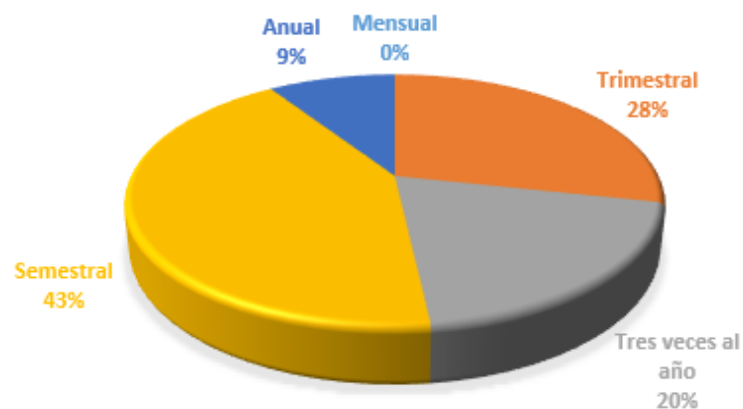
Tabla 3

Frecuencia de compra

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	P. Ponderado	F. anual
Mensual	0	0%	0	0
Trimestral	40	28%	4*28%	1,13
Tres veces al año	28	20%	3*20%	0,60
Semestral	60	43%	2*43%	0,85
Anual	13	9%	1*9%	0,09
Total	141	100%		2,67 veces

Figura 8

Gráfico de la frecuencia de compra



Con base en estos resultados obtenidos se realizará la estimación de la demanda actual, donde se tiene que en promedio las mujeres compran 2,67 veces al año, siendo de mayor frecuencia la semestral con un 43% equivalente a 60 mujeres, seguida de la frecuencia trimestral con un 28%

representado en 40 mujeres, luego tres veces al año con un 20% y finalmente el 9% de las mujeres compran al año.

Pregunta N°4. ¿Qué cantidad de pantalones jean compra en cada ocasión?

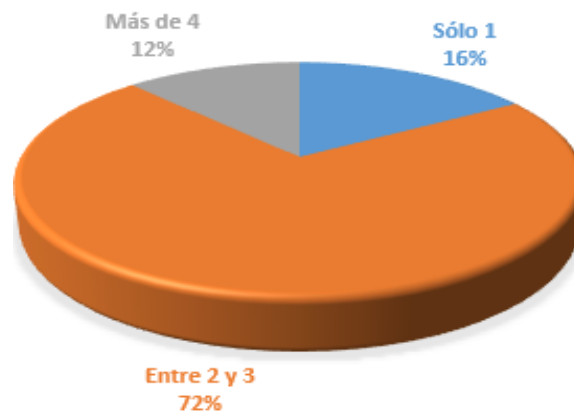
Tabla 4

Cantidad de compra de productos

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	P. Ponderado	F. anual
Sólo 1	23	16%	1*16%	0,16
Entre 2 y 3	101	72%	2.5*72%	1,79
Más de 4	17	12%	4.5*12%	0,54
Total	141	100%		2,50

Figura 9

Cantidad de compra de productos



Del gráfico anterior se identifica que el 72% de las encuestadas compran entre 2 y 3 pantalones jean al año, el 16% compran un solo pantalón jean al año y el 12% compran más de 4 pantalones. Con este resultado se puede determinar que la cantidad anual de compra del producto es de 2,5 pantalones jean, lo cual representa la cantidad de adquisición de productos por cada mujer del mercado objetivo.

Pregunta N°5. ¿Qué tipo y/o estilo de pantalón jean compra?

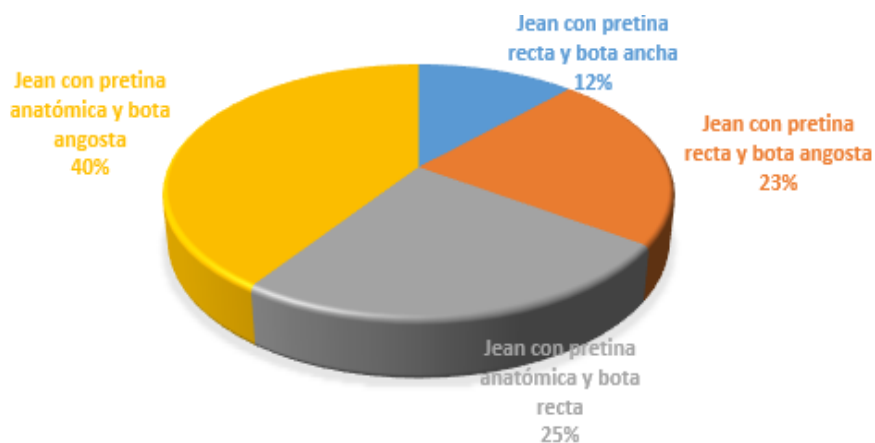
Tabla 5

Preferencias del pantalón al momento de compra

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Jean con pretina recta y bota ancha	17	12%
Jean con pretina recta y bota angosta	32	23%
Jean con pretina anatómica y bota recta	35	25%
Jean con pretina anatómica y bota angosta	57	40%
Total	141	100%

Figura 10

Preferencias del pantalón al momento de compra



Este gráfico determina la importancia del diseño al momento de la compra, donde el 65% de las mujeres prefieren jean con pretina anatómica, es decir pretina alta y ancha, esto con el fin de obtener una mejor horma, el 35% restante prefieren el pantalón con la pretina recta. También se identificó que el 63% de las encuestadas prefieren el pantalón jean con bota angosta y el 37% lo prefieren con bota recta, permitiendo identificar gustos en las mujeres del mercado objetivo.

Pregunta N°6. ¿Cuál es el rango de precio con el cual realiza la compra de los pantalones jean?

Tabla 6

Rango de precios

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Promedio
De \$80.000 a \$95.000	86	61%	87.500	53.369
De \$95.001 a \$110.000	41	29%	102.501	29.805
De \$110.001 a \$125.000	9	6%	117.501	7.500
Mas de \$125.001	5	4%	62.501	2.216
Total	141	100%		92.890

Figura 11

Rango de precios

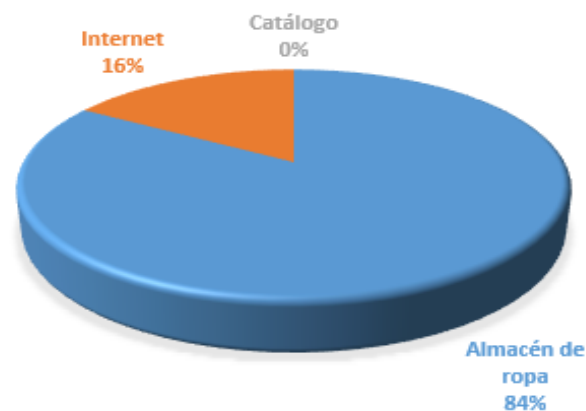


Con lo anterior se determina que el precio promedio con el que se puede competir en el mercado oscila en los \$ 92.890 pesos; esto es importante de analizar para determinar el precio con el que se evalúa si es viable y si puede competir en el mercado.

Pregunta N°7. ¿Dónde prefiere realizar la compra de sus pantalones jean?

Tabla 7*Preferencia para realizar la compra*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Almacén de ropa	118	84%
Internet	23	16%
Catálogo	0	0%
Total	141	100%

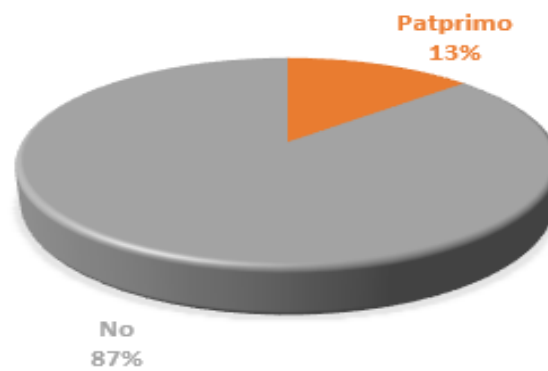
Figura 12*Gráfico que representa la preferencia en el sitio de compra*

El gráfico permite determinar que el 84% de las mujeres encuestadas prefieren comprar sus pantalones jean en almacén de ropa, ya que les permite medirse la prenda antes de adquirirla, y el 16% prefieren internet, lo que significa que se requieren estrategias de marketing digital para conquistar mercados online con clientes potenciales.

Pregunta N°8. ¿Conoce alguna empresa productora de pantalones jeans talla grande en Bucaramanga?

Tabla 8*Competencia local*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si, ¿Cuál?		
Patprimo	19	13%
No	122	87%
Total	141	100%

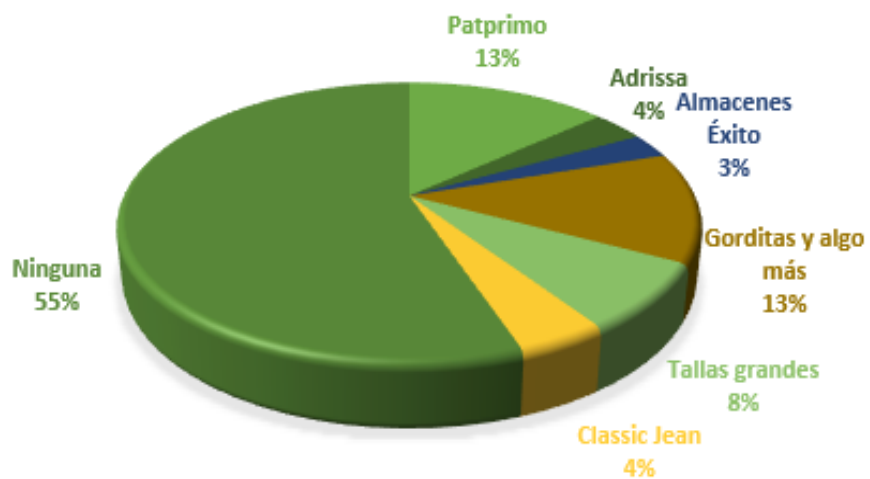
Figura 13*Competencia local*

Con lo anterior se determina que el 87% de las mujeres del mercado objetivo no conocen empresas productoras de jean para dama de talla grande en Bucaramanga.

Pregunta N°9. ¿Qué marcas de pantalones jean talla grande acostumbra a comprar?

Tabla 9*Preferencia de marca*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Patprimo	19	13%
Adrissa	5	4%
Almacenes Éxito	4	3%
Gorditas y algo más	18	13%
Tallas grandes	11	8%
Classic Jean	6	4%
Ninguna	78	55%
Total	141	100%

Figura 14*Preferencia de marca*

Con esto se determina que el 55% de las mujeres del mercado objetivo no tienen preferencia de marca y el otro 45% tienen diversidad de marcas al momento de comprar el jean.

Pregunta N°10. ¿Qué inconvenientes ha encontrado en la compra de pantalones jeans para dama?

Tabla 10

Inconvenientes de compra

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Escasez de tallas	75	53%
Escasez de diseños	34	24%
Mala calidad	12	9%
Precios altos	20	14%
Otra, ¿Cuál?		
Total	141	100%

Figura 15

Inconvenientes de compra



De acuerdo con la gráfica se determina que el 53% de las encuestadas equivalente a 75 mujeres presentan inconveniente en la talla al momento de la compra, lo que indica que hay una alta demanda inconforme en la adquisición del producto pantalón jean en talla grande.

Pregunta N°11. ¿Qué medio de pago prefiere usar para comprar sus pantalones jean?

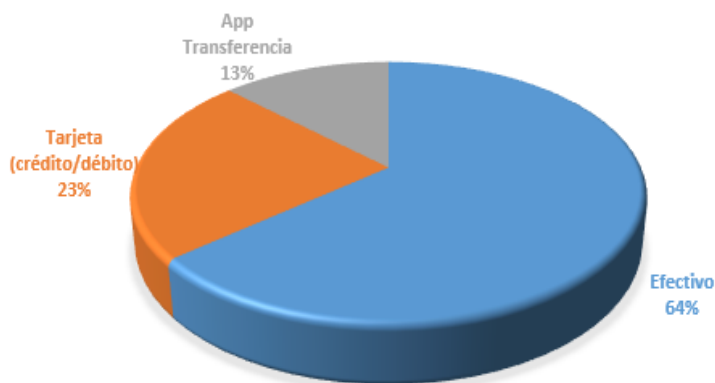
Tabla 11

Preferencia de pago

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	90	64%
Tarjeta (crédito/débito)	33	23%
App Transferencia	18	13%
Total	141	100%

Figura 16

Preferencia de pago

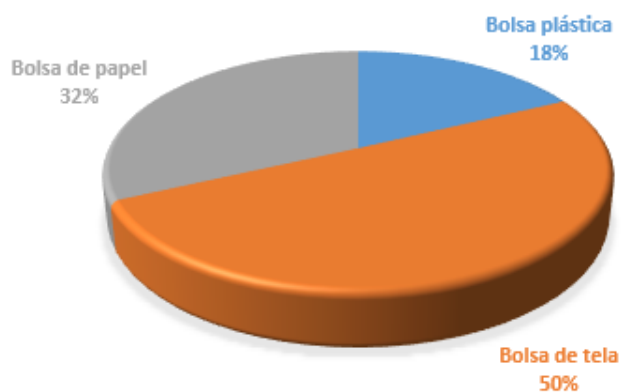


Efectivo es el medio de pago con mayor votación por las mujeres encuestadas con un 64%, lo cual representa un flujo de caja positivo para la empresa, seguido está el pago con la tarjeta de crédito/débito representando el 23%, y con la transferencia el 13%, determinando que es indispensable el manejo de plataformas digitales como Nequi, Daviplata, PayPal, con el fin de facilitar el medio de pago.

Pregunta N°12. ¿Qué tipo de empaque prefiere como presentación para comprar el producto?

Tabla 12*Empaque del producto*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bolsa plástica	25	18%
Bolsa de tela	71	50%
Bolsa de papel	45	32%
Total	141	100%

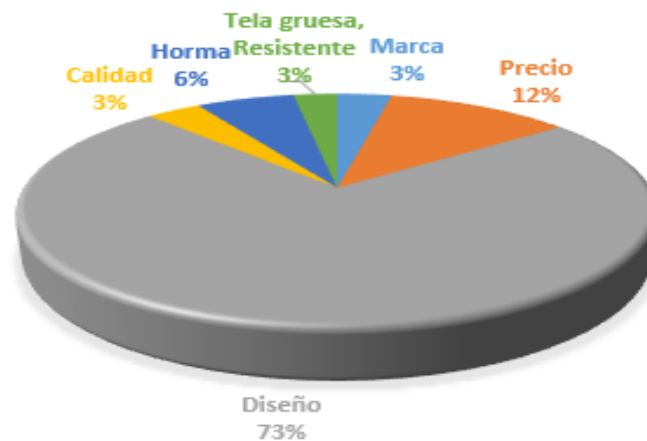
Figura 17*Empaque del producto*

El 50% de las mujeres encuestadas prefieren que el empaque de sus productos sea en bolsa de tela, el 32% prefieren la bolsa de papel y el 18% de las encuestadas optaron por bolsa de plástico. Lo indispensable es escoger un empaque que promueva la cultura al cuidado del medio ambiente y la reutilización de esta.

Pregunta N°13. ¿Qué aspecto tiene en cuenta a la hora de comprar un pantalón jean?

Tabla 13*Aspectos de importancia para la elección del pantalón*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Marca	5	3%
Precio	17	11%
Diseño	110	73%
Calidad	5	3%
Horma	9	6%
Tela gruesa, resistente	4	3%
Total	150	100%

Figura 18*Aspectos de importancia para la elección del pantalón*

De acuerdo con los resultados se determina que el 73% de las mujeres encuestadas consideran que el diseño es aspecto importante al momento de comprar el jean; esto tiene relación con la horma y el realce con que el pantalón se ajusta al cuerpo, teniendo en cuenta que el gusto es un aspecto clave que va más allá de verse y sentirse bien.

Pregunta N°14. ¿Por qué medio de comunicación o red social prefiere conocer nuevos productos de pantalones jean?

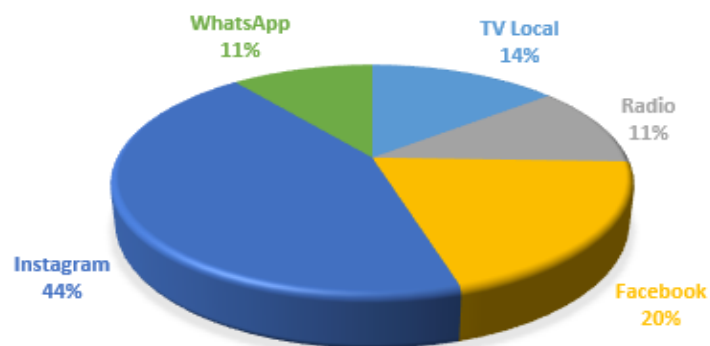
Tabla 14

Canales de comunicación

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
TV Local	20	14%
Radio	16	11%
Facebook	28	20%
Instagram	62	44%
WhatsApp	15	11%
Otra, ¿Cuál?		
Total	141	100%

Figura 19

Canales de comunicación



El medio de comunicación de preferencia de las encuestadas para conocer nuevos productos es Instagram con un 44% equivalente a 62 mujeres, seguido de Facebook con un 20%, luego TV con el 14%, WhatsApp y radio con un 11%; lo que indica la importancia de promocionar a través de las redes sociales, siendo factor clave para la captación de nuevos clientes.

Pregunta N°15. ¿De existir una empresa dedicada a la producción de pantalones jean para dama en tallas grandes estaría interesada en adquirir el producto?

Tabla 15

Interés por el producto de la nueva empresa Grandes Modas

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	140	99%
No	1	1%
Total	141	100%

Figura 20

Interés por el producto de la nueva empresa Grandes Modas



Se identifica que el 99% de las mujeres encuestadas están dispuestas a adquirir el nuevo producto pantalón jean, el cual satisfaga la necesidad de vestir y sentirse bien acorde a su talla. Grandes Modas es una gran oportunidad para entrar al mercado con un producto atractivo, innovador, con el fin de satisfacer las necesidades de sus consumidoras, por lo que se dejó al final de la encuesta un ítem como campo abierto para expresar la opinión de las encuestadas y analizar la viabilidad del proyecto. Para ver lo obtenido consultar al final del apéndice A en Preguntas, sugerencias y comentarios.

2.3.12 Estimación de la demanda actual

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada, para estimar la demanda se toma la siguiente información:

Población objetivo: 250.529 mujeres de tallaje grande

Mujeres que adquieren el producto: 94%

Frecuencia de compra al año = 2,67 veces

Cantidad de productos adquiridos en cada compra = 2,50 unidades, por lo que se realiza ajuste a la medida más conservadora y de menor cuantía siendo de 2 unidades.

$250.529 * 0,94 * 2,67 * 2 \text{ und/año} = 1.257.555 \text{ pantalones jean al año.}$

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la demanda estimada y el nivel de aceptación del nuevo producto pantalón jean tomado de la pregunta No.15 de la encuesta se halla la demanda efectiva:

Demanda estimada= 1.257.555 pantalones jean al año

Interesadas en el producto de la nueva empresa = 99%

Demanda efectiva anual = 1.244.980 unidades de pantalones jean

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años

Para calcular la proyección de la demanda en los primeros cinco años, es necesario analizar factores claves que pueden llegar a generar impacto en el crecimiento de la demanda, como lo son: la población obesa o con sobrepeso femenina en edad entre los 18 a 64 años residentes en Bucaramanga y su área metropolitana y el crecimiento poblacional que lleguen a tener las mujeres en esta condición, por lo cual se tuvieron en cuenta los datos consultados por las entidades que regulan esta información.

En Colombia existe una prevalencia en adultos de 18 a 64 años con sobrepeso de 37,7 % y obesidad de 18,7 %, según la Encuesta Nacional de Salud Nutricional de 2015. "Esto significa que la prevalencia de personas con exceso de peso en Colombia es del 56,4 %, por lo que se ha convertido en un problema en salud pública en el país", expuso Elisa Cadena, subdirectora de Salud Nutricional, Alimentos y Bebidas el 04 de marzo del 2021.

De acuerdo con José Fernando Valderrama, subdirector de enfermedades no transmisibles del Ministerio de Salud, en los últimos cinco años se ha dado un incremento del 5 por ciento en la población con sobrepeso en el país (El Tiempo, 2017), valor que se toma para determinar la proyección de la demanda. Con base en la información enunciada, se efectúa el cálculo para la proyección de la demanda actual y demanda efectiva a cinco años:

Tabla 16

Demanda actual unidades de producto

Año	Fórmula	Demanda Proyectada
1	$F=1.257.555 *(1+5\%) ^1$	1.320.433
2	$F=1.257.555 *(1+5\%) ^2$	1.386.454
3	$F=1.257.555 *(1+5\%) ^3$	1.455.777
4	$F=1.257.555 *(1+5\%) ^4$	1.528.566
5	$F=1.257.555 *(1+5\%) ^5$	1.604.994

Tabla 17

Demanda efectiva unidades de producto

Año	Fórmula	Demanda Proyectada
1	$F=1.244.980 *(1+5\%) ^1$	1.307.229
2	$F=1.244.980 *(1+5\%) ^2$	1.372.590
3	$F=1.244.980 *(1+5\%) ^3$	1.441.220
4	$F=1.244.980 *(1+5\%) ^4$	1.513.281
5	$F=1.244.980 *(1+5\%) ^5$	1.588.945

2.4 Análisis de la oferta

Mediante la recolección de información se lograron conocer los precios y principales características de la competencia. Ver tabla 18.

Tabla 18

Matriz análisis de la competencia

Variables	Patprimo	CDJ	Classic Jeans
Descripción	Empresa productora de ropa para dama y caballero	Fabricantes de ropa denim para dama y caballero	Fabricantes de ropa para dama y caballero
Localización	Bucaramanga Centro Cll 35 # 18-48 Cll 51 No. 35-20 Cabecera	Bucaramanga Centro Cll 35 # 16 - 35 C.C Megamall Local 14 Piso 2	Bucaramanga CC Cacique Transversal 93 # 34 - 99 Local 224
Horarios de atención	Lunes a sábado: 9:00 a.m. a 7:00 p.m Domingos y Festivos: 9:30 a.m a 3:00 p.m	Lunes a sábado: 8:30 a.m. a 8:00 p.m Domingos y Festivos: 9:00 a.m a 2:00 p.m	Lunes a jueves: 10:00 a.m. a 8:00 p.m Viernes a domingo y Festivos: 10:00 a.m a 9:00 p.m
Productos	Ropa, sport, descanso, zapatos y accesorios	Pantalones jean, chaquetas, camisas	10:00 AM-8:00PM
Precios	Jean Regular Tono Medio Claro \$ 159.900	Jean Vaquero tiro alto \$78.960	Jean Stretch Slim Tiro Super Alto Bota Tubo con Roto \$89.900
Debilidades	Precios altos	Poca publicidad	Tallaje estándar
Fortalezas	-Reconocimiento de marca -Fabrican la materia prima	-Precios competentes -Fabricantes	-Sitio web -Fabricantes
Porcentaje de participación	80%	73%	80%
Canal de comercialización	Tienda física Distribución web -Participación en el	Tienda física	Tienda física Distribución web
Estrategia publicitaria	concurso nacional de belleza -E-commerce	-Centro comercial -Radio	-Sitio web -Centro comercial

Para realizar el análisis de la oferta se tomaron tres empresas con presencia en la región como se muestra en la tabla 19, donde se observan las variables identificadas como factores claves de éxito con su respectiva ponderación para cuantificar la calificación de la empresa y su competencia. Para interpretar esta matriz se debe tener en cuenta que los factores claves fueron designados por determinación de la autora con una puntuación que oscila de 1 a 4, siendo 4 el que mayor impacto genera y 1 el de menor impacto. Ver tabla 19.

Tabla 19*Matriz competitiva*

Factores clave de éxito	Ponderación	Patrimo		CDJ		Classic Jeans	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Pantalones Jean con atributos diferenciadores	10%	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Procesos de producción tecnificados	7%	3	0,21	3	0,21	3	0,21
% participación en el mercado	5%	4	0,2	4	0,2	4	0,2
Precios competitivos	7%	2	0,14	3	0,21	3	0,21
Tiempos de entrega	8%	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Diversidad de productos	10%	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Tallaje grande	10%	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Canales de venta y pago online	10%	2	0,2	1	0,1	1	0,1
Prácticas eco-amigables	8%	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Presencialidad en la web	10%	3	0,3	1	0,1	1	0,1
Estrategias de fidelización de clientes	10%	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Cumplimiento de aspectos legales	5%	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Totales	100%		2,58		2,45		2,35

2.5 Descripción del producto o servicio mínimo viable

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercados y los comentarios realizados por algunas mujeres en la encuesta de la demanda se identificó que el producto pantalón jean para dama de talla grande es aceptable, puesto que es altamente demandado en un mercado olvidado por las empresas productoras del sector. El producto se mantiene con características idénticas a como se había formulado en el numeral 2.1.1.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia

A partir de los resultados del estudio de la oferta y demanda, se determinó que los atributos diferenciadores del producto no requieren ningún cambio, por lo tanto, el producto se mantiene con características idénticas como se había formulado en el numeral 2.1.2.

2.6 Estructura de comercialización y de distribución

Se considera que el canal más conveniente para la distribución de los pantalones jean es el directo ofreciendo los productos a través de redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp, con envíos a domicilio, brindando acompañamiento por chat con el fin de asesorar al cliente en todo el proceso comunicando de forma oportuna haciendo más asertiva y eficiente la venta, evitando inconformidades y posibles devoluciones que por ende generan sobre costo a la empresa; para despachos nacionales será a través de transportadora, asegurando el valor de los productos.

Productor  ***Consumidor final***

2.7 Estrategia para fijación de precios

La estrategia para fijación de precios está basada en costos totales más el margen de utilidad, teniendo presente el análisis del sector y la competencia. Además, se tendrá en cuenta la estrategia de precios de acuerdo con la percepción de valor que el mercado objetivo le da al

producto, para ello se analiza el resultado obtenido en la encuesta. En cuanto a los medios para realizar los pagos estos serán en efectivo, en línea por PSE.

2.8 Relacionamiento con los clientes

2.8.1 Estrategias de comunicación

La estrategia más conveniente de comunicación para promocionar los productos e informar sobre la empresa es a través de sitio web y redes sociales, por lo tanto, se creará el correo electrónico y una cuenta de la empresa en Facebook, Instagram, Twitter, donde gran parte de su contenido está dirigido a mujeres de talla grande, así mismo se harán anuncios por medio de videos cortos en YouTube, esto con el fin de generar mayor publicidad.

2.8.2 Presupuesto de comunicación

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento. Para que las estrategias de comunicación sean efectivas, es necesario que la información sea concreta y asertiva tanto en los medios publicitarios como en las relaciones internas y externas del equipo de trabajo, conservando la integridad de las personas, los valores corporativos y la buena imagen de la compañía. Por lo anterior, se diseñó un logotipo acorde con las características de la empresa. Ver figura 21.

Figura 21

Logotipo Grandes Modas



Tabla 20*Presupuesto de lanzamiento*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor
Estudio fotográfico	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Adecuaciones del lugar	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Diseño página web	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Publicidad redes sociales	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Cuña radial al mes	10	\$ 78.000	\$ 780.000
Tarjetas de presentación	1.000	\$ 120	\$ 120.000
Total			\$ 5.600.000

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta No.14 de la encuesta: ¿Por qué medio de comunicación o red social prefiere conocer nuevos productos de pantalones jean? se identificó de las mujeres encuestadas que el 75% prefieren las redes sociales como medio para enterarse de nuevos productos pantalones jean para dama de talla grande, por lo tanto, es importante el manejo adecuado de estas aplicaciones, con el fin de que el cliente pueda visitar las páginas y navegar allí con mayor facilidad y confianza.

2.8.2.2 Presupuesto de operación. Se estima que el presupuesto de operación para la nueva empresa Grandes Modas, es de \$1.500.000 mensual y \$18.000.000 al año.

Tabla 21*Presupuesto de operación*

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Manejo del sitio web	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Obsequios y descuentos	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Total	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000

3. Estudio Técnico

3.1 Tipo de Proyecto

El proyecto por realizar es de producción y comercialización de pantalones jean para dama de talla grande.

3.2 Desarrollo operativo del proyecto

Tabla 22

Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Producto	Pantalón jean para dama de talla grande
Descripción del producto	Pantalones jean para dama elaborado en tela jean de diversos gramajes con mezclas entre algodón, poliéster y lycra; de características físicas como colores y texturas, fabricados con diseños exclusivos que favorecen y satisfacen la necesidad de vestir de las mujeres del mercado objetivo.

Diseño



Especificaciones Técnicas

Línea exclusiva de pantalones jean para mujeres que vistan desde la talla 16 hasta la talla 26. Variedad de texturas y colores que proporcionan en la prenda suavidad y comodidad, diseños exclusivos con pretina anatómica a la cintura que moldea la figura, pantalones resistentes con costuras reforzadas, fabricados

	con materias primas de alta calidad que brindan seguridad y confianza al vestir, con bordados o estampados según las tendencias de la moda.
Empaque	Los pantalones jean se entregan en bolsa de tela según la cantidad de la mercancía a entregar.
Vida Útil	La vida útil de un pantalón jean es de larga duración, pero eso depende del uso y cuidado que se dé a la prenda.

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave

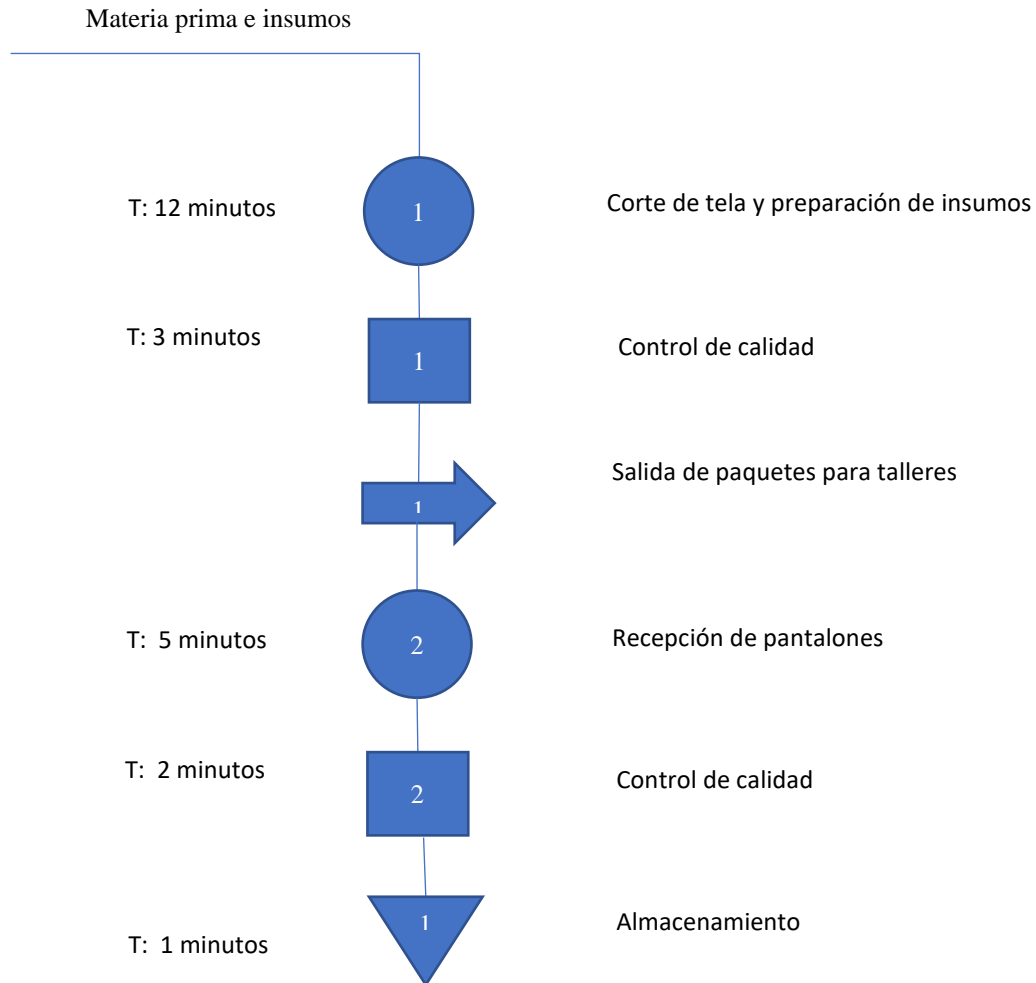
Las actividades para la fabricación de pantalones jeans por Grandes Modas son:

- ✓ Recepción de materiales: Se reciben y ubican los materiales como jean, hilos, hilazas, cierres, broches, botones, etc.
- ✓ Diseño, patronaje y escalado de tallas: Labor que se subcontrata con diseñadores quienes entregan una colección de 6 diseños cada 3 meses.
- ✓ Corte: Se lleva a cabo el corte adecuado de los diseños según las unidades a producir y se prepara junto con los insumos necesarios para remitir a talleres.
- ✓ Ensamble y empaque: Se remite el corte a los talleres para los subprocesos de estampado, bordado y ensamble según el diseño de la prenda, hasta obtener el producto en bolsa según los pedidos recibidos.
- ✓ Control de calidad: La empresa inspecciona los pantalones terminados para su almacenamiento y posterior despacho.

Se elabora el diagrama de flujo del proceso (ver figura 22) para estimar el tiempo de producción de los pantalones jean confeccionados con el apoyo de talleres externos quienes llevan a cabo los procesos de ensamble, estampación y bordados.

Figura 22

Diagrama de flujo



El tiempo estimado para elaborar un pantalón jean es de 23 minutos.

	Cantidad	Tiempo (min)
Operación	2	17
Inspección	2	5
Transporte	1	
Almacenamiento	1	1
Total	6	23

Tamaño del Lote	1 unidades que producir
Tiempo de ciclo	1380 segundos
Tiempo de ciclo	23 minutos
Tiempo de ciclo	0,3833 horas

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

De acuerdo con la resolución número 0312 de 2019, artículo 3 del capítulo 1 “los estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores clasificados con riesgo I, II o III, con el fin de proteger la seguridad y salud de los trabajadores” son los siguientes:

- ✓ Asignación de persona que diseña el Sistema de Gestión de SST. Puede ser realizado por un técnico en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) o en alguna de sus áreas, con licencia vigente, que acredite mínimo un año de experiencia certificada por las empresas o entidades en las que laboró en el desarrollo de las actividades competentes al sistema.
- ✓ Afiliación al Sistema de Seguridad Social Integral. Sistemas de Seguridad Social en salud, pensión y riesgos laborales de acuerdo con la normatividad vigente.
- ✓ Capacitación en SST. Elaborar y ejecutar programa o actividades de capacitación en promoción y prevención, que incluya como mínimo lo referente a los peligros/riesgos prioritarios y las medidas de prevención y control.
- ✓ Plan Anual de Trabajo. Elaborar el plan anual de trabajo del sistema de gestión de SST, firmado por el empleador o contratante, en el que se identifiquen como mínimo objetivos, metas, responsabilidades, recursos y cronograma anual.
- ✓ Evaluaciones médicas ocupacionales. Realizar las evaluaciones médicas ocupacionales de acuerdo con la normatividad y los peligros/riesgos a los cuales se encuentre expuesto el trabajador.

- ✓ Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgos. Realizar la identificación de peligros y la evaluación y valoración de los riesgos con el acompañamiento de la ARL.
- ✓ Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados. Ejecutar las actividades de prevención y control de peligros y/o riesgos, con base en el resultado de la identificación de peligros, la evaluación y valoración de los riesgos.

La propuesta comercial para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), se cotizó con la empresa Cuidamos, la cual suministró la información relacionada con la prestación del servicio y sus respectivos valores. Ver apéndice B.

3.2.4 Análisis Ambiental

Se formula un Plan de Manejo Ambiental para la empresa Grandes Modas ubicada en la ciudad de Bucaramanga, con el propósito de definir acciones para prevenir, mitigar, reformar y potencializar los impactos ambientales causados por el desarrollo de las actividades cotidianas de la empresa. La profesional en Ingeniera Ambiental estará a cargo de prestar este servicio, evaluando cada una de las actividades que generen impacto y representen riesgo para el ecosistema en que se desenvuelve la organización.

Es importante resaltar que la empresa Grandes Modas estará vigilando el cumplimiento de los protocolos de seguridad y salubridad por parte de los talleres contratados para el ensamble de los productos, bordados y la estampación. Para la realización del análisis ambiental, se diseña un plan de manejo ambiental con el fin de mitigar el impacto efectuado por el conjunto de actividades que conllevan el desarrollo en cada proceso. Ver apéndice C.

Los factores para tener en cuenta son:

- ✓ Agotamiento de recurso energético con el consumo de luz.
- ✓ Ruido de las máquinas
- ✓ Producción de residuos como retazos de tela, conos de hilos, hilazas, entre otros materiales reciclables.
- ✓ Depreciación de maquinaria y equipo.
- ✓ Desgaste y agotamiento de las herramientas y recursos claves.

3.2.5 Recursos Clave

3.2.5.1 Talento humano. En este ítem se relacionan los cargos a contratar directamente para el buen funcionamiento de Grandes Modas con el respectivo número de puestos.

Tabla 23

Talento humano

Cargo	Nº Puestos
Gerente	1
Auxiliar administrativo	1
Vendedor	2
Supervisor de operaciones	1
Operario de corte	2
Operario de control y calidad	1

3.2.5.2 Infraestructura. Es el equipo que requieren las áreas comercial y administrativa para el desarrollo de sus actividades.

La infraestructura para el área de producción se toma de acuerdo con la capacidad con la que cuenta la empresa para producir las colecciones a promocionar en determinados periodos de tiempo ensamblados por los talleres contratados para esta tarea.

Tabla 24*Equipo de oficina*

Activo	Cantidad	Especificaciones generales
Escritorio	4	En madera color beige y altura media
Silla	9	Silla ergonómica de 3 posturas
Archivador	1	Metálico de 3 cajoneras grandes
Mostrador	3	Vitrina de vidrio con divisiones
Maniquí	5	Maniquí corporal grueso

Tabla 25*Equipo de computación y comunicación*

Activo	Cantidad	Especificaciones generales
Computador	4	Computador portátil con accesorios
Impresora	1	Impresora con escáner, acceso a conectividad
Teléfono móvil	3	Capacidad de memoria y conexión

Tabla 26*Maquinaria y equipo*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Cortadora de tela	1	Cortadora de tela 4 pulgadas

Tabla 27*Muebles y enseres operativos*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Mesón de corte	2	De madera con cajón y superficie laminada

Tabla 28*Herramientas, repuestos y accesorios*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Caja de herramientas	1	Destornilladores, alicates, pinzas, entre otros
Tijeras	4	Tijeras de tela, papel y cortahilos
Ganchos para etiquetado	1	Caja por 10.000 unidades
Pistola de etiquetado	1	Pistola aplicador de etiquetas
Kit de costura	1	Cartabón, agujas de mano
Botiquín	1	Primeros auxilios

3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías. Para la producción de pantalones jeans es necesario contar con los siguientes materiales para el primer año de operaciones.

Tabla 29*Materiales directos, insumos o mercancía para la venta*

Material	Unidad de medida	Cantidad x unidad	Cantidad Año 1
Tela	Rollo (100mt)	0,0185	209
Cremallera	Paquete de cien	0,0100	113
Botón jean	Paquete de mil	0,0010	11
Remaches	Paquete de mil	0,0010	11
Hilo de 1000 yardas	Unidad	0,0016	19
Hilo de 5000 yardas	Unidad	0,0015	17
Hilazas	Unidad	0,0022	25
Marquillas	Unidad	1,0000	11.294
Interlón	Rollo (100mt)	0,0010	11

Tabla 30

Materiales indirectos

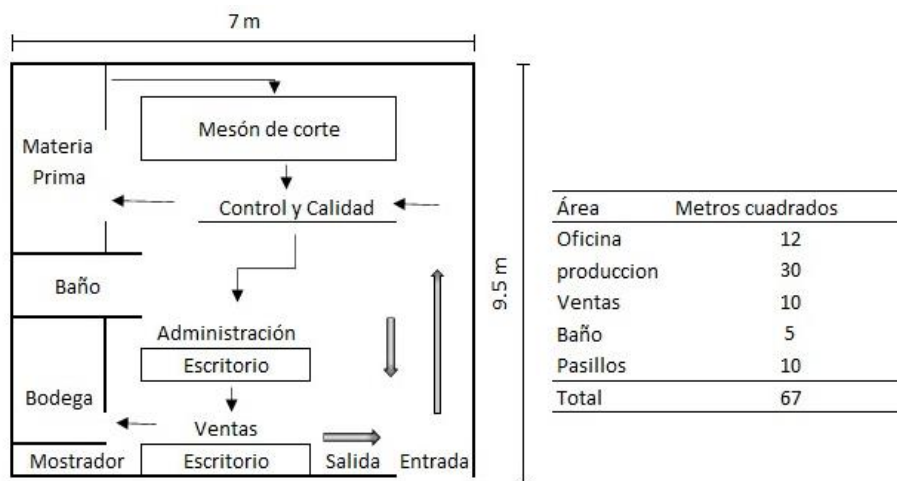
Material	Unidad de medida	Cantidad x unidad	Cantidad Año 1
Etiqueta	Unidad	1	11.294
Bolsa de empaque	Unidad	1	11.294

3.2.6 Distribución de planta

Para la distribución de la planta se requiere de un área adecuada que provea un espacio cómodo y seguro para el funcionamiento de los equipos y el buen ambiente laboral y por consiguiente el bienestar de los trabajadores, por lo cual el espacio diseñado en la figura 23 corresponde al área estipulada para la gestión administrativa, de ventas y las operaciones de corte y control calidad.

Figura 23

Distribución de la planta

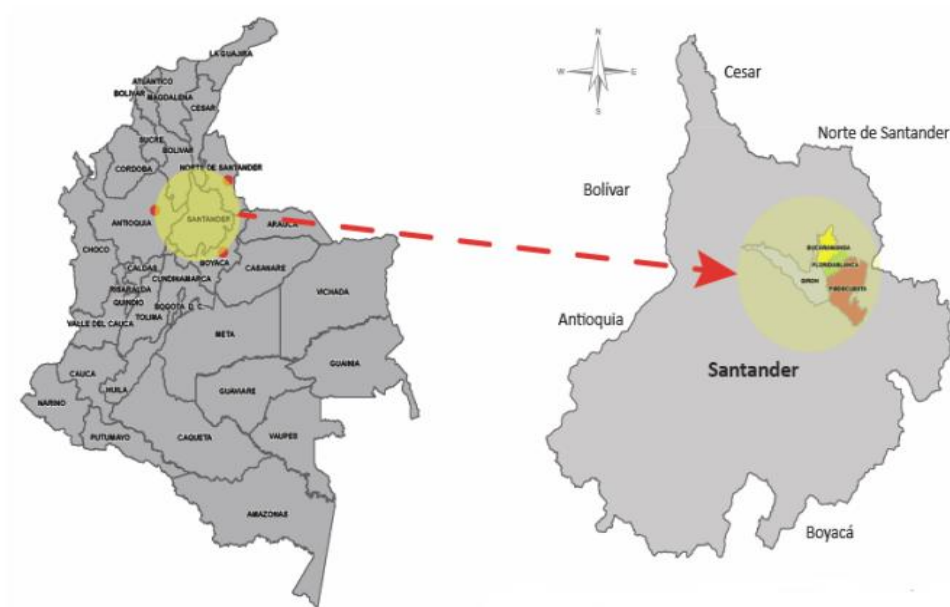


3.2.7 Localización

3.2.7.1 Macro localización. De acuerdo con el Observatorio Directrices de Ordenamiento Territorial Metropolitano “el área metropolitana de Bucaramanga es el mayor conglomerado poblacional y funcional de la región nororiental de Colombia” (AMB, s.f.) Teniendo en cuenta el contexto geográfico, económico, social, político y la infraestructura donde articula la población objeto de estudio, se considera que la empresa Grandes Modas desarrollará las actividades comerciales en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana

Figura 24

Macro localización



Nota. Tomado de la página amb: <https://www.amb.gov.co/directrices-ordenamiento-territorial/>

3.2.7.2 Micro localización. Para la micro localización del negocio se tomaron en cuenta los requerimientos del POT y las necesidades de la empresa, por lo cual se consideraron 3 sectores diferentes donde puede operar la empresa Grandes Modas.

- ✓ Ubicación 1. Inmueble ubicado en el barrio La Aurora Bucaramanga, Santander.
- ✓ Ubicación 2. Inmueble de 18 mt² ubicado en la zona de Cabecera del Llano.
- ✓ Ubicación 3. Inmueble ubicado en el sector del barrio La Concordia en Bucaramanga.

A continuación, se relacionan los factores y su respectivo peso con los que se evaluaron a través del método cualitativo las condiciones físicas y geográficas de cada lugar determinando el de mayor viabilidad.

- ✓ Necesidad de remodelación 10% ya que el canal de ventas es virtual, por lo que no exige que sus instalaciones sean de alto tipo de acabados y enchapados.
- ✓ Área disponible 30% porque es necesario el espacio para la producción y almacenamiento donde proteger la mercancía.
- ✓ Zona de parqueo 20% ya que requiere obligatoriamente del espacio para parquear el vehículo, bien sea para recibir la materia prima o para despachar pedidos.
- ✓ Canon de arrendamiento 30% porque es necesario reducir costos.
- ✓ Facilidad de acceso para clientes 10% porque el canal de ventas es virtual, pero es bueno tenerla como segunda opción.

Tabla 31

Micro localización

Factor	Peso	Calificación		
		Ubicación 1	Ubicación 2	Ubicación 3
Necesidad de remodelación	10%	10,00	5,00	7,00
Área disponible	30%	9,00	9,00	9,00

Zona de parqueo	20%	9,00	2,00	2,00
Canon de arrendamiento	30%	7,00	2,00	3,00
Facilidad de acceso para clientes	10%	6,00	10,00	10,00
Totales	100%	8,20	5,20	5,70

De acuerdo con los resultados se logró determinar que el lugar óptimo para la puesta en marcha y el funcionamiento de la empresa Grandes Modas es el inmueble ubicado en el barrio La Aurora Bucaramanga, Santander, debido a que es el sitio más central y de mayor conectividad con los diferentes actores para el desarrollo de las operaciones, también se destaca las condiciones físicas del lugar, los costos de arrendamiento y demás como servicios públicos.

3.2.8 Control de calidad

Para la empresa Grandes Modas, el control de calidad inicia, una vez definida la colección, con la compra de las materias primas, las cuales son adquiridas de textilerías reconocidas por la calidad de sus productos (telas); continua con el proceso de producción el cual está definido por una serie de actividades que involucran tiempos de espera para determinar la continuidad del proceso y así mismo la calidad de los productos en cada ciclo, por ejemplo, la tela se compra en rollo pero ésta antes de cortarse se debe dejar en reposo y es allí donde se identifica el estado de la materia prima y el comportamiento de la misma; en el ensamble se establece la ficha técnica donde se relacionan las especificaciones como tipos de hilo, largos de puntada, pies y máquinas a utilizar para la realización de las operaciones que faciliten y minimicen su tiempo para ser informado con los talleres contratados y así hacer más oportuna la entrega; finalmente se revisa el producto terminado verificando que cumpla con los estándares de calidad establecidos para dar paso al siguiente eslabón.

Para los talleres de ensamble se supervisa con el jefe de producción la entrega de las muestras de los pantalones, la cantidad de piezas a ensamblar, los insumos y materiales si se requieren, eso dependiendo del diseño. Para el caso del proceso de estampación se lleva el control de calidad con la persona encargada en la fábrica de recibir y despachar los pedidos, en los cuales se supervisa la cantidad de pantalones terminados entregados a estampar.

3.3 Capacidad del proyecto

3.3.1 Capacidad total diseñada por la línea de producto

En la capacidad total diseñada se determina el número máximo de pantalones jean que la empresa Grandes Modas llegaría a producir en el año, considerando que sean 3 operarios laborando las 24 horas del día en los 365 días del año.

Tabla 32

Capacidad total diseñada por la línea de producto

Capacidad Diseñada	
Días/año	365
Horas /día	8
Jornadas	3
Operarios	3
Horas/año	26.280
Tiempo de ciclo/horas	0,384
Productos/año	68.437,50

De acuerdo con los datos de la tabla anterior se tiene que la capacidad diseñada es de 68.437 pantalones jean al año con un tiempo de 26.280 horas totales, siendo el ciclo por unidad de 0,384 horas, equivalente a 23 minutos.

3.3.2 Capacidad instalada

En la capacidad instalada se determina el número aproximado de pantalones jean que la empresa Grandes Modas llegaría a producir en el año, teniendo en cuenta que laboren 3 operarios en 297 días al año con una jornada diurna de 8 horas; tal como se observa en la tabla 33.

Tabla 33

Capacidad instalada de cada operario en una jornada

Capacidad Instalada	Corte	Calidad	Total
Tiempo producción de un jean	18	5	23
Tiempo por turno: min/día	480	480	
Operarios	2	1	
Asignación de tiempo	2,3	0,7	
Turnos	1	1	
Total minutos/día	960	480	1.440
Número de pantalones	61,33	96	
Días/año	297	297	
Total producción	18.216	28.512	18.216

De acuerdo con los datos de la tabla 33, se tiene que:

- ✓ El tiempo total de producción de un pantalón jean para Grandes Modas es de 23 minutos, distribuidos en 18 minutos para los 2 operarios de corte y 5 minutos para el operario de control y calidad.
- ✓ El tiempo por turno en que labora cada operario de producción es de 480 minutos al día.
- ✓ El operario de control y calidad laborará el 70% en sus actividades y el 30% de su tiempo se asigna al área de corte.

- ✓ De acuerdo con los resultados de la tabla 33 el número total de pantalones a producir será de 18.216 unidades/año.

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada

Para hallar la capacidad utilizada y proyectada es importante definir el porcentaje de utilización de la capacidad instalada con la cual se pretende entrar al mercado, así como el aumento de este en los primeros 5 años. Para la empresa Grandes Modas se considera realizar el cálculo partiendo del 62% de la capacidad instalada, proyectando un crecimiento anual del 5% esperando superar las posibilidades de la empresa en lo que sería capaz de producir.

Tabla 34

Margen de capacidad utilizada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	68.437				
Capacidad instalada	18.216	18.216	18.216	18.216	18.216
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	62%	67%	72%	77%	82%
Capacidad utilizada y proyectada	11.294	12.205	13.116	14.026	14.937
Porcentaje de Participación en el mercado	0,86%	0,89%	0,91%	0,93%	0,94%

La capacidad utilizada de Grandes Modas es de 11.294 pantalones jean para el primer año, estimando un crecimiento anual del 5% sobre la producción de jeans para el quinto año la capacidad utilizada proyectada será de 14.937 unidades logrando alcanzar el 82% de utilización de la capacidad instalada.

4. Estudio Administrativo

4.1 Forma de Constitución

La Sociedad por Acciones Simplificada está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Esta sociedad se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que conste por documento privado o escritura pública, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente a su domicilio. (El Tiempo, 2023).

Por lo anterior, se considera que el tipo de sociedad comercial más conveniente para la idea emprendedora Grandes Modas es Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, ya que además de las facilidades de apertura, las obligaciones cubren únicamente hasta por el monto de sus respectivos aportes, lo que representa una ventaja ya que en caso de liquidez los bienes personales de los representantes no corren peligro de ser embargados; entre otros beneficios como que no necesita revisor fiscal a menos que los activos sumen más de tres mil SMMLV, la duración no es determinada por lo que no tiene que hacer reformas estatutarias y bajaría de costo, diferir el pago de capital a dos años permitiendo que los socios obtengan capital para el pago de sus acciones.

Grandes Modas se constituirá como una S.A.S reglamentada según la Ley 1258 de 2008, mediante la inscripción de cualquiera de los siguientes documentos:

a) Documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por quienes lo firman como accionistas constituyentes. (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40 Código de Comercio).

b) Escritura pública de constitución, cuando hay aporte de inmuebles (Parágrafo 2° Artículo 5°, Artículos 6° y 7°), o cuando los accionistas lo consideren de utilidad.

Para la legalización de los documentos se debe tener en cuenta los siguientes requisitos:

- ✓ Nombre, documento de identidad y domicilio de los socios o accionistas (ciudad o municipio): Para la conformación del capital se debe tener en cuenta que la empresa contará con el aporte de 4 socios fundadores que contribuirán en 3 partes iguales el valor de \$ 40.000.000 para un total de \$ 360.000.000 correspondiente al 96% del total de la inversión. La participación de cada uno de los accionistas será del 24% equivalente a \$ 120.000.000 del total de la inversión.
- ✓ Razón social: Grandes Modas SAS.
- ✓ Domicilio principal: Calle 31 No. 29 – 31 LA Aurora Bucaramanga
- ✓ Término de duración: Indefinido
- ✓ Enunciación de actividades principales: 1410, Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
- ✓ Capital autorizado, suscrito y pagado: Expresa el valor de cada capital, indicando la forma y el término en que deberá pagarse, teniendo en cuenta la clase, número y valor nominal de las acciones.

4.2 Estructura Organizacional

4.2.1 Misión

Grandes Modas es una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de pantalones jean para dama de talla grande, atendiendo la necesidad básica de vestir en mujeres con problemas de sobrepeso y obesidad, contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad mediante la generación de empleo y posteriormente la conservación y preservación del medio

ambiente a través de prácticas que permiten generar un producto innovador de alta calidad y a precio asequible.

4.2.2 Visión

Grandes Modas S.A.S para el 2027 será una empresa líder en el sector de la confección de pantalones jean para dama de talla grande en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, destacada por la variedad de productos de la más alta calidad, confiables de vestir y adquirir a través de compra online, sosteniblemente responsables por el cuidado del medio ambiente y la sociedad.

4.2.3 Valores Corporativos

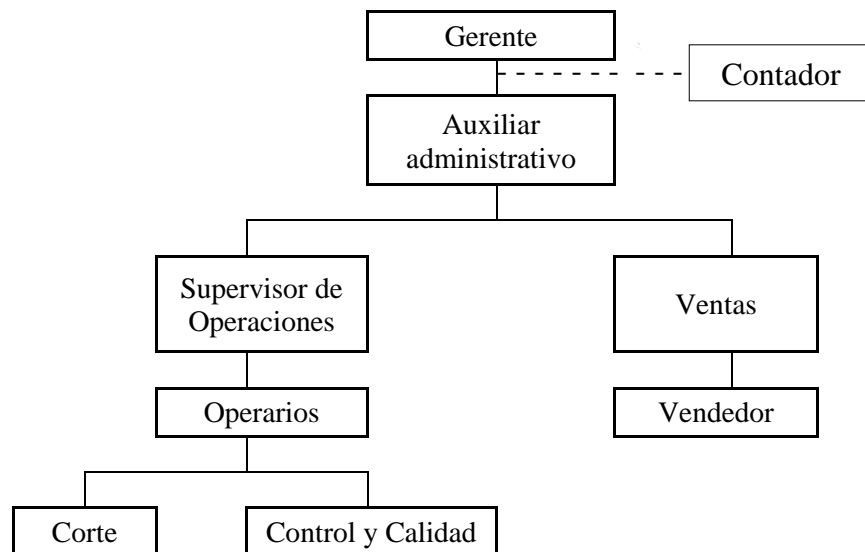
Los valores corporativos de Grandes Modas son la base en que se fundamenta el núcleo de la organización, interconectando con todos los autores que conforman la cadena de valor y a su vez las diversas áreas que hacen parte del proceso, con el propósito de transformar la vida del equipo de trabajo y su entorno.

- ✓ Amor: Es la fuerza que nos impulsa a hacer las cosas con la mejor actitud cada día.
- ✓ Respeto: Es la capacidad de aceptar con benevolencia la singularidad de la persona. Por ello, se busca actuar bajo un principio que genere la armonía en el ser, saber y hacer del individuo.
- ✓ Honestidad: Es la razón de actuar con la verdad, logrando transparencia en forma clara y precisa.
- ✓ Sinceridad: Es el modo de expresar con sencillez y respeto la verdad. Este principio es clave para efectuar la comunicación asertiva y lograr el éxito del trabajo en equipo.

- ✓ Humildad: Reconocimiento que somos seres necesitados y no tenemos miedo a pedir perdón.
- ✓ Alegría: Es combatir todo aquello que nos produce miedo y se roba la paz.

4.2.4 Organigrama

Para Grandes Modas se plantea el siguiente organigrama.



4.2.5 Asignación salarial

La remuneración salarial se estructura de acuerdo con el grado de responsabilidad del cargo y las funciones a ejecutar. Para la asignación de salarios de la empresa Grandes Modas se tomó como base el salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) y las prestaciones de ley.

Para las áreas de contabilidad, diseño, patronaje, ensamble y estampación se llevarán a cabo como honorarios que serán consignados por concepto de prestación de servicios.

Tabla 35*Asignación salarial*

Cargo	Sueldo	Sub. Transporte	Área
Gerente	\$ 2.400.000		Administrativa
Auxiliar administrativo	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Administrativa
Vendedor	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Comercial
Supervisor de operaciones	\$ 1.200.000	\$ 117.172	Operativa
Operario de corte	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Operativa
Operario de control y calidad	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Operativa

Tabla 36*Porcentaje prestacional*

Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA	2,000%
ICBF	3,000%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%

5. Estudio Financiero

5.1 Inversiones Fija y Diferida

5.1.1 Inversión Fija

Son los bienes tangibles adquiridos al inicio del proyecto, permaneciendo inmovilizados durante las operaciones de la empresa, entre los cuales se relaciona la infraestructura, los equipos de oficina, computación y comunicación, maquinaria, herramientas, muebles y enseres operativos.

Los activos fijos necesarios para poner en funcionamiento la empresa se relacionan a continuación en la tabla 37 y sus valores fueron consultados algunos de carpinterías y otros de sitios web como la página Homecenter a fecha de elaboración del documento y llevan gravado en el precio los rubros de Iva y domicilio.

Tabla 37

Equipo de oficina

Activo	Cantidad	Valor Unit.	Valor total	Depre. anual	Valor de salvamento
Escritorio	4	\$ 450.000	\$ 1.800.000	\$ 100.000	\$ 1.300.000
Silla	9	\$ 500.000	\$ 4.500.000	\$ 140.000	\$ 3.800.000
Archivador	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 80.000	\$ 800.000
Mostrador	3	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	\$ 120.000	\$ 3.900.000
Maniquí	5	\$ 500.000	\$ 2.500.000	\$ 100.000	\$ 2.000.000
Totales			\$ 14.500.000	\$ 540.000	\$ 11.800.000

Tabla 38*Equipo de computación y comunicación*

Activo	Cantidad	Valor Unit.	Valor total	Depre. anual	Valor de salvamento
Computador	4	\$ 2.700.000	\$ 10.800.000	\$ 240.000	\$ 9.600.000
Impresora	1	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 80.000	\$ 300.000
Teléfono móvil	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000	\$ 160.000	\$ 2.200.000
Totales			\$ 14.500.000	\$ 480.000	\$ 12.100.000

Tabla 39*Maquinaria y equipo*

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Cortadora 4''	2	\$ 480.000	\$ 960.000	\$ 92.000	\$ 500.000
Totales			\$ 960.000	\$ 92.000	\$ 500.000

Tabla 40*Muebles y enseres operativos o de producción*

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Mesón corte	2	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000	\$ 100.000	\$ 3.100.000
Totales			\$ 3.600.000	\$ 100.000	\$ 3.100.000

Tabla 41*Herramientas*

Activo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Depreciación anual	Valor de salvamento
Caja de herramientas	1	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 10.000	\$ 40.000
Tijeras	4	\$ 40.000	\$ 160.000	\$ 32.000	\$ 0
Ganchos para etiquetado	1	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 5.000	\$ 0
Pistola de etiquetado	1	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 0
Kit de costura	1	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 7.000	\$ 0
Botiquín	1	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 10.000	\$ 50.000
Totales			\$ 460.000	\$ 74.000	\$ 90.000

Tabla 42*Consolidado inversiones fijas*

Activo	Valor total
Equipo de oficina	\$ 14.500.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 14.500.000
Maquinaria y equipo	\$ 960.000
Muebles y enseres operativos	\$ 3.600.000
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 460.000
Total inversión fija	\$ 34.020.000

5.1.2 Inversión diferida

Hace referencia a los gastos de apertura del negocio, entre los cuales están los registros ante las entidades pertinentes para iniciar la constitución de la empresa, RUES, estampillas, Cámara de Comercio, DIAN; además de los gastos de marketing, publicidad y promoción.

Tabla 43*Inversión diferida*

Concepto	Valor
Estudio de Factibilidad	\$ 3.000.000
Escritura de Constitución	\$ 1.000.000
Registro de libros y documentos	\$ 170.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.380.000
Diseño del SG-SST	\$ 2.000.000
Software contable	\$ 1.500.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 25.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 5.600.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 1.500.000
Registro de marca	\$ 2.000.000
Total inversión diferida	\$ 54.150.000
Amortización mensual	\$ 902.500

El valor total de la inversión diferida es de \$ 54.150.000 con una amortización mensual de \$ 902.500.

5.2 Costos y Gastos

5.2.1 Costos de producción y comercialización

Para hallar el costo de los pantalones jean en la empresa Grandes Modas, se tendrán en cuenta los rubros de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

5.2.1.1 Costos fijos. Los costos fijos son aquellos que se generan mensualmente y no están relacionados con el volumen de producción, los cuales se relacionan a continuación.

Tabla 44*Nomina operativa (MOD)*

Cargo	Porcentaje	Supervisor de operaciones	Operario de corte	Operario de control y calidad
Sueldo		\$ 1.200.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Subsidio de transporte		\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 109.760	\$ 93.094	\$ 93.094
Interés a las Cesantías	1,000%	\$ 13.172	\$ 11.172	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 109.760	\$ 93.094	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 54.880	\$ 46.547	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 102.000	\$ 85.000	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 144.000	\$ 120.000	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 6.000	\$ 5.000	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 24.000	\$ 20.000	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000	\$ 40.000	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 60.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Salario real		\$ 2.024.744	\$ 1.711.079	\$ 1.711.079
Nº de puestos		1	2	1
Costo total MOD	\$ 85.895.752	\$ 24.296.923	\$ 41.065.886	\$ 20.532.943

Tabla 45*Insumos y/o materias primas*

Material	Unidad de medida	Cantidad año 1	Costo Unitario	Costo anual
Tela	Rollo (100mt)	209	\$ 1.191.600	\$ 249.219.168
Cremallera	Paquete de cien	113	\$ 104.500	\$ 11.802.146
Botón Jean	Paquete de mil	11	\$ 50.420	\$ 569.439
Remaches	Paquete de mil	11	\$ 67.227	\$ 759.256
Hilo de 1000 yardas	Unidad	19	\$ 9.244	\$ 171.149
Hilo de 5000 yardas	Unidad	17	\$ 7.395	\$ 127.900

Hilazas	Unidad	25	\$ 10.252	\$ 257.301
Marquillas	Unidad	11.294	\$ 372	\$ 4.201.338
Interlón	Rollo (100mt)	11	\$ 205.714	\$ 2.323.317
Costo total insumos o materia prima				\$ 269.431.015

Tabla 46*Materiales indirectos*

Material	Unidad de medida	Cantidad año 1	Costo unitario	Costo anual
Etiqueta	Unidad	11.294	\$ 380	\$ 4.291.690
Bolsas de empaque	Unidad	11.294	\$ 1.000	\$ 11.293.920
Costo total materiales indirectos				\$ 15.585.610

Tabla 47*Prorratio entre costos y gastos*

Rubro	Porcentaje costo	Porcentaje Gav	Valor mes
Arriendo	50%	50%	\$ 1.200.000
Acueducto	30%	70%	\$ 100.000
Energía	50%	50%	\$ 150.000
Gas	0%	100%	\$ 40.000
Teléfono	40%	60%	\$ 100.000
Depreciación Construcciones y edificaciones		100%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	50%	50%	\$ 120.000
Internet	50%	50%	\$ 100.000
Seguros	50%	50%	\$ 120.000

Tabla 48*Costos fijos*

Concepto	Valor mes	Valor año
Arriendo	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Seguros	\$ 60.000	\$ 720.000
Teléfono	\$ 40.000	\$ 480.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 60.000	\$ 720.000
Depreciación operativa	\$ 22.167	\$ 266.000
Totales	\$ 832.167	\$ 9.986.000

El total de costos fijos para la producción de pantalones jean de Grandes Modas al mes es de \$ 832.167 y \$ 9.986.000 al año.

5.2.1.2 Costos variables. Los costos variables están relacionados directamente con el volumen de producción, como la materia prima, materiales indirectos, insumos, mano de obra directa, servicios públicos, mantenimiento de maquinaria y equipo, servicios de diseño, ensamble, bordado y estampación.

Tabla 49*Costos variables*

Concepto	Valor mes	Valor año
MOD	\$ 7.157.979	\$ 85.895.752
Materiales directos	\$ 22.452.585	\$ 269.431.015
Materiales indirectos	\$ 1.298.801	\$ 15.585.610
Acueducto	\$ 30.000	\$ 360.000
Energía	\$ 75.000	\$ 900.000
Gas	\$ 0	\$ 0
Asesor técnico		\$ 0

Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 20.917	\$ 251.000
Servicio de diseño, ensamble y estampación	\$ 20.000.000	\$ 240.000.000
Totales	\$ 51.035.281	\$ 612.423.377

El total de costos variables para la producción de pantalones jean de Grandes Modas es de \$ 51.035.281 mensuales y de \$ 612.423.377 al año.

Tabla 50

Costos totales

Concepto	Valor mes	Valor año
Costos fijos	\$ 832.167	\$ 9.986.000
Costos variables	\$ 51.035.281	\$ 612.423.377
Totales	\$ 51.867.448	\$ 622.409.377

De acuerdo con la tabla anterior se tiene que para el proyecto Grades Modas los costos totales de producción de pantalones jean para dama de talla grande son de \$ 51.867.448 al mes y de \$ 622.409.377 al año.

5.2.2 Gastos de administración y ventas

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas. Son los costos que asume la empresa, independientemente de su producción y ventas, como los gastos de nómina, arriendo y servicios públicos pertenecientes al área de administrativa y ventas, la depreciación de equipos de oficina, gastos de papelería, cafetería y aseo, publicidad, entre otros.

Tabla 51*Gastos fijos de administración y ventas*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Nómina administrativa	\$ 5.475.059	\$ 65.700.703
Arriendo	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Acueducto	\$ 70.000	\$ 840.000
Energía	\$ 75.000	\$ 900.000
Gas	\$ 40.000	\$ 480.000
Teléfono	\$ 60.000	\$ 720.000
Internet	\$ 50.000	\$ 600.000
Seguros	\$ 60.000	\$ 720.000
Publicidad operativa	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Contador	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Asesoría SG-SST	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Papelería	\$ 50.000	\$ 600.000
Cafetería	\$ 70.000	\$ 840.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 60.000	\$ 720.000
Matrícula mercantil	\$ 25.000	\$ 300.000
Amortización de diferidos	\$ 902.500	\$ 10.830.000
Depreciaciones administrativas	\$ 85.000	\$ 1.020.000
Totales	\$ 9.622.559	\$ 115.470.703

Por lo anterior se estima que el total de los gastos fijos de administración y ventas para la empresa Grandes Modas es de \$ 9.622.559 mensuales y \$ 115.470.703 al año, tal como se muestra en la tabla 51.

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas

Tabla 52

Gastos variables de administración y ventas

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gastos de representación	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Nómina de ventas	\$ 3.422.157	\$ 41.065.886
Comisiones de ventas	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Totales	\$ 4.122.157	\$ 49.465.886

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas

Tabla 53

Total, gastos de administración y ventas

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gastos fijos	\$ 9.622.559	\$ 115.470.703
Gastos variables	\$ 4.122.157	\$ 49.465.886
Total	\$ 13.744.716	\$ 164.936.589

Por lo anterior, se estima que el total de los gastos fijos y variables que debe asumir la empresa Grandes Modas para la producción de pantalones jean son de \$ 13.744.716 mensuales y de \$ 164.936.589 al año.

5.3 Capital de trabajo

5.3.1 Periodo de capital de trabajo

El tiempo establecido para hacer efectivo el capital de trabajo es de seis meses, que incluye los costos de producción, gastos de administración, gastos financieros, entre otros.

5.3.2 Estructura del crédito

5.3.2.1 Amortización del crédito. Se estima realizar la solicitud de crédito con entidad bancaria por valor de \$ 20.000.000 con una tasa efectiva anual del 26,08% correspondiente al 1,95% de interés mensual, considerando una amortización a mediano plazo de 36 meses, con el fin de lograr un alcance en el monto de pago. Ver tabla 54.

Tabla 54

Estructura del crédito bancario

Préstamo	\$ 20.000.000	Interés mensual		1,95%
Periodo	36	Valor cuota mensual		778.370
Periodo	Capital	Intereses	Cuota mensual	Saldo
1	\$ 388.370	\$ 390.000	\$ 778.370	\$ 19.611.630
2	\$ 395.943	\$ 382.427	\$ 778.370	\$ 19.215.687
3	\$ 403.664	\$ 374.706	\$ 778.370	\$ 18.812.023
4	\$ 411.536	\$ 366.834	\$ 778.370	\$ 18.400.487
5	\$ 419.561	\$ 358.809	\$ 778.370	\$ 17.980.926
6	\$ 427.742	\$ 350.628	\$ 778.370	\$ 17.553.184
7	\$ 436.083	\$ 342.287	\$ 778.370	\$ 17.117.101
8	\$ 444.587	\$ 333.783	\$ 778.370	\$ 16.672.514
9	\$ 453.256	\$ 325.114	\$ 778.370	\$ 16.219.258
10	\$ 462.094	\$ 316.276	\$ 778.370	\$ 15.757.164
11	\$ 471.105	\$ 307.265	\$ 778.370	\$ 15.286.059
12	\$ 480.292	\$ 298.078	\$ 778.370	\$ 14.805.767
	\$ 5.194.233	\$ 4.146.207	\$ 9.340.440	
13	\$ 489.658	\$ 288.712	\$ 778.370	\$ 14.316.109
14	\$ 499.206	\$ 279.164	\$ 778.370	\$ 13.816.903
15	\$ 508.940	\$ 269.430	\$ 778.370	\$ 13.307.963
16	\$ 518.865	\$ 259.505	\$ 778.370	\$ 12.789.098
17	\$ 528.983	\$ 249.387	\$ 778.370	\$ 12.260.115

18	\$ 539.298	\$ 239.072	\$ 778.370	\$ 11.720.817
19	\$ 549.814	\$ 228.556	\$ 778.370	\$ 11.171.003
20	\$ 560.535	\$ 217.835	\$ 778.370	\$ 10.610.468
21	\$ 571.466	\$ 206.904	\$ 778.370	\$ 10.039.002
22	\$ 582.609	\$ 195.761	\$ 778.370	\$ 9.456.393
23	\$ 593.970	\$ 184.400	\$ 778.370	\$ 8.862.423
24	\$ 605.553	\$ 172.817	\$ 778.370	\$ 8.256.870
	\$ 6.548.897	\$ 2.791.543	\$ 9.340.440	
25	\$ 617.361	\$ 161.009	\$ 778.370	\$ 7.639.509
26	\$ 629.400	\$ 148.970	\$ 778.370	\$ 7.010.109
27	\$ 641.673	\$ 136.697	\$ 778.370	\$ 6.368.436
28	\$ 654.185	\$ 124.185	\$ 778.370	\$ 5.714.251
29	\$ 666.942	\$ 111.428	\$ 778.370	\$ 5.047.309
30	\$ 679.947	\$ 98.423	\$ 778.370	\$ 4.367.362
31	\$ 693.206	\$ 85.164	\$ 778.370	\$ 3.674.156
32	\$ 706.724	\$ 71.646	\$ 778.370	\$ 2.967.432
33	\$ 720.505	\$ 57.865	\$ 778.370	\$ 2.246.927
34	\$ 734.555	\$ 43.815	\$ 778.370	\$ 1.512.372
35	\$ 748.879	\$ 29.491	\$ 778.370	\$ 763.493
36	\$ 763.482	\$ 14.888	\$ 778.370	\$ 0
	\$ 8.256.870	\$ 1.083.581	\$ 9.340.440	

El valor de la cuota fija mensual es de \$ 778.370.

5.3.2.2 Gastos financieros. Hacen referencia a los intereses derivados del crédito adquirido y van relacionados de acuerdo con el periodo de capital de trabajo estipulado para iniciar la realización de este proyecto, cuyo valor suma \$ 2.223.404 equivalente a los seis primeros meses.

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo

Tabla 55

Total de capital de trabajo

Concepto	Valor
Costos totales de producción	\$ 311.204.688
Gastos de administración y ventas	\$ 82.468.294
Gastos financieros	\$ 2.223.404
Menos Depreciaciones	-\$ 643.000
Menos Amortización diferidos	-\$ 5.415.000
Total Capital de trabajo	\$ 389.838.387

El total de capital de trabajo que la nueva empresa Grandes Modas requiere para un periodo de seis meses es de \$ 389.838.387.

5.4 Inversión Total

La inversión total está constituida por la suma de los totales de la inversión fija, diferida y el capital de trabajo de los 6 primeros meses. Ver tabla 56. Por lo que se tiene que Grandes Modas requiere para su puesta en marcha la inversión total de \$ 478.008.387.

Tabla 56

Inversión total

Concepto	Valor
Inversión fija	\$ 34.020.000
Inversión diferida	\$ 54.150.000
Inversión capital de trabajo	\$ 389.838.387
Inversión total	\$ 478.008.387

5.5 Estructura de Capital

La estructura de capital está consolidada con el aporte de los socios fundadores considerado como recursos propios, y el crédito bancario que hace referencia a los recursos de financiación.

Tabla 57

Estructura de capital

Concepto	Valor	Porcentaje
Socios fundadores	\$ 458.008.387	95,82%
Crédito bancario	\$ 20.000.000	4,18%
Total	\$ 478.008.387	100,00%

5.5.1 Recursos propios

Para la puesta en marcha de la nueva empresa Grandes Modas se cuenta con un capital de \$ 458.008.387 equivalente al 95,82% de la inversión total, valor representado en bienes inmuebles proveniente de los socios fundadores.

5.5.2 Recursos de financiación

Se realizará solicitud de crédito con el banco BBVA por valor de \$ 20.000.000 equivalente al 4,18% del total de la inversión. El tipo de crédito será comercial, dado que es recomendado para nuevas empresas. Se escoge a esta entidad bancaria teniendo en cuenta que ofrece la tasa de interés más bajo para empresas.

5.6 Precio de Venta

El precio de venta se fija con base en los costos y gastos totales de producción y la capacidad utilizada en el año 1 con un margen de utilidad del 8%, siendo de \$ 75.777 el precio antes de IVA y de \$ 93.552 con el 19% de iva incluido (Ver tabla 58), siendo éste último el valor

estipulado como precio de venta al consumidor final, lo cual indica que es competitivo, ya que de acuerdo con la pregunta No.6 del estudio de mercados el precio promedio con el que las mujeres encuestadas compran los pantalones jean es de \$ 92.890.

Tabla 58

Precio de venta

Costos totales de producción	\$ 622.409.377
Gastos de administración y ventas totales	\$ 164.936.589
Costos y gastos totales	\$ 787.345.965
Capacidad utilizada año 1	11.294
Costos y gastos totales unitarios	\$ 69.714
Margen de utilidad	8%
Precio de venta	\$ 75.777
Margen para el intermediario	
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 75.777
Tasa de IVA o Imptoconsumo	19%
Precio al consumidor	\$ 93.552

El precio de venta del pantalón jean para dama de talla grande producido por Grandes Modas es de \$ \$ 93.552.

5.7 Estados Financieros Proyectados

5.7.1 Estado de Resultados proyectado

En el estado de resultados proyectado están relacionados los ingresos, los costos de producción y gastos de administración y ventas desde el año 1 hasta el año 5. La tasa de impuesto de renta acorde a la legislación tributaria es de 35% para el año 2022.

Tabla 59*Estado de Resultados proyectado*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$ 855.819.376	\$ 924.837.067	\$ 993.854.759	\$ 1.062.872.451	\$ 1.131.890.142
Ingresos no operacionales					
Total ingresos	\$ 855.819.376	\$ 924.837.067	\$ 993.854.759	\$ 1.062.872.451	\$ 1.131.890.142
Menos costos de producción					
Materiales	\$ 269.431.015	\$ 291.159.323	\$ 312.887.631	\$ 334.615.939	\$ 356.344.246
MOD	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752
CIF	\$ 27.082.610	\$ 28.461.368	\$ 29.840.127	\$ 31.218.886	\$ 32.597.645
Utilidad bruta	\$ 473.409.999	\$ 519.320.624	\$ 565.231.249	\$ 611.141.874	\$ 657.052.499
Menos gastos de administración y ventas					
Nómina administrativa	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703
Gastos generales	\$ 99.235.886	\$ 103.225.070	\$ 107.214.255	\$ 111.203.439	\$ 115.192.623
Utilidad operacional	\$ 308.473.410	\$ 350.394.851	\$ 392.316.292	\$ 434.237.733	\$ 476.159.173
Menos gastos financieros	-\$ 4.146.207	-\$ 2.791.543	-\$ 1.083.581	\$ 0	\$ 0
(Intereses)					
Menos 4x1000	-\$ 3.423.278	-\$ 3.699.348	-\$ 3.975.419	-\$ 4.251.490	-\$ 4.527.561
Utilidad antes de impuestos	\$ 300.903.926	\$ 343.903.960	\$ 387.257.292	\$ 429.986.243	\$ 471.631.613
Menos Impuesto de Renta	-\$ 105.316.374	-\$ 120.366.386	-\$ 135.540.052	-\$ 150.495.185	-\$ 165.071.064
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 5.134.916	-\$ 5.549.022	-\$ 5.963.129	-\$ 6.377.235	-\$ 6.791.341
Utilidad neta	\$ 190.452.636	\$ 217.988.551	\$ 245.754.111	\$ 273.113.823	\$ 299.769.207
Menos Reserva Legal	-\$ 19.045.264	-\$ 21.798.855	-\$ 24.575.411	-\$ 27.311.382	-\$ 29.976.921
Utilidad del ejercicio	\$ 171.407.372	\$ 196.189.696	\$ 221.178.700	\$ 245.802.441	\$ 269.792.287

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado

Tabla 60

Flujo de fondos proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 389.838.387	\$ 697.664.080	\$ 936.683.852	\$ 1.201.884.866	\$ 1.502.483.928
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+Ingresos		\$ 855.819.376	\$ 924.837.067	\$ 993.854.759	\$ 1.062.872.451	\$ 1.131.890.142
Operacionales		\$ 855.819.376	\$ 924.837.067	\$ 993.854.759	\$ 1.062.872.451	\$ 1.131.890.142
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Egresos		-\$ 538.653.243	-\$ 676.476.855	-\$ 719.313.295	-\$ 762.273.389	-\$ 805.014.949
Materiales		\$ 269.431.015	\$ 291.159.323	\$ 312.887.631	\$ 334.615.939	\$ 356.344.246
MOD		\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752	\$ 85.895.752
CIF		\$ 27.082.610	\$ 28.461.368	\$ 29.840.127	\$ 31.218.886	\$ 32.597.645
Nómina administrativa		\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703	\$ 65.700.703
Gastos generales		\$ 99.235.886	\$ 103.225.070	\$ 107.214.255	\$ 111.203.439	\$ 115.192.623
Menos depreciaciones		-\$ 1.286.000	-\$ 1.286.000	-\$ 1.286.000	-\$ 1.286.000	-\$ 1.286.000
Menos amortizaciones		-\$ 10.830.000	-\$ 10.830.000	-\$ 10.830.000	-\$ 10.830.000	-\$ 10.830.000
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 105.316.374	\$ 120.366.386	\$ 135.540.052	\$ 150.495.185
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 5.134.916	\$ 5.549.022	\$ 5.963.129	\$ 6.377.235
4 x 1000		\$ 3.423.278	\$ 3.699.348	\$ 3.975.419	\$ 4.251.490	\$ 4.527.561
Flujos netos de efectivo de actividad de operación	\$ 0	\$ 317.166.133	\$ 248.360.213	\$ 274.541.464	\$ 300.599.062	\$ 326.875.193

Flujos efectivo actividades inversión							
+Ingresos	\$ 458.008.387	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 27.590.000	
Capital social	\$ 458.008.387						
Valor de salvamento						\$ 27.590.000	
-Egresos	-\$ 88.170.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Compra de Equipo de oficina	\$ 14.500.000						
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 14.500.000						
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 960.000						
Compra de Terreno	\$ 0						
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0						
Compra de Muebles y enseres	\$ 3.600.000						
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 460.000						
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0						
Inversión activos diferidos	\$ 54.150.000						
Flujos netos de efectivo actividades inversión	\$ 369.838.387	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 27.590.000	
Flujos de efectivo de actividad de financiación							
+Ingresos	\$ 20.000.000						
Préstamo bancario	\$ 20.000.000						

-Egresos		-\$ 9.340.440	-\$ 9.340.440	-\$ 9.340.451	\$ 0	\$ 0
Abono a capital		\$ 5.194.233	\$ 6.548.897	\$ 8.256.870	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros		\$ 4.146.207	\$ 2.791.543	\$ 1.083.581	\$ 0	\$ 0
Flujos netos de efectivo de actividad de financiación	\$ 20.000.000	-\$ 9.340.440	-\$ 9.340.440	-\$ 9.340.451	\$ 0	\$ 0
Flujo de efectivo neto (aumento o disminución)	\$ 389.838.387	\$ 307.825.693	\$ 239.019.773	\$ 265.201.013	\$ 300.599.062	\$ 354.465.193

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

En el Estado de Situación Financiera inicial y proyectado se relacionan los activos, pasivos y el patrimonio del año inicial con sus proyecciones hasta el año 5.

Tabla 61

Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Activos corrientes						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 389.838.387	\$ 697.664.080	\$ 936.683.852	\$ 1.201.884.866	\$ 1.502.483.928	\$ 1.829.359.121
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total activos corrientes	\$ 389.838.387	\$ 697.664.080	\$ 936.683.852	\$ 1.201.884.866	\$ 1.502.483.928	\$ 1.829.359.121

Activos fijos						
Equipo de oficina	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000	\$ 14.500.000
Maquinaria y equipo	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Muebles y enseres	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 1.286.000	-\$ 2.572.000	-\$ 3.858.000	-\$ 5.144.000	-\$ 6.430.000
Total activos fijos	\$ 34.020.000	\$ 32.734.000	\$ 31.448.000	\$ 30.162.000	\$ 28.876.000	\$ 27.590.000
Activos diferidos	\$ 54.150.000	\$ 54.150.000	\$ 54.150.000	\$ 54.150.000	\$ 54.150.000	\$ 54.150.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 10.830.000	-\$ 21.660.000	-\$ 32.490.000	-\$ 43.320.000	-\$ 54.150.000
Total activos diferidos	\$ 54.150.000	\$ 43.320.000	\$ 32.490.000	\$ 21.660.000	\$ 10.830.000	\$ 0
Activos totales	\$ 478.008.387	\$ 773.718.080	\$ 1.000.621.852	\$ 1.253.706.866	\$ 1.542.189.928	\$ 1.856.949.121
Pasivo						
Pasivos corrientes						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 5.194.233	\$ 6.548.897	\$ 8.256.870	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 105.316.374	\$ 120.366.386	\$ 135.540.052	\$ 150.495.185	\$ 165.071.064
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 5.134.916	\$ 5.549.022	\$ 5.963.129	\$ 6.377.235	\$ 6.791.341

Total pasivos corrientes	\$ 5.194.233	\$ 117.000.187	\$ 134.172.278	\$ 141.503.181	\$ 156.872.420	\$ 171.862.405
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 14.805.767	\$ 8.256.870	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total pasivos no corrientes	\$ 14.805.767	\$ 8.256.870	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivos totales	\$ 20.000.000	\$ 125.257.057	\$ 134.172.278	\$ 141.503.181	\$ 156.872.420	\$ 171.862.405
			Patrimonio			
Capital social	\$ 458.008.387	\$ 458.008.387	\$ 458.008.387	\$ 458.008.387	\$ 458.008.387	\$ 458.008.387
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 19.045.264	\$ 40.844.119	\$ 65.419.530	\$ 92.730.912	\$ 122.707.833
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 171.407.372	\$ 196.189.696	\$ 221.178.700	\$ 245.802.441	\$ 269.792.287
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 171.407.372	\$ 367.597.068	\$ 588.775.768	\$ 834.578.209
Patrimonio total	\$ 458.008.387	\$ 648.461.022	\$ 866.449.574	\$ 1.112.203.685	\$ 1.385.317.508	\$ 1.685.086.715
Total pasivo más patrimonio	\$ 478.008.387	\$ 773.718.080	\$ 1.000.621.852	\$ 1.253.706.866	\$ 1.542.189.928	\$ 1.856.949.121

5.8 Evaluación Financiera

5.8.1 Razones financieras

Estos indicadores facilitan la interpretación financiera y económica del proyecto, donde se analizan comportamientos y variables que permiten reconocer la capacidad del proyecto, oportunidades y riesgos que conllevan la ejecución de las operaciones. De acuerdo con los cálculos efectuados, a continuación, se presentan las proyecciones financieras correspondientes a los ingresos y egresos para las actividades de los primeros 5 años de Grandes Modas.

5.8.1.1 Razones de liquidez. Se presentan la razón corriente, prueba ácida y capital de trabajo.

Tabla 62

Razones de liquidez

Razones de liquidez	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No. veces	5,96	6,98	8,49	9,58	10,64
	activo corriente / pasivo corriente	No. veces	5,96	6,98	8,49	9,58	10,64
Prueba ácida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No. veces					
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$	580.663.892	802.511.574	1.060.381.685	1.345.611.508	1.657.496.715

La razón corriente presenta la proporción de activos corrientes frente a los pasivos corrientes, lo cual determina la liquidez de la empresa, indicando que la empresa tiene la capacidad para cumplir con sus obligaciones en los primeros 5 años, ya que para el año 1 la razón corriente

asciende a 5,96 lo que significa que por cada peso que se debe, la empresa tiene 5,96 pesos para respaldar la deuda. Con respecto al capital neto de trabajo, para el año 1 este indicador asciende a \$ 580.663.892, lo cual representa un exceso de activos corrientes sobre pasivos corrientes como resultado de las actividades del primer año de operaciones. La prueba ácida corresponde a los mismos indicadores de razón corriente dado que no cuenta con inventarios.

5.8.1.2 Razones de operación. Se encuentra la rotación de activos corrientes, fijos y totales.

Tabla 63

Razones de operación

Razones de operación	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No. veces	1,23	0,99	0,83	0,71	0,62
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No. veces	26,14	29,41	32,95	36,81	41,03
Rotación activo total	ventas / activo total	No. veces	1,11	0,92	0,79	0,69	0,61

En relación con las razones de operación para Grandes Modas en el año 1, la rotación de activo corriente indica que, por cada unidad monetaria del activo corriente, el proyecto genera 1,23 pesos por venta, mientras que, en la rotación de activo fijo por cada unidad monetaria del activo fijo neto, el proyecto genera 26,14 pesos por venta, y por cada unidad monetaria del activo total, el proyecto genera 1,11 pesos por venta.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad. Las razones de rentabilidad tienen relación con el capital de trabajo, la inversión, margen bruto de ganancias y margen neto de ganancias.

Tabla 64

Razones de rentabilidad

Razones de rentabilidad	Relación	Unidad de análisis	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen bruto utilidad	Utilidad bruta/ventas	%	55,32%	56,15%	56,87%	57,50%	58,05%
Margen utilidad neta	Utilidad neta/ventas	%	22,25%	23,57%	24,73%	25,70%	26,48%
Rendimiento activos	Utilidad neta/activos totales	%	24,62%	21,79%	19,60%	17,71%	16,14%

Con respecto a las razones de rentabilidad, la empresa cuenta con un margen bruto de utilidad de 55,32% en el año 1, lo cual indica que, por cada 100 pesos en ventas 55,32 pesos corresponden a utilidad bruta. Sobre el margen de utilidad neta se tiene que por cada 100 pesos en ventas 22,25% corresponden a utilidad neta. El rendimiento de activos indica que, por cada 100 pesos de activos totales 24,62% corresponden a la utilidad neta; lo cual se puede evidenciar la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento. Entre estas razones de liquidez se encuentra el nivel de endeudamiento, que, según la tabla 65 va disminuyendo en buena proporción, indicando que la empresa se libera de la carga de sus acreedores cada año y adquiere fuerza en sí misma al aumentar el índice de participación patrimonial.

Tabla 65*Razones de endeudamiento*

Razones de endeudamiento	Relación	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		de análisis					
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	16,19%	13,41%	11,29%	10,17%	9,26%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	74,40	125,52	362,06	22,00	22,00
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	83,81%	86,59%	88,71%	89,83%	90,74%

En las razones de endeudamiento, se establece que, para el endeudamiento total por cada 100 pesos de activo total 16,19% son de pasivo total.; para la cobertura de intereses, por cada peso de interés, el proyecto genera 74,40 pesos en utilidad operacional; y sobre el índice de participación patrimonial, por cada 100 pesos de activo total, 83,81 pesos pertenecen al patrimonio.

5.8.2 Indicadores de viabilidad

Para determinar la viabilidad financiera del proyecto se analizan los indicadores TIR, el Valor Presente Neto, punto de equilibrio y periodo de recuperación. De acuerdo con el diario La República el porcentaje de inflación con que cerró el año 2021 es del 5,62%, para lo cual la autora del proyecto define que la prima de riesgo sea medio con el 15% (La República, 2022).

Tabla 66*Prima de riesgo al riesgo*

Concepto	Valor
Prima de riesgo al riesgo	15%
Inflación	5,62%
TMAR recursos propios	21,46%
Recursos crédito	26,08%
TMAR Banco	33,17%
Porcentaje aportación recursos propios	95,82%
Porcentaje aportación Banco	4,18%
TMAR MIXTA	21,95%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	16,63%

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR). La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento en la cual el Valor Presente Neto del flujo de caja del proyecto igual a cero.

Tabla 67*Tasa Interna de Retorno*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo neto	-\$ 458.008.387	\$ 307.825.693	\$ 239.019.773	\$ 265.201.013	\$ 300.599.062	\$ 354.465.193
Vna	-\$ 458.008.387	\$ 252.414.105	\$ 160.713.122	\$ 146.218.203	\$ 135.900.995	\$ 131.406.657
Valor recuperado		\$ 252.414.105	\$ 413.127.227	\$ 559.345.429	\$ 695.246.424	\$ 826.653.081

TIR 55,46%

De acuerdo con los cálculos realizados se puede determinar que la TIR que ofrece la empresa Grandes Modas es de 55,46% la cual comprende desde el año 0 hasta el año 5 de su

funcionamiento, indicando que es un proyecto favorable y atractivo desde el punto de vista económico para su inversión.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN). El valor presente neto obtenido es de \$ 475.485.482, lo cual representa que es favorable al proyecto.

Tabla 68

Valor Presente Neto

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo neto	-\$ 458.008.387	\$ 307.825.693	\$ 239.019.773	\$ 265.201.013	\$ 300.599.062	\$ 354.465.193
Vna	-\$ 458.008.387	\$ 252.414.105	\$ 160.713.122	\$ 146.218.203	\$ 135.900.995	\$ 131.406.657
Valor recuperado		\$ 252.414.105	\$ 413.127.227	\$ 559.345.429	\$ 695.246.424	\$ 826.653.081

VPN \$ 475.485.482

5.8.2.3 Período de recuperación. De acuerdo con los términos financieros evaluados para la nueva empresa, la inversión se recupera en el segundo año.

Tabla 69

Periodo de recuperación

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor recuperado	\$ 246.422.809	\$ 402.141.892	\$ 544.007.872	\$ 676.116.823	\$ 804.212.309

5.8.2.4 Punto de equilibrio. El punto de equilibrio se puede hallar a través de varias formas, entre ellas se tiene en función, de la capacidad instalada, de cantidades producidas y el volumen de

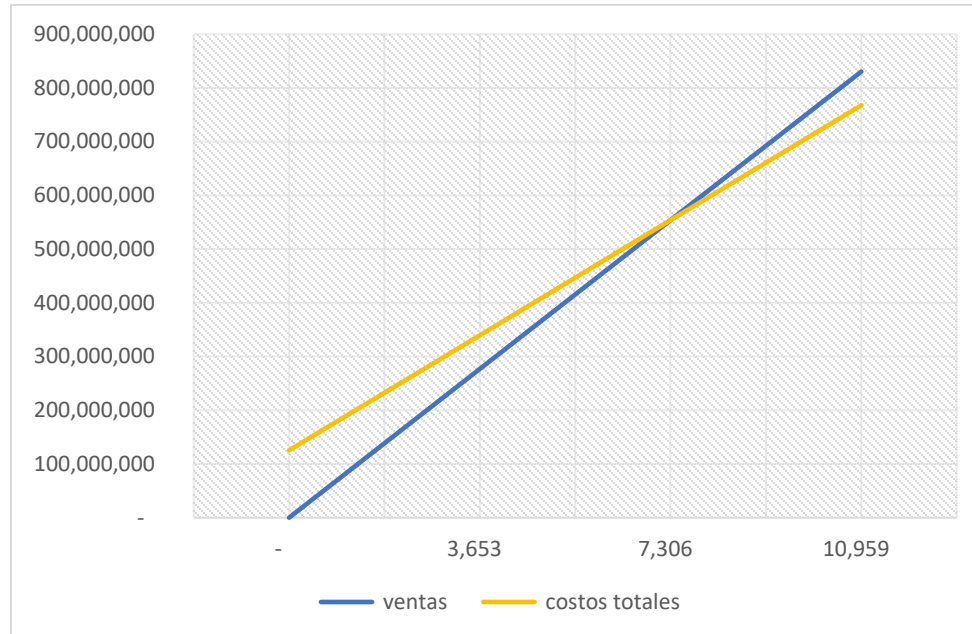
ventas.; siendo la forma tradicional en función de la cantidad de producción necesaria para hacer que los costos sean igual a cero y que no exista ni pérdida ni ganancia.

Para analizar mejor el punto de equilibrio del proyecto, se tiene en cuenta que la capacidad de producción de la empresa depende también de los talleres contratados para los procesos de ensamble, bordado y estampación. Por lo cual se tiene que las cantidades que generan equilibrio ascienden a 7.306 pantalones jean en el primer año, siendo alrededor de 609 unidades al mes, aproximadamente 23 al día.

Tabla 70

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	Fórmula	Resultado
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	64,69%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	7.306
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 553.644.173
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	233

Figura 25*Punto de equilibrio*

5.9 Tamaño del proyecto

El proyecto denominado Grandes Modas está diseñado para satisfacer las necesidades de vestir de las mujeres de talla grande de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, por lo que se espera no solo cumplir con las expectativas de la autora sino también de los actores que involucran el desarrollo de la actividad comercial.

El tamaño del proyecto se define como microempresa, ya que, de acuerdo con el decreto No. 957 del 5 de junio de 2019 que rige actualmente el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en Colombia para el sector manufactura se clasifica como microempresa aquellas cuyos ingresos anuales sean iguales o inferiores a (23.563 UVT) lo que representa para el año 2021 un valor hasta \$ 855.525.404 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

6. Conclusiones

A partir de la consulta en fuentes secundarias se identificó que no hay empresas en Bucaramanga dedicadas a la producción y comercialización de pantalones jean para dama de talla grande, con exclusividad de diseños para este tipo de prenda, que a diferencia de la competencia indirecta si ofertan variedad de diseños pero en tallas pequeñas; es importante resaltar lo que instituciones como Procolombia sugieren de romper el miedo y entrar en nichos de mercado potenciales, con alta oportunidad de crecimiento.

A partir de los resultados del estudio de mercados se identificó una alta demanda en productos de vestuario como pantalones jean en las mujeres de talla grande, correspondiente a 1.244.980 unidades. Aunque las mujeres tradicionalmente adquieren el producto por tienda física, la empresa opta por comercializar online para lo cual desarrollará una campaña agresiva de publicidad con la cual promocione sus productos. Se identificó que la competencia no produce este tipo de producto en el tallaje propuesto por Grandes Modas, y las mujeres no compran por marca, encontrándose una demanda insatisfecha por la escasa variedad de tallas y diseños, lo cual resulta favorable para el desarrollo del proyecto.

La capacidad instalada de la empresa se determinó en 18.216 unidades de producto, para lo cual cuenta con recursos necesarios para los procesos de diseño y corte, y con aliados claves como los proveedores de materiales y de fabricación como los talleres de ensamble, bordado y estampación existentes en el Área metropolitana de Bucaramanga que cuentan con la experiencia en la fabricación de este producto.

El estudio administrativo permite identificar la constitución de la empresa la cual será con la denominación de sociedad por acciones simplificadas S.A.S, y en la estructura organizacional se estableció la misión, visión y los valores corporativos como objetivo ético y moral de la empresa, así mismo se definió la asignación salarial de cada uno de los colaboradores.

Con el estudio financiero se logró cuantificar que el proyecto Grandes Modas requiere una inversión de \$ 478.008.387 con la capacidad de producir 11.294 pantalones jean al año, aumentando un 5% del porcentaje de utilización de la capacidad instalada, de lo cual se concluyen los costos y gastos en los que debe incurrir la empresa para el desarrollo de sus operaciones.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) corresponde al 55,46% y el Valor Presente Neto es de \$ 475.485.482, lo cual indica que el proyecto es viable y cuenta con la solidez del producto pantalón jean en un horizonte de cinco años. También se encontró que la empresa requiere producir 7.306 pantalones jean para alcanzar el punto de equilibrio, lo que significa que se deben vender \$ 553.644.173 representando el 64,69% en función de la capacidad instalada.

7. Recomendaciones

Se recomienda que, a partir de lo desarrollado, se puedan llegar a originar estudios posteriores relacionados con el sector, que aporten al crecimiento y/o mejoramiento de este, dados en otros programas académicos o en el mismo, con el fin de complementar la participación de los actores que hacen parte de la institución.

Se recomienda la creación de alianzas estratégicas con el fin de generar vínculos entre los pares interesados y así mismo fortalecer el sector e iniciar la puesta en marcha del negocio.

Se estima a corto y mediano plazo la participación en ferias y eventos regionales y nacionales con las diferentes entidades sin ánimo de lucro, encargadas de generar espacios de conexión con clientes potenciales, con el fin de conquistar nuevos nichos de mercado.

Referencias Bibliográficas

AMB. (s.f). Área Metropolitana de Bucaramanga. Obtenido de Directrices Ordenamiento Territorial Metropolitano en: <https://www.amb.gov.co/directrices-ordenamiento-territorial/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. Crear empresa. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/inscripcion-de-libros-de-comercio/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. Informe económico de Santander 2021. Obtenido https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_388d7571144b23d42083726e25c6e24a4972092c.pdf

BANCOLDEX. Clasificación de empresas en Colombia. Obtenido de <https://www.bancoldex.com/es/sobre-bancoldex/quienes-somos/clasificacion-de-empresas-en-colombia-200>

BANCOLDEX. Que es una pyme. Obtenido de <https://www.bancoldex.com/es/que-es-pyme-203>

CHEAPISM. Las 11 cosas más molestas de comprar ropa de talla grande. Obtenido de <https://blog.cheapism.com/es/ropa-talla-grande-mujer/>

Congreso de Colombia. Ley 590 de 2000. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Congreso de Colombia. Ley 1780 de 2016. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

COLOMBIAMANÍA. (2017). Bucaramanga, Colombia. Información general de Bucaramanga. Obtenido de <https://www.colombiamania.com/departamentos/santander.html>

DANE. ¿Cuántos somos? Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

DIAN. Regulaciones aduaneras en materia de origen. Obtenido de <https://micrositios.dian.gov.co/aduanas-y-comercio-exterior/regulaciones-aduaneras-en-materia-de-origen/>

Economipedia (2020). Estudio de mercado. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20estudio%20de,la%20prestaci%C3%B3n%20de%20un%20servicio.>

EInforma. Análisis del sector textil en Colombia. Obtenido de <https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-textil-confecciones>

EL NUEVO SIGLO. El sector de la confección crece al cierre de 2019. Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/12-2019-el-sector-de-la-confeccion-crece-al-cierre-de-2019>

EL PAIS. Presión por la talla única y ropa grande siempre más cara: la moda tiene un problema y se llama gordofobia. Obtenido de <https://smoda.elpais.com/moda/gordofobia-moda-problema-tallas-grandes/>

EL TIEMPO. En Colombia más del 50% de la población sufre de obesidad. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/salud/en-colombia-mas-del-50-de-la-poblacion-sufre-de-obesidad-657528#:~:text=Las%20consecuencias%20de%20esta%20enfermedad,de%20ni%C3%B>

los%2C%20j%C3%B3venes%20y%20adultos.&text=unidad%20de%20salud%2010%20de,M.

EL TIEMPO. Empresas SAS, qué son, cómo se crean y sus beneficios. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/empresas-sas-que-son-como-se-crean-y-sus-beneficios-735699>

Equipo editorial, Etecé (2021). Industria textil. Obtenido de <https://concepto.de/industria-textil/>

Henry castañeda, 2022. Factibilidad para la creación de una fábrica de confecciones de ropa interior femenina con fibras orgánicas en la ciudad de Bucaramanga. Universidad Industrial de Santander, IPRED, Gestión Empresarial: Bucaramanga 2015. Obtenido de <https://noesis.uis.edu.co/server/api/core/bitstreams/6368b5a4-3159-46db-9f80-2eff0222db10/content>

Homecenter. Accesorios y artículos de oficina. Obtenido de <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

HOTBOOK. Evolución de la moda a través de los años. Consultado el 19 de noviembre de 2020. Disponible en <https://hotbook.mx/evolucion-de-la-moda-traves-de-los-anos/>

ICBF. ENSIN: Encuesta Nacional de Situación Nutricional. Obtenido de <https://www.icbf.gov.co/bienestar/nutricion/encuesta-nacional-situacion-nutricional>

INEXMODA. Actualidad cifras del sector News. Informe del sector octubre 2022. Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/informe-del-sector-octubre-2022/>

INVIERTA EN COLOMBIA Industria de la moda. Obtenido de <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda>

INEXMODA. Observatorio de moda 2022. Obtenido de <https://www.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2022/12/Observatorio-Inexmoda-October-2022.pdf>

- LAFAYETTE. Pasos indispensables para el proceso de confección. Obtenido de <https://www.lafayettesports.com.co/noticias/confeccion-deportiva/como-lograr-colecciones-deportivas-a-traves-de-un-proceso-de-confeccion-efectivo/>
- LA REPÚBLICA. Conozca los costos para pautar en radio y como le ayuda potencializar su marca. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-los-costos-para-pautar-en-radio-y-como-le-ayuda-potencializar-su-marca-3302221>
- LA REPÚBLICA. Colombia cierra 2021 con inflación de 5,62%, la más alta registrada en cinco años. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/colombia-cierra-2021-con-inflacion-de-5-62-la-mas-alta-registrada-en-cinco-anos-3283454>
- LEAD INNOVATION. Impresión 3D en la industria de la moda. Obtenido de <https://www.lead-innovation.com/es/blog/impresi%C3%B3n-3d-industria-textil>
- Melany Martínez, 2021. Qué es ensamblaje en la confección. Obtenido de <https://1library.co/document/q20k5dpz-que-es-ensamblaje-en-la-confeccion.html>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Resolución 0312 de 2019. Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>
- Ministerio de Trabajo. Resolución 0312 de 2019. Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>
- PORTAFOLIO. En Colombia se importa más ropa que la exportada. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/en-colombia-se-importa-mas-ropa-que-la-exportada-520885>

PORTAFOLIO. Jeans colombianos continúan conquistando a los mercados. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/jeans-colombianos-continuan-conquistando-a-los-mercados-528141>

PORTAFOLIO. Estas son las compañías locales de confecciones con más exportaciones. Obtenido

de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/estas-son-las-companias-locales-de-confecciones-con-mas-exportaciones-530560>

PORTAFOLIO. La realidad virtual, entre las tendencias del sector textil. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/feria-colombiatex-2022-la-realidad-virtual-entre-las-tendencias-del-sector-textil-561047>

Presidencia de la República de Colombia. Decreto 1742 de 2020. Obtenido de

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201742%20DEL%2022%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

PROCOLOMBIA. Oportunidades de Negocios en Sector Confecciones. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir/confecciones>

PROCOLOMBIA. Panorama exportador de la moda en Colombia. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir/confecciones>

Revista Digital CECAN E3. La industria textil, un sector importante en la economía de Colombia.

Obtenido de <https://cecane3.com/la-industria-textil-un-sector-importante-en-la-economia-de-colombia/>

- REPOSITORY UNIMILITAR. Sector textil en Colombia. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15243/MorenoVelasquezJuanPablo.2016.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SEMANA. La moda no es para seguirla sino para exportarla. Obtenido de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/crecimiento-de-colombia-en-la-industria-de-la-moda/533732/>
- SCRIBD. Marco de Referencia. Consultado [el 19 de noviembre de 2021] Disponible en <https://es.scribd.com/document/435950391/marco-de-referencia-docx>
- SIGNIFICADOS.COM, (2021). Significado de diseño. Obtenido en <https://www.significados.com/diseno/#:~:text=Normalmente%2C%20por%20dise%C3%B1o%20se%20conoce,%2C%20muebles%2C%20entre%20otros>
- SIBELYS AYALA Y LEIDY TORRES, (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/cadff8bc-9693-4cd2-aa44-ff72792e3509/content>
- TEXTILES PANAMERICANOS. Textiles y Confecciones en Colombia Cifras, panorama y tendencias. Obtenido de <https://textilspanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/textiles-en-colombia/>
- TEXTILES PANAMERICANOS. Panorama del Sistema Moda y Confecciones de Colombia. Obtenido de <https://textilspanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/09/panorama-del-sistema-moda-y-confecciones-de-colombia/>
- TÈXTIL BALSARENY. “Tendencias de la industria textil en 2020: la

digitalización del sector”. <https://textilbalsareny.com/blog/tendencias-industria-textil-2020/>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta de mercados

La siguiente encuesta es realizada por un estudiante del programa Gestión Empresarial de la UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, para recolección de datos y desarrollo de un proyecto de aula de clase. La presente tiene como objetivo determinar la aceptación del producto jean como prenda femenina en el mercado objetivo, por lo cual te agradezco me regales 3 minutos respondiendo con la mayor honestidad las preguntas enunciadas. Los datos recolectados serán tratados con las especificaciones de la ley 1581 del 2012, y solo para fines académicos.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - De 18 a 30
 - De 31 a 50
 - De 51 a 64

2. ¿Compra usted pantalón Jean talla grande para dama? Si su respuesta es negativa de por terminada la encuesta.
 - Si
 - No

3. ¿Con qué frecuencia compra el producto pantalón Jean?
 - Mensual
 - Trimestral
 - Tres veces al año

- Semestral
 - Anual
4. ¿Qué cantidad de pantalones Jean compra en cada ocasión?
- Sólo 1
 - Entre 2 y 3
 - Más de 4

5. ¿Qué tipo o estilo de pantalón jean compra?

Pretina anatómica hace referencia a una pretina ancha y alta (a la cintura).

- Jean con pretina recta y bota ancha
- Jean con pretina recta y bota angosta
- Jean con pretina anatómica y bota recta
- Jean con pretina anatómica y bota angosta

6. ¿El rango de precio entre el cual oscila la compra de sus jeans esta?

- De \$80.000 a \$95.000
- De \$95.001 a \$110.000
- De \$110.001 a \$125.000
- Mas de \$125.001

7. ¿Dónde prefiere realizar la compra de sus pantalones jeans?

- Almacén de ropa

- Internet

8. ¿Conoce alguna empresa productora de pantalones jeans talla grande en Bucaramanga?

- Si
- No
- Cual

9. ¿Qué marcas de pantalones jean talla grande acostumbra a comprar?

- Patprimo
- CDJ
- Classic Jean
- Slova Jean
- Jeans de Colombia
- Adrissa
- Almacenes éxito
- Gorditas y algo más
- Tallas grandes
- Ninguna

10. ¿Qué inconvenientes ha encontrado en la compra de pantalones jeans para dama?

- Escases de tallas
- Escases de diseños

- Mala calidad
- Precios altos
- Otra, cual

11. ¿Qué medio de pago prefiere usar para comprar sus pantalones jean?

- Efectivo
- Tarjeta
- Otros:

12. ¿Qué tipo de empaque prefiere como presentación para comprar el producto?

- Bolsa plástica
- Bolsa de tela
- Bolsa de papel

13. ¿Qué aspecto tiene en cuenta a la hora de comprar un producto jean?

- Marca
- Precio
- Diseño
- Otros:

14. ¿Por qué medio de comunicación o red social prefiere conocer nuevos productos de pantalones jean?

- Facebook

- o Instagram
- o WhatsApp
- o Tv local
- o Radio
- o Otros:

15. ¿De existir una empresa dedicada a la producción de pantalones jean para dama en tallas grandes estaría interesada en adquirir el producto?

- 16. Si
- 17. No

Preguntas, sugerencias y comentarios

- ✓ Me es muy difícil comprar jeans porque tengo piernas gruesas y el talle más delgado entonces creo que sería favorable una empresa donde encontrará el pantalón con moda y colores diferentes así no tendría que buscar tanto gracias por esta encuesta sería de mi agrado si de verdad abrieran un almacén de estas características gracias.
- ✓ Por favor enviarme catálogo si se crea la empresa marcelita7448@hotmail.com
- ✓ Me encantan los jeans son número uno en mi ropero.
- ✓ ¿Usan telas de diferentes Colores?
- ✓ Me parece sensacional fantástico que haya una fábrica dedicada a la elaboración de estas clases de prendas ya que poco se ven y sí se necesitan.
- ✓ Dar felicitaciones por pensar en nuestra comodidad.

- ✓ Es muy difícil encontrar diseños bonitos para gorditas.
- ✓ Recomendaría el producto, ya que yo soy talla grande
- ✓ Jean de variados colores pues es muy limitada la oferta
- ✓ Excelente propuesta. Qué bueno que, ya que en Bucaramanga hay empresas de calzado, también las haya de jeans.
- ✓ Gracias por pensar en nosotras

Apéndice B. Cotización SG-SST



Hacemos, administramos y simplificamos el SG-SST para ti y tu empresa.

**Propuesta Comercial
Plan 10 Diseño
SG-SST**

¡Hola!

En Cuidamos entendemos tus necesidades, entendemos lo complejo y aburridor que es cumplir con este proceso en tu empresa, nuestra metodología de trabajo hace que la implementación y el día a día del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), sea más fácil de llevar y genere poco desgaste para ti y para tu equipo de trabajo.

Desarrollamos y acompañamos (solo Plan Premium) el SG-SST, ofreciéndote acompañamiento permanente a ti y a tu equipo de trabajo en estos procesos de seguridad y salud en el trabajo en tu empresa/organización/negocio.

¿Qué incluye Cuidamos SST?

Cuidamos SST desarrollo en los últimos 6 años un método de implementación validado por cientos de clientes, diseñado especialmente para MIPYMES, comercio y pequeños emprendimientos de bajo riesgo que cumple con lo exigido en el decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019 – Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de SST -.

- ✓ Sesión remota inicial de auto - evaluación y diseño del SG-SST.
- ✓ Sesiones remotas de cierre y entrega del diseño.
- ✓ Certificación de acuerdo a lo establecido en la normatividad vigente del SG_SST.

CUIDAMOS



Cuidamos Colombia SAS
NIT 901.024.921-0
Carreer 48 No 10-45 Of. 807 Medellín – Antioquia
Teléfono 3192410053
www.cuidamos.com.co
contacto@cuidamos.com.co




Cuidamos Colombia SAS
 NIT 901.024.921-0
 Cra 48 N 10 - 45 Of. 807 Medellín -
 Antioquia
 Teléfono 3192410053
www.cuidamos.com.co
contacto@cuidamos.com.co

Plan 10 Diseño

Para empresas de 6 a 10 trabajadores tiene un valor de:
\$1.090.000 + IVA

Dos (2) Sesiones remotas para inicio y entrega del diseño que brindan:

- ✓ Sesión inicial de Diseño y Auto - evaluación del SG-SST.
 - ✓ Sesión de entrega del diseño, basado en el cumplimiento de los estándares mínimos de la resolución 0312 del 2019 y lo expresado en Artículo 2.2.4.6.37 decreto 1072 de 2015, en el cual se entrega: Asignación y documentación del responsable, Asignación y documentación del Vigía, Asignación COCOLA (1), Políticas, Autoevaluación, Plan de trabajo, Plan de capacitaciones (2), Proveedores y Contratistas, Matriz Sociodemográfica – Encuestas de condiciones de trabajo, Matriz de riesgos, Incidentes y accidentes, Protocolos-Inspecciones, Plan de Emergencias (3), Rendición sobre el desempeño, entre otros.
 - ✓ Certificación del diseño del SG-SST.
 - ✓ Constancia de implementación ARL (Certificación), siempre y cuando se haga a través de la plataforma de la ARL respectiva (otros procesos tendrán costo adicional)
 - ✓ Se entrega toda la documentación diligenciada para que sea firmada por el Representante Legal y los procesos y procedimientos para el correcto funcionamiento del sistema de gestión, con el fin de tener un SG-SST con lo mínimo que pide la legislación colombiana vigente para tener un sistema de gestión aceptable (85% en la autoevaluación del SG-SST).
- * Conformación del Comité de convivencia laboral - COCOLA: A partir de 6 trabajadores.
 - * Suministro de material para: Inducción, capacitación copasst/vigía y cocola.
 - * Plan de emergencias BASICO o Plan de Evacuación: análisis de vulnerabilidad, Punto de encuentro, Conformación brigada.

No incluye:

- Otros servicios no especificados.
- Análisis de puestos de trabajo.
- Bateria de riesgo psicosocial.
- Investigación para accidentes graves o mortales.
- Capacitaciones de brigadistas.
- Compra de los elementos del plan de emergencia: extintores, camillas, botiquines, señalización, etc.
- Firmar la documentación como responsables del SG-SST del cliente.
- Si el cliente requiere o solicita acompañamiento a las incluidas en esta propuesta la hora adicional de consultoría remota/virtual tendrá un valor de \$120.000 + IVA.
- El proceso cotizado en la propuesta se realiza de manera remota o virtual, si requieres visitas presenciales, estas tienen un valor adicional de 180.000 + IVA por visita, máximo 2 horas de tiempo del consultor.

Condiciones Comerciales:

1. Esta propuesta económica tiene vigencia hasta el 29 de junio.
2. Forma de pago: Plan Diseño 60% para iniciar – 40% a la entrega de la documentación y para emitir la acreditación del SG-SST.
3. Si por responsabilidad o abandono del cliente después de 60 días de iniciado el proceso de diseño del sistema de gestión este no se ha cerrado, Cuidamos cancelará el servicio y el cliente deberá iniciar desde cero el proceso del diseño y pagar el servicio completo. CUIDAMOS no procederá a reembolsar dinero, ni ampliará el tiempo del servicio contratado.
4. Todas las sesiones contempladas en esta propuesta se prestarán de forma remota, virtual y/o por video llamada.
5. Es importante que la información sea clara sobre la actividad que desempeña la empresa y el nivel de riesgo que tienen, ya que si se identifica que hay inconsistencia en la información suministrada por el cliente no podríamos prestar el servicio o generarían costos adicionales.

Responsabilidades del Cliente

- Disponer de los recursos humanos y tecnológicos requeridos para el correcto desarrollo y ejecución del servicio durante el tiempo que esté se encuentre vigente.
- Nombrar una persona que sea responsable de la ejecución dentro de la empresa del SG-SST, para iniciar trabajo en conjunto.
- Garantizar disponibilidad de tiempo de la gerencia y de los colaboradores de la empresa para efectuar sesiones y resolver inquietudes relacionadas con el diseño e implementación del Sistema de Gestión.
- Realizar curso de las 50 horas de SG-SST obligatorio para los responsables del SG-SST por parte de la empresa (responsable de la ejecución y miembros de los comités)
- Realizar los pagos en los tiempos y formas pactadas en la aceptación de esta propuesta.
- Realizar los exámenes médicos ocupacionales a los trabajadores si no los tuviere en el tiempo de desarrollo del Diseño, en caso contrario no se podrá certificar el SG-SST.

CUIDAMOS



Cuidamos Colombia SAS
 NIT 901.024.921-0
 Carreer 48 No 10-45 Of. 807 Medellín – Antioquia
 Teléfono 3192410063
www.cuidamos.com.co
contacto@cuidamos.com.co

Apéndice C. Cotización ambiental

**Datos de la compañía**

Grandes Modas
Cra 32 No. 41 - 39

Fecha 10/09/2022

N.º de presupuesto 100

Id. del cliente 25314

Presupuesto para

Angélica Zarayth Rodríguez Ortiz
3028296290

Presupuesto válido hasta: 10/10/2022

Comentarios o instrucciones especiales:

Esta cotización no toma en cuenta impactos causados por desastres naturales.

Cantidad	Descripción	Precio / Unidad	¿Impuestos?	Importe
1	Plan de manejo ambiental	\$ 2.000.000	Sí	\$ 2.000.000,00

Subtotal \$ 2.000.000,00

Si tiene alguna duda sobre este presupuesto, póngase en contacto con:

Tasa impositiva 19,00%

Impuesto sobre las ventas \$ 380.000,00

Gracias por su confianza.

TOTAL \$ 2.380.000,00

Apéndice D. Activos fijos

ALMACEN GALERIA SU OFICINA

Dirección calle 42 # 20-30
Bucaramanga, santander
322456688- 6330184

Presupuesto para:

Nombre Angelica Zaryth Rodriguez Ortiz
Nombre de la empresa
Dirección cra 5 # 39-31
Bucaramanga, santander
(316) 683-4326

Comentarios o instrucciones especiales: Ninguno

Presupuesto

FECHA 19/05/2023
N.º de presupuesto 6698

Presupuesto válido hasta: 10/06/2023

Autor: Francisco Jaimez

VENDEDOR	NÚMERO DE PEDIDO DE COMPRA	FECHA DE ENVÍO	MÉTODO DE ENVÍO	F.O.B. LUGAR DE EMBARQUE	TÉRMINOS
Francisco Jaimez	7846				Pago a la recepción

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	Escritorio polar 150	UNI	\$ 900,000	\$ 1,800,000
2	Silla Paris	UNI	\$ 550,000	\$ 1,100,000
1	Set Archivador Metálico	UNI	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
3	Mostrador Econo Estanterías	UNI	\$ 1,500,000	\$ 4,500,000
5	Maniquí cuerpo entero	UNI	\$ 500,000	\$ 2,500,000
SUBTOTAL				\$ 11,100,000
TASA DE IMPUESTO				19.00%
IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS				\$ 1,772,289
OTROS				\$ -
TOTAL				\$ 11,100,000

GRACIAS POR SU CONFIANZA.