

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR
DEPORTIVAS EN SAN ALBERTO CESAR**

PATRICIA ELENA CARVAJAL GIL

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER-INSED
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y ESTUDIOS A DISTANCIA
PROGRAMA DE GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2012**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR
DEPORTIVAS EN SAN ALBERTO CESAR.**

PATRICIA ELENA CARVAJAL GIL

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
profesional en gestión empresarial**

**Director
LUIS HOMERO PUENTES FUENTES
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER-INSED
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y ESTUDIOS A DISTANCIA
PROGRAMA DE GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2012**

*A pesar de las vicisitudes hoy culmino un proyecto, una experiencia que
me llena de satisfacción.
Con todo mi amor dedico este gran logro:
A todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron a mi
formación.
A mi padre y mis hermanos por el apoyo y la confianza que depositaron
en mí.
A mis hijos, de manera muy especial, para que siempre tengan presente
que con esfuerzo y disciplina se alcanzan las metas,
Nunca es tarde, en el camino los triunfos nos esperan, esperan que
lleguemos a tomarlos.
El mundo es de triunfadores.*

Patty

AGRADECIMENTOS

Levantarse en un amanecer y dar gracias a Dios por un triunfo logrado, es el mejor premio que se pueda disfrutar al ocupar el escaño de la cultura que con esfuerzo, dedicación y sacrificio se ha alcanzado.

Dar gracias por compartir, durante estos años, las alegrías y sinsabores de la amistad; momentos en los que se siente no poder pero gracias al deseo de superación y a la colaboración de mis superiores, amigos y compañeros, he alcanzado la meta.

Agradecida infinitamente estoy, no sólo por la experiencia cultórica que me legan sino también por los lazos de amistad que me han prodigado, lo que me lleva a forjar un mejor futuro lleno de satisfacciones para abrir más espacios del conocimiento y reflejar los más sinceros deseos de servir y compartir con la humanidad.

CONTENIDO

| | Pág. |
|---|-------------|
| INTRODUCCIÓN | 21 |
| 1. GENERALIDADES | 23 |
| 1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR TEXTIL – CONFECCIONES. | 23 |
| 1.1.1. Origen de la ropa | 23 |
| 1.1.2 Historia y evolución de la ropa deportiva | 24 |
| 1.1.3 La indumentaria deportiva en la modernidad | 25 |
| 1.1.4. La posmodernidad | 27 |
| 1.2. LAS CONFECCIONES EN COLOMBIA | 29 |
| 1.2.1 La industria Textil y confecciones | 29 |
| 1.2.2. Las confecciones en San Alberto. | 31 |
| 1.2.2.1 Conformación del sector empresarial en San Alberto | 31 |
| 1.2.2.2. Instituciones que apoyan la creación de empresas en San Alberto. | 31 |
| 1.5. CONTEXTO GEOGRAFICO. | 32 |
| 1.5.1. Límites | 32 |
| 1.5.2. Aspectos Físicos | 33 |
| 1.5.3. Reseña Histórica | 33 |
| 1.5.4. División Político Administrativa del Municipio y Características Generales de los Corregimientos | 35 |
| 1.5.5. Características Socio Económicas | 35 |
| 1.5.6. Necesidades Básicas Insatisfechas | 36 |
| 1.6 MARCO NORMATIVO DEL SECTOR DE LAS CONFECCIONES | 37 |
| 2. ESTUDIO DE MERCADOS. | 38 |
| 2.1 OBJETIVOS | 38 |
| 2.1.1 Objetivo General. | 38 |
| 2.1.2. Objetivos Específicos | 38 |
| 2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO | 38 |
| 2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto | 38 |
| 2.2.1.1. Las tallas | 39 |
| 2.2.1.2 Los diseños | 39 |
| 2.2.2 Productos sustitutos | 39 |
| 2.2.3 Productos Complementarios | 39 |
| 2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia | 39 |
| 2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO | 41 |
| 2.3.1 Mercado potencial | 41 |
| 2.3.2 Mercado objetivo | 41 |
| 2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS | 41 |
| 2.4.1. La demanda | 41 |
| 2.4.1.1. Planteamiento del problema | 41 |

| | |
|--|----|
| 2.4.1.2. Necesidades de información | 42 |
| 2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda | 43 |
| 2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo | 44 |
| 2.4.1.5. Demanda actual del producto | 56 |
| 2.4.1.6 Demanda proyectada | 57 |
| 2.4.2. La oferta | 57 |
| 2.4.2.1. Necesidades de información | 58 |
| 2.4.2.2. Ficha técnica de la oferta | 58 |
| 2.4.2.3. Resultados del trabajo de campo | 60 |
| 2.5. DEMANDA INSATISFECHA | 63 |
| 2.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN | 64 |
| 2.6.1. Estructura de los canales actuales | 64 |
| 2.6.2. Ventajas de los canales actuales. | 64 |
| 2.7. PRECIO | 65 |
| 2.7.1. Análisis de precios | 65 |
| 2.7.2. Análisis de precio de la competencia. | 65 |
| 2.7.3. Proceso de fijación de precios | 65 |
| 2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN. | 65 |
| 2.8.1. El objetivo de la publicidad | 65 |
| 2.8.2. Logotipo | 66 |
| 2.8.3. Lema. | 66 |
| 2.8.4. Análisis de medios | 66 |
| 2.8.5. Selección de medios | 67 |
| 2.8.6. Estrategias de lanzamiento | 67 |
| 2.8.7. Presupuesto de publicidad y promoción | 67 |
| 2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO | 68 |
| | |
| 3. ESTUDIO TÉCNICO | 69 |
| 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO | 69 |
| 3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto | 69 |
| 3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto | 69 |
| 3.1.3. Capacidad del proyecto | 70 |
| 3.1.3.1. Capacidad total diseñada. | 70 |
| 3.1.3.2. Capacidad instalada | 71 |
| 3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada | 72 |
| 3.2 LOCALIZACIÓN | 73 |
| 3.2.1. Macro localización | 73 |
| 3.2.2. Micro localización | 74 |
| 3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO | 77 |
| 3.3.1. Ficha técnica del producto | 77 |
| 3.3.2. Descripción técnica del proceso | 79 |
| 3.3.3 Diagrama de Proceso | 83 |
| 3.3.4. Control de calidad | 87 |
| 3.3.5. Recursos | 87 |
| 3.3.5.1 Recurso humano. | 87 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.5.2. Recurso físico | 88 |
| 3.3.5.3. Recursos de insumos y materia prima | 89 |
| 3.3.6. Estudio de proveedores. | 93 |
| 3.3.7. Distribución de planta | 94 |
| 3.3.8. Logística de Distribución | 95 |
| 3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO. | 95 |
| | |
| 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO. | 97 |
| 4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN. | 97 |
| 4.2. CULTURA EMPRESARIAL | 98 |
| 4.2.1. Misión | 98 |
| 4.2.2. Visión | 98 |
| 4.2.3. Objetivos | 98 |
| 4.2.4. Políticas | 99 |
| 4.2.4.2. Políticas de compras | 100 |
| 4.2.4.3 Políticas de ventas. | 100 |
| 4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 101 |
| 4.3.1. Organigrama | 101 |
| 4.3.2. Descripción y perfil de cargos | 101 |
| 4.3.3. Asignación salarial. | 109 |
| | |
| 5. ESTUDIO FINANCIERO | 110 |
| 5.1. INVERSIONES | 110 |
| 5.1.1. Inversión Fija | 110 |
| 5.1.2. Inversión diferida | 112 |
| 5.1.3. Inversión de capital de trabajo | 113 |
| 5.1.3.1. Costos de producción | 113 |
| 5.1.3.2. Gastos de administración y ventas | 119 |
| 5.1.3.3 Gastos Financieros | 121 |
| 5.1.3.4. Total capital de trabajo | 122 |
| 5.1.4. Inversión total | 123 |
| 5.1.5. Fuentes de financiación. | 123 |
| 5.2. COSTOS. | 123 |
| 5.2.1. Costos y gastos fijos | 124 |
| 5.2.2. Costos variables | 124 |
| 5.2.3. Costos totales unitarios | 125 |
| 5.2.4. Precio de venta | 126 |
| 5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS. | 127 |
| 5.3.1. Ingresos proyectados. | 127 |
| 5.3.2. Egresos proyectados | 129 |
| 5.4. ESTADOS FINANCIEROS. | 131 |
| 5.4.1. Flujo de caja proyectado | 131 |
| 5.4.2. Estado de Resultados proyectado | 132 |
| 5.4.3. Balance general | 132 |

| | |
|--|-----|
| 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO | 134 |
| 6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO | 134 |
| 6.2. IMPACTO SOCIAL | 136 |
| 6.3. IMPACTO AMBIENTAL | 137 |
| 6.3.1. Efectos sobre el medio ambiente natural | 137 |
| 6.3.1.1. Agua ambiental de la empresa | 137 |
| 6.3.1.2. Aire. | 137 |
| 6.3.1.3. Ruido | 137 |
| 6.3.1.4. Suelo | 138 |
| 6.3.1.5. Biota | 138 |
| 6.3.1.6. Energía eléctrica | 138 |
| 6.3.2. Como mitigar el impacto | 138 |
| 6.4. EVALUACION FINANCIERA | 139 |
| 6.4.1. Valor presente neto | 139 |
| 6.4.2. Tasa interna retorno TIR | 140 |
| 6.4.3. Periodo de recuperación | 141 |
| 6.4.4. Análisis de las razones financieras | 142 |
| 6.4.4.1 Rotación de los activos totales. | 143 |
| 6.4.4.2. Rendimiento Sobre la Inversión | 143 |
| 6.4.4.3. Razón corriente. | 143 |
| 6.4.4.4. Razón de deuda. | 143 |
| 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. | 145 |
| BIBLIOGRAFIA | 148 |
| ANEXOS | 150 |

LISTA DE CUADROS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Cuadro 1. Definición de prendas. | 40 |
| Cuadro 2. Ficha Técnica de la demanda. | 43 |
| Cuadro 3. Gusto por el deporte. | 44 |
| Cuadro 4. Tipo de ropa que usa para hacer deporte. | 45 |
| Cuadro 5. Tipo de prenda deportiva que usa con más frecuencia | 46 |
| Cuadro 6. Preferencia por la tela. | 46 |
| Cuadro 7. Frecuencia de compra de la ropa deportiva. | 47 |
| Cuadro 8. Lugar donde compra la ropa deportiva. | 48 |
| Cuadro 9. Frecuencia de compra de los pantalones deportivos. | 49 |
| Cuadro 10. Frecuencia de compra de las bermudas. | 49 |
| Cuadro 11. Frecuencia de compra de los camibuses | 50 |
| Cuadro 12. Importancia por las características de la prenda. | 51 |
| Cuadro 13. Capacidad de pago por un pantalón deportivo | 52 |
| Cuadro 14. Capacidad de pago por una bermuda. | 52 |
| Cuadro 15. Capacidad de pago por un camibuso. | 53 |
| Cuadro 16. Satisfacción por la ropa deportiva comprada actualmente. | 54 |
| Cuadro 17. Temporada del año en que más compra la ropa deportiva. | 55 |
| Cuadro 18. Apoyo a la nueva empresa de ropa deportiva sobre medidas. | 55 |
| Cuadro 19. Demanda actual del producto. | 56 |
| Cuadro 20. Consumo aproximado población objetivo. | 57 |
| Cuadro 21. Proyección de la demanda. | 57 |
| Cuadro 22. Ficha técnica de la oferta. | 58 |
| Cuadro 23. Información de los almacenes que ofrecen ropa deportiva. | 60 |
| Cuadro 24. Precio promedio ropa deportiva comercializada en los almacenes. | 61 |
| Cuadro 25. Descripción de los productos ofrecidos por Dominio. | 61 |
| Cuadro 26. Descripción de los productos ofrecidos por Gianni Garetti. | 61 |
| Cuadro 27. Descripción de los productos ofrecidos por Kíéreme. | 61 |
| Cuadro 28. Precio promedio de prendas de vestir deportiva comercializadas por catálogo. | 62 |
| Cuadro 29. Informe de taller de confección de ropa deportiva Ellas y Ellos. | 62 |
| Cuadro 30. Informe de taller de confección de ropa deportiva Fabrideportes. | 62 |
| Cuadro 31. Informe de taller de confección de ropa deportiva Dimaros. | 63 |
| Cuadro 32. Precio promedio de prendas de vestir deportiva comercializadas en los talleres de confección. | 63 |
| Cuadro 33. Precios promedio de la competencia. | 65 |
| Cuadro 34. Presupuesto de lanzamiento. | 67 |
| Cuadro 35. Presupuesto de operación mensual. | 67 |
| Cuadro 36. Cálculo de la capacidad total diseñada. | 70 |
| Cuadro 37. Tiempo de elaboración de prendas por lote en minutos. | 71 |
| Cuadro 38. Capacidad diseñada por tipo de prenda. | 71 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 39. Cálculo de la capacidad instalada. | 72 |
| Cuadro 40. Capacidad instalada por tipo de prenda. | 72 |
| Cuadro 41. Cálculo de la Capacidad utilizada. | 72 |
| Cuadro 42. Capacidad utilizada por prenda. | 73 |
| Cuadro 43. Proyección a 5 años de la capacidad Utilizada. | 73 |
| Cuadro 44. Factor 1. Instalaciones locativas. | 75 |
| Cuadro 45. Factor 2. Cercanía a centros de concentración deportiva. | 75 |
| Cuadro 46. Factor 3. Costos de arriendo. | 76 |
| Cuadro 47. Factor 4. Fácil acceso a clientes. | 76 |
| Cuadro 48. Factor 5. Fácil acceso a materias primas. | 76 |
| Cuadro 49. Factor 6. Disposiciones legales. | 76 |
| Cuadro 50. Ponderación de los factores. | 76 |
| Cuadro 51. Determinación de la ubicación. | 77 |
| Cuadro 52. Ficha técnica del pantalón deportivo. | 77 |
| Cuadro 53. Ficha técnica de la bermuda. | 78 |
| Cuadro 54. Ficha técnica del Camibuso. | 78 |
| Cuadro 55. Maquinaria, equipo y herramientas de producción. | 88 |
| Cuadro 56. Equipo de oficina | 89 |
| Cuadro 57. Materia prima (tela en metros) por prenda y talla. | 89 |
| Cuadro 58. Requerimiento de insumos promedio por prenda. | 89 |
| Cuadro 59. Total materia prima en metros por tipo de prenda y talla. | 90 |
| Cuadro 60. Total requerimiento de materia prima (tela) a 5 años. | 90 |
| Cuadro 61. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 1. | 91 |
| Cuadro 62. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 2. | 91 |
| Cuadro 63. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 3. | 92 |
| Cuadro 64. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 4. | 92 |
| Cuadro 65. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 5. | 93 |
| Cuadro 66. Proveedores de telas. | 93 |
| Cuadro 67. Proveedores de empaques. | 93 |
| Cuadro 68. Proveedores de máquinas de coser. | 94 |
| Cuadro 69. Proveedores equipos de computo. | 94 |
| Cuadro 70. Proveedores muebles y enseres. | 94 |
| Cuadro 71. Proveedores de ensambles de prendas de vestir deportivas. | 94 |
| Cuadro 72. Descripción cargo gerente. | 102 |
| Cuadro 73. Descripción cargo vendedora. Cuadro 73. Descripción cargo vendedora. | 103 |
| Cuadro 74. Descripción cargo Jefe de producción. | 105 |
| Cuadro 75. Descripción cargo operario. | 106 |
| Cuadro 76. Descripción cargo Contador. | 107 |
| Cuadro 77. Relación de Maquinaria. | 110 |
| Cuadro 78. Relación de herramientas. | 111 |
| Cuadro 79. Relación de muebles y enseres de producción. | 111 |
| Cuadro 80. Relación de muebles y enseres de administración. | 111 |
| Cuadro 81. Relación de Equipo de oficina. | 111 |
| Cuadro 82. Total Inversión Fija. | 112 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 83. Gastos de investigación. | 112 |
| Cuadro 84. Gastos de constitución y legalización. | 112 |
| Cuadro 85. Total inversión diferida. | 113 |
| Cuadro 86. Materia Prima: tela. | 113 |
| Cuadro 87. Costo accesorios pantalón deportivo. | 114 |
| Cuadro 88. Costos accesorios Bermuda. | 115 |
| Cuadro 89. Costos accesorios Camibuso. | 115 |
| Cuadro 90. Costo Total de Materia Prima. | 116 |
| Cuadro 91. Nómina. | 116 |
| Cuadro 92. Costo de ensamble. | 117 |
| Cuadro 93. Total costos mano de obra directa. | 117 |
| Cuadro 94. Costo de materiales indirectos. | 118 |
| Cuadro 95. Costos de energía. | 118 |
| Cuadro 96. Costos de depreciación activos operativos. | 118 |
| Cuadro 97. Costo de mantenimiento de producción. | 119 |
| Cuadro 98. Costo seguro de producción. | 119 |
| Cuadro 99. Total CIF. | 119 |
| Cuadro 100. Total costos de producción. | 119 |
| Cuadro 101. Nomina Administrativa y Ventas. | 120 |
| Cuadro 102. Depreciación administrativa | 120 |
| Cuadro 103. Amortización de diferidos. | 121 |
| Cuadro 104. Gastos generales. | 121 |
| Cuadro 105. Total gastos de administración. | 121 |
| Cuadro 106. Amortización crédito. | 122 |
| Cuadro 107. Total capital de trabajo. | 122 |
| Cuadro 108. Inversión total. | 123 |
| Cuadro 109. Fuentes de financiación | 123 |
| Cuadro 110. Costos y Gastos fijos Totales. | 124 |
| Cuadro 111. Costos y gastos variables totales. | 125 |
| Cuadro 112. Total costos fijos y variables. | 125 |
| Cuadro 113. Costos totales unitarios del pantalón deportivo. | 125 |
| Cuadro 114. Costos totales unitarios de la bermuda. | 126 |
| Cuadro 115. Costos totales unitarios del camibuso. | 126 |
| Cuadro 116. Precio de venta de cada prenda. | 127 |
| Cuadro 117. Ingresos por ventas año 1. | 127 |
| Cuadro 118. Ingresos por ventas año 2 | 128 |
| Cuadro 119. Ingresos por ventas año 3 | 128 |
| Cuadro 120. Ingresos por ventas año 4 | 129 |
| Cuadro 121. Ingresos por ventas año 5 | 129 |
| Cuadro 122. Egresos proyectados | 130 |
| Cuadro 123. Flujo de caja proyectado | 131 |
| Cuadro 124. Estado de resultados proyectado | 132 |
| Cuadro 125. Balance general | 132 |
| Cuadro 126. Punto de equilibrio | 135 |
| Cuadro 127. Saldo neto de caja | 139 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Cuadro 128. Valores presentes netos | 141 |
| Cuadro 129. Razones financieras | 142 |

LISTA DE FIGURAS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Figura 1. Gusto por el deporte | 45 |
| Figura 2. Tipo de ropa que usa para hacer deporte. | 45 |
| Figura 3. Tipo de prenda deportiva que usa con más frecuencia. | 46 |
| Figura 4. Preferencia por la tela. | 47 |
| Figura 5. Frecuencia de compra de la ropa deportiva. | 47 |
| Figura 6. Lugar donde compra la ropa deportiva. | 48 |
| Figura 7. Frecuencia de compra de los pantalones deportivos. | 49 |
| Figura 8. Frecuencia de compra de las bermudas. | 50 |
| Figura 9. Frecuencia de compra de los camibusos. | 50 |
| Figura 10. Importancia por las características de la prenda. | 51 |
| Figura 11. Capacidad de pago por un pantalón deportivo. | 52 |
| Figura 12. Capacidad de pago por una bermuda. | 53 |
| Figura 13. Capacidad de pago por un camibuso. | 53 |
| Figura 14. Satisfacción por la ropa deportiva comprada actualmente. | 54 |
| Figura 15. Temporada del año en que más compra la ropa deportiva. | 55 |
| Figura 16. Apoyo a la nueva empresa de ropa deportiva sobre medidas. | 56 |
| Figura 17. Logotipo. | 66 |
| Figura 18. Lema de la empresa. | 66 |
| Figura 19. Proceso de diseño. | 79 |
| Figura 20. Tendido de la tela. | 79 |
| Figura 21. Trazo de los moldes sobre la tela. | 80 |
| Figura 22. Corte de las piezas. | 80 |
| Figura 23. Bordado de la prenda. | 81 |
| Figura 24. Ensamble. | 81 |
| Figura 25. Revisión y despeluzado. | 82 |
| Figura 26. Planchado de la prenda. | 82 |
| Figura 27. Empaque. | 83 |
| Figura 28. Diagrama de procesos de la Bermuda. | 84 |
| Figura 29. Diagrama de procesos del pantalón deportivo. | 85 |
| Figura 30. Diagrama de procesos del Camibuso. | 86 |
| Figura 31. Distribución de la planta. | 95 |
| Figura 32. Organigrama | 101 |
| Figura 33. Punto de equilibrio | 136 |

LISTA DE ANEXOS

| | Pág. |
|--|-------------|
| Anexo A. Formato Encuesta Demanda | 150 |
| Anexo B. Publicación de las Ideas Ganadoras concurso Cesar Emprende. | 153 |
| Anexo C. Reconocimiento de la Gobernación del Cesar. | 154 |
| Anexo D. Cotización máquinas. | 155 |

GLOSARIO

Manufactura. Producto industrial

Textil. De tela, los tejidos y las fibras para tejer o relativo a ellos.

Tendencia. En términos generales, Tendencia es simplemente la dirección o rumbo que toman algunas cosas.

Accesorios. Detalles para decorar o lograr un efecto visual.

Carta de color. Gama de colores que se utiliza para elegir la material prima y los accesorios de una colección.

Casual. Cuando se trata el concepto de moda casual, se habla de moda de diario, más informal pero no es moda sport. Se trata del conjunto que se pone cuando se quiere ir presentable y atractivo, pero no quiere vestirse formal.

Diseño. Actividad creativa y técnica encaminada a idear objetos útiles y estéticos que puedan llegar a producirse en serie.

Moda. Uso, moda o costumbre que está vigente y se sigue de manera pasajera

Indumentaria. Conjunto de vestiduras o ropas que se tienen o se

Unisex. Que se considera adecuado tanto para hombres como para mujeres

Camibuso. Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir el torso, se caracteriza por llevar botones sólo en la parte superior del delantero.

Pantalón deportivo. Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir la parte inferior del cuerpo, es decir, desde la cintura hasta los tobillos.

Bermuda. Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir la parte inferior del cuerpo, es decir, desde la cintura hasta media pierna, en algunos casos o gustos es usada hasta la rodilla.

Renglón económico. Conjunto de cosas que por su naturaleza específica o por razón de circunstancias forman un grupo en una clasificación determinada de carácter económico o de tipo industrial o comercial.

Figurines. Revista con dibujos o figuras que sirven de modelo para hacer todo tipo de prendas de vestir.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR DEPORTIVAS EN SAN ALBERTO CESAR*.

AUTORA: PATRICIA ELENA CARVAJAL GIL**.

PALABRAS CLAVE: Factibilidad, confecciones, deportivas, pantalón, bermuda, camibuso, algodón.

DESCRIPCIÓN:

La manufactura de prendas de vestir está comprendida en el sector textil- confección, proceso desarrollado mediante la transformación de telas, y otros materiales. La cadena de producción de la confección inicia con el diseño de la prenda, corte y confección de la misma y finaliza con la respectiva distribución del producto.

Una característica del sector es la convivencia de pequeños establecimientos junto a otros de gran tamaño, esto es posible gracias a la conjugación de varios factores: alta utilización de mano de obra con relación a la utilización de maquinaria, la baja complejidad de las máquinas involucradas y la diferenciación de productos con base en marcas y no en aspectos técnicos.

En este contexto se ofrece este proyecto dentro de un ambiente estructurado y organizado en el concepto productivo, donde la formación integral, basado en la utilización de herramientas y la formación calificada, son un componente fundamental en el trabajador de hoy y necesarios para el desarrollo del sector productivo a nivel nacional.

La temática, permite identificar necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, utilidad del proyecto, punto de equilibrio, impacto económico social y ambiental para establecer y mostrar la viabilidad del proyecto de creación de una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar.

Con la implementación de este proyecto se pretende generar alternativas de desarrollo microempresariales para la región, aplicando las herramientas gerenciales necesarias para impulsar el desarrollo del sector de las confecciones.

* Proyecto de grado

**UIS.Instituto de proyección regional y estudios a distancia. Programa de gestión empresarial. Director: Luis Homero Puentes Fuentes.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITYSTUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING OF SPORTS CLOTHING IN SAN ALBERTO CESAR*.

AUTHOR: PATRICIA ELENA CARVAJAL GIL**.

KEY WORDS: Feasibility, confection, sports clothing, pants, short pants, cotton

DESCRIPTION:

The manufacture of clothing falls within the textile sector, a process developed by transforming fabrics and other materials. The production of clothing begins with the design of the garment, sewing the same and ends with the respective distribution.

A feature of the sector is the coexistence of small establishments with other large, this is possible thanks to a combination of several factors: high labor utilization in relation to the use of machinery, low complexity of the machines involved and product differentiation based on brand rather than technical aspects.

In this context, this project is provided within a structured and organized in the production concept, where the integral formation, based on the use of qualified tools and training are an essential component in today's worker and necessary for the development of national productive sector.

The thematic approach, identifying investment needs, revenues, costs, expenses, value of the project, point of balance, social and environmental economic impact to establish and prove the viability of the proposed establishment of a producer and marketer of sports apparel San Alberto Cesar.

With the implementation of this project is to generate alternative microenterprise development for the region, using the management tools necessary to advance the development of the apparel sector.

*GradeProject

**UIS.Instituteforregional outreach anddistancelearning.Business management program .Director: Luis PuentesHomero Fuentes.

INTRODUCCIÓN

En el mundo existen diversas formas de vestir y según el lugar o región cada población o habitantes utilizan formas de vestir diferentes; en Colombia gracias a la variedad de climas y costumbres la forma de vestir es muy variada.

En San Alberto, la forma de vestir de las personas es un estilo muy deportivado que estas prendas ofrecen frescura y a la vez brindan comodidad a la hora de realizar las actividades diarias y deportivas.

Es un mercado que actualmente cuenta con una cantidad de clientes en crecimiento, clientes que prefieren la comodidad de una prenda de vestir deportiva elaborada en algodón con un toque de creatividad y elegancia que puede ser usada en muchas actividades del diario vivir.

Siendo consecuentes con lo que representa el haber tenido la oportunidad de participar en la convocatoria de Ideas Innovadoras del programa Cesar Emprende y posteriormente haber sido seleccionada como una de las 25 ideas de negocio que harán parte de la estrategias de emprendimiento empresarial promovida por la Gobernación del Cesar a las cuales se les brindará accesoria para la formulación del plan de negocios, el cual es la guía para el inicio del proceso de consecución del capital semilla para la puesta en marcha del proyecto, siendo esto un motivo más para continuar trabajando en la idea de negocio.

Con el fin de analizar y viabilizar el proyecto para la creación de una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar, se ha optado por realizar un estudio de factibilidad, como medio para definir y llegar al mercado objetivo.

La factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar estará estructurada en (6) unidades que direccionarán el estudio para presentar con claridad es desarrollo de la investigación llevando el siguiente orden.

En la primera unidad, se describen las generalidades a nivel mundial, Nacional y regional dando a conocer la historia y el desarrollo que ha tenido la industria de las confecciones.

La segunda unidad presenta el desarrollo del estudio de mercado el cual se realiza con un alcance que incluye personas de sexo femenino y masculino comprendidos en un rango de edad entre lo 20 y 60 años caracterizados por tener capacidad de compra; el objetivo principal es conocer la demanda potencial y la demanda insatisfecha de las prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar, de igual forma conocer el grado de competitividad, los canales de distribución y precios de la competencia para empezar con paso firme la creación de la nueva empresa.

El estudio técnico conforma la tercera unidad, la cual se convierte en la columna vertebral, ya que aquí se comprometen los recursos más importantes de la empresa tales como el recurso humano, insumos, equipos, procesos, todos necesarios y comprometidos con el objeto de la empresa que no es más que fabricar prendas de vestir deportivas para ser comercializadas con el fin de generar utilidades.

La cuarta unidad está dedicada al estudio administrativo que es donde se constituye, organiza y legaliza la empresa naciente dándole forma mediante un conjunto de requisitos administrativos que describen las funciones y perfiles de los diferentes cargos y de esta forma llevando a una buena selección de personal para dirigir los diferentes departamentos que con un eficiente desempeño se convierte en un engranaje para alcanzar las metas propuestas.

La quinta unidad es el estudio financiero, aquí se analiza la viabilidad financiera del proyecto. Se sistematiza la información monetaria de los estudios anteriormente mencionados para determinar el financiamiento con el cual se está en condiciones de evaluar la factibilidad.

La sexta y última unidad, es una apreciación valorativa sobre la conveniencia de asignar recursos a cierto uso. Esta apreciación se basará en un conjunto de métodos que tienen por finalidad dar racionalidad económica a las decisiones en materia de inversión, con base en diferentes factores como son el social, el ambiental y el financiero, donde este ultimo está basado en elementos como el valor presente neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación para finalizar con los indicadores financieros.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA GENERAL DEL SECTOR TEXTIL – CONFECCIONES.

La manufactura de prendas de vestir está comprendida en el sector textil-confección, cuyo proceso se desarrolla mediante la transformación de telas, cueros y otros materiales y accesorios.

La cadena de producción de la confección inicia con el diseño de la prenda, corte y confección de la misma y finaliza con la respectiva distribución del producto.

Una característica del sector es la convivencia de pequeños establecimientos junto a otros de gran tamaño, esto es posible gracias a la conjugación de varios factores: alta utilización de mano de obra con relación a la utilización de maquinaria, la baja complejidad de las máquinas involucradas y la diferenciación de productos con base en marcas y no en aspectos técnicos.

1.1.1. Origen de la ropa¹. No se tiene plena certeza ni se puede precisar con exactitud cuándo ni en qué momento el ser humano optó por cubrir la desnudez de su cuerpo con telas o pieles de animales para protegerse de las inclemencias del tiempo, sin embargo, según revelan los hallazgos arqueológicos, esta práctica se remonta hasta tiempos muy antiguos y, hoy en día, se ha convertido en una vertiente de estudio histórico enfocada a vislumbrar cuál ha sido el papel del vestido a lo largo del tiempo entre las diversas sociedades.

El análisis de la vestimenta y de su historia, se encuentra inmerso dentro de la corriente historiográfica denominada como historia de la cultura material. La historia de la cultura material, y por ende de la vestimenta, se define como una historia del apropiamiento, de la percepción e interpretación que las sociedades en distintos momentos tienen sobre ciertos objetos. Para el caso que nos ocupa, hablaremos brevemente de cómo ha evolucionado y cómo se ha percibido la indumentaria deportiva en dos épocas históricas: la época moderna y la posmodernidad.

¹<http://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm>visitado 10-05- 2011

La historia de la indumentaria reúne tres elementos indispensables que convergen entre sí, el hombre, los objetos y las significaciones dadas a éstos últimos por los primeros y que al analizarlos nos permiten observar los gustos estéticos, las tendencias y los patrones más visibles de las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales de la ropa a través de las épocas.

1.1.2 Historia y evolución de la ropa deportiva². En su mayoría, las tendencias de la ropa son derivadas de los gustos de las elites y ésta es en sí una línea de investigación de la historia de la vestimenta, sin embargo, para este estudio analizaremos la indumentaria deportiva como un medio de comunicación, como el lenguaje en el que “las cosas y las palabras, lo enseñado y lo dicho, lo visible y lo oculto, dan cuenta de prácticas culturales dictadas por el dialogo sostenido entre normas y medios, entre códigos cambiantes y costumbres selectivas”.

En adición a lo anterior, la indumentaria deportiva puede ser considerada como un conjunto de símbolos que articulan diálogos y transmiten diversos mensajes, los cuales son entendidos (en este caso) por quienes se encuentran inmersos en el modo de vida del particular grupo concerniente al mundo deportivo.

En el caso de la indumentaria deportiva, se considera que ésta surge en la modernidad como resultado del establecimiento de la sociedad de consumo. Según se ha dicho, la revolución de las apariencias comienza a desarrollarse cuando aparece lo que Thorstein Veblen denomina como el “consumo conspicuo”, caracterizado por un consumo desmedido de valores abstractos, suntuosos e improductivos. Este hecho contribuyó “a la transición de la sociedad de costumbres a la sociedad moderna, donde se disparan los deseos, las necesidades y las posibilidades.”

Es en la modernidad y en la posmodernidad donde resulta evidente la diseminación y difusión de ideas políticas, mensajes y emblemas ideológicos de clubes y equipos nacionales a través de la indumentaria deportiva.

Ahora bien, ¿qué es la indumentaria deportiva? De forma simple se puede establecer que es la ropa utilizada para la práctica del deporte y surge como una respuesta de innovación que permitiría y facilitaría un mejor desempeño deportivo al ofrecer confort y ventaja al deportista, aunque se cabe aclarar que la vestimenta

²<http://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm> visitado 10-05-2011

deportiva ha estado condicionada por las reglas de los deportes y las restricciones morales de las diversas épocas.

En las Olimpiadas de la Grecia antigua (sin que esto signifique que las actividades físicas que los antiguos helenos desarrollaban fueran realmente deportes), los participantes llevaban a cabo la práctica de actividades y ejercicios físicos sin ningún tipo de vestimenta, pues al parecer la idea era mostrar el vigor, la belleza y la estética del cuerpo humano y la mejor forma de mostrar estos elementos del cuerpo fue estando totalmente desnudo.

La única prueba donde se utilizaba una clase de ropa era en la llamada carrera de hoplitas, pero en este caso, la indumentaria representaba una resistencia para el competidor, pues la prueba consistía en correr una distancia de más o menos tres kilómetros a campo traviesa con el peso de la armadura -alrededor de 25 kilos- pues estaba constituida en su mayoría de bronce.

1.1.3 La indumentaria deportiva en la modernidad. En lo que respecta a la modernidad (período caracterizado por una racionalización e industrialización de la gran mayoría de las esferas de la vida y que abarca temporalmente todo el siglo XIX y hasta la década de los 60's del siglo XX), es en esta etapa cuando se inician las primeras innovaciones en la ropa de uso cotidiano para adecuarla y hacerla apta para la práctica deportiva (esto aconteció inicialmente en Inglaterra a mediados del siglo XIX y se extendió hasta fines de la década de 1960).

La ropa de uso habitual, confeccionada de lana o algodón mayoritariamente, fue adaptada para la práctica del deporte, pues aún no se habían desarrollado las fibras sintéticas y estas modificaciones realizadas a la vestimenta “común”, para transformarla en indumentaria “deportiva”, consistieron básicamente en recortar los pantalones hasta arriba de la rodilla y suprimir las mangas.

También el calzado como complemento de la indumentaria deportiva, sufrió cambios significativos para adecuarlo a la práctica de los deportes. En este caso, las zapatillas perdieron el tacón y en algunas circunstancias, se le agregaron aditamentos especiales (de metal) en la suela para ofrecer un mejor agarre con la superficie.

En adición a lo anterior, algunas fuentes empíricas como el diario jalisciense El Regional, publicó algunas recomendaciones a los deportistas para que vistieran la ropa adecuada para llevar a cabo la práctica de los deportes. En ese entonces se

consideraba ideal usar “vestidos confeccionados con telas malas conductoras de calor, la franela, por ejemplo: y convenientemente amplios, para que no dificulten de modo alguno la circulación.”

En lo correspondiente al calzado se recomendaba que éste fuera “suficientemente ancho y desprovisto de clavos, a fin de prevenir las caídas, conviene hacer uso del calzado provisto de tacones bajos de caucho.”

Ahora bien, en este punto es importante señalar que el deporte como coto eminentemente masculino y teniendo en cuenta las normas morales tan restrictivas en el período de fines del siglo XIX y principios del XX no permitieron que la mujer tuviera una significativa participación en el deporte, ni tampoco, que la vestimenta utilizada para la práctica del deporte por parte de las féminas haya tenido significativas innovaciones como la ropa de sus pares masculinos.

Las mujeres en su mayoría vestían ropas que moralmente no dejaban al descubierto partes concebidas como pudorosas de su economía corporal (las piernas o el escote del busto), por lo que usaban la ropa habitual como indumentaria deportiva. Como ya se dijo, en la modernidad comenzaron las innovaciones físicas a la indumentaria habitual para transformarla en ropa deportiva, pero además, se inició la etapa ideológica del uniforme deportivo, es decir, es cuando se comenzó a investir de valores ideológicos y políticos a la vestimenta que los deportistas usaban.

Los uniformes, dejaron mostrar emblemas representativos de un club deportivo o un Estado-nación, por ejemplo, cuando una persona se adhiere a un club o asociación deportiva tiende a sentir que “forma parte” de una red social compartida “porque en ellas hay un nexo común entre sus asociados (deporte, distinción, integración, nacionalismo...)”.

Todos estos rasgos y elementos derivan en que al momento de llevar a cabo la práctica deportiva los atletas busquen diferenciarse de todos los demás deportistas a su alrededor, propiciando el diseño y confección de uniformes que portan emblemas y símbolos representativos de la ideología y objetivos del club o equipo, y que tanto a los socios o a los contrarios y público en general, transmiten diversos mensajes, dando pie a lo que Pierre Bourdieu ha denominado como la distinción.

Por ejemplo, al asistir a un encuentro deportivo, es posible constatar a qué equipo apoyan los fanáticos con el simple hecho de observar las camisetas que portan. Los colores y los emblemas en los uniformes son vestigios evidentes de lo propuesto por Bourdieu, pues son elementos que logran una diferenciación de las ideologías a partir de la vestimenta.

Dicho por David Frisby, si algo caracterizó a la modernidad (al menos en lo tocante en el rubro de la indumentaria deportiva y los deportes) fue su efímera duración, pues tan pronto como llegó se fue y, así mismo, una nueva etapa llegaría a sustituirla.

1.1.4. La posmodernidad. En esta nueva época, la idea del progreso eterno como finalidad de la historia se rompe definitivamente y de la misma manera en diversos rubros y áreas de la vida, la concepción anterior tomaría una nueva forma, muchos de los patrones característicos de la modernidad continúan y siguen siendo la base de las actividades deportivas, sin embargo, algunos de ellos caen en una exacerbada radicalización y en definitiva se alejan de los elementos y patrones característicos de la modernidad.

Por ejemplo, la concepción que sobre el cuerpo se tenía como un templo sagrado de la salud desaparecen y hoy en día el cuerpo es interpretado y concebido como una máquina, como un medio de expresión política y económica, como un repositorio de valores abstractos y como un laboratorio de pruebas de los avances científicos.

El deporte de alta competencia y el ocio se han fusionado y ahora las innovaciones, en pro del mejoramiento del desempeño deportivo, no sólo van encaminadas para los atletas de alto rendimiento, sino que también, van dirigidas a los aficionados quienes son percibidos como potenciales compradores.

Estos cambios en los diseños de la indumentaria utilizada para la práctica del deporte han dado lugar al surgimiento de la moda deportiva.

La innovación en la moda deportiva se enfoca en dos niveles básicos: la perspectiva técnica con nuevos textiles que mejoran el desempeño deportivo y que además brindan una mejor protección al atleta y la concepción estética de la ropa y calzado donde nuevos estilos, colores y diseños lucen atractivos a la vista de los consumidores.

Los primeros desarrollos de indumentaria netamente deportiva se realizaron en los años 50's, cuando inició el auge del campismo, las actividades al aire libre, los deportes de montaña y las primeras expediciones que buscaban conquistar las cumbres más altas del planeta como el Everest.

El auge del campismo derivó en el surgimiento de las primeras empresas dedicadas al diseño de indumentaria deportiva como la casa Pindisport, la cual comenzó a desarrollar ropa térmica a prueba de viento y nieve para los montañistas combinando materiales como el algodón y el nylon.

Estas innovaciones redujeron el número de prendas de lana que un escalador usualmente portaba, haciendo más práctico y ligero un ascenso y, sobre todo, más seguro, pues estas nuevas telas sintéticas aislaban mejor del viento, la nieve o la lluvia que la lana.

El incremento en el desarrollo de equipo, ropa y calzado, especializado para actividades deportivas de montaña, destapó un boom que permeó un cambio en la actitud que las personas tenían hacia los deportes, inmiscuyéndolas más en ellos hasta convertirlos en asiduos practicantes y permanentes compradores, lo que mantiene en vigencia la dinámica de seguir en constante mejoría la tecnología y los diseños de la moda deportiva.

Ahora bien, otro tipo de mejoras en el diseño de la indumentaria deportiva, que marcan una nueva visión de ella, es la que los deportistas que, por experiencia propia, han tratado de implementar para solventar las deficiencias técnicas que la ropa tradicional generaba por no ser la más adecuada para la práctica deportiva.

Una de las mejores innovaciones desarrolladas en el campo atlético, fue la realizada por el maratonista británico Ron Hill (1970), quien instauró una nueva moda en los shorts de correr a partir de una modificación realizada a los tradicionales pantaloncillos.

En primera instancia, Hill optó por cambiar la tela con que estaban confeccionados los shorts (algodón) por fibras sintéticas (nylon), en seguida los recortó significativamente y por último, inventó la abertura a los lados para permitir mayor libertad de movimiento, esencial para una prueba tan larga y desgastante como la maratón.

Estas modificaciones no hubieran sido aceptadas por las normas morales existentes en la etapa de la modernidad, porque trasgredían por mucho las buenas costumbres del pudor y el recato, sin embargo, en la posmodernidad tanto los códigos morales como las reglas deportivas no tienen objeción alguna para que, tanto hombres como mujeres, usen este tipo de vestimenta.

En la actualidad la indumentaria deportiva femenina no sólo se ha transformado en lo que se refiere al uso de nuevos materiales y telas sino que, además, se ha recortado significativamente y, de forma explícita, despliega sensualidad y erotismo hacia todos los espectadores. El cuerpo de la mujer deportista ha pasado de coto prohibido a elemento de publicidad y mercadotecnia. La belleza que algunas deportistas poseen es explotada con fines comerciales y propagandísticos.

El caso más conocido es el de la tenista Anna Kournikova, quien nunca ha ganado un sólo torneo de Grand Slam, sin embargo, su belleza física le ha dado una gran popularidad que le ha asegurado un rotundo éxito como modelo, pues le sobran ofertas para realizar spots de televisión de diversos artículos relacionados con el mundo deportivo (como la propia ropa deportiva) pero también otros artículos muy alejados de él (refrescos, autos, etc.).

En contraparte con la modernidad, en la posmodernidad la indumentaria deportiva ha sido concebida como una “vitrina” en donde las marcas comerciales pueden exhibir sus productos y todo esto gracias a que los medios masivos tienen la capacidad de hacer llegar a millones de personas los mensajes que, en forma de imágenes comerciales, están adheridos a los uniformes deportivos.

1.2. LAS CONFECCIONES EN COLOMBIA³

1.2.1 La industria Textil y confecciones. En los últimos años, Colombia se ha venido convirtiendo en un gran atractivo para desarrollar proyectos de producción en la industria textil, esto se debe a cinco aspectos importantes como son:

- El acceso a mercados.
- El mercado interno cautivo
- La trayectoria de la industria
- El recurso humano competitivo

³http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf 10-05- 2011

- Los Incentivos Legales

El país ha presentado un crecimiento constante y mayor que América Latina, mostrando un crecimiento del 11.8% entre el 2006 y 2007 posicionándose en los últimos años como un gran centro de producción de moda y confección lo cual se ve reflejado en el crecimiento del PIB; muy probablemente gracias a la disminución de los niveles de violencia logrando la recuperación del grado de inversión.

La industria de textiles y confecciones genera más de 800.000 empleos directos, lo que representa el 12% del total de la producción de la industria manufacturera.

Las exportaciones de textiles y confecciones representaron, en promedio, el 12% de exportaciones no tradicionales de Colombia, durante los últimos cinco años.

Más de 100 años de experiencia y desarrollo ubican a Medellín como el centro de producción de Textiles y Confecciones de Colombia.

La producción del sector representa el 11% de la producción manufacturera y el 1.7 % del PIB y genera más de 600.000 empleos.

Una de las principales pasarelas en Latinoamérica se realiza en Medellín, siendo reconocida Colombiatex y Colombiamoda como los eventos más importantes a nivel internacional.

Por las ventajas competitivas del recurso humano, Colombia presenta uno de los costos laborales más bajos de Latinoamérica.

La flexibilidad laboral y la disponibilidad de RH calificado, permiten que los proyectos productivos en Colombia sean rentables, se pasó de tener acceso preferencial de 233 millones de consumidores en 2002 a 1200 millones de consumidores en 2010. Para el 2011, la agenda de acuerdos de inversión y acuerdos de doble tributación y dichos instrumentos, estarán disponibles para todos los socios comerciales. Otro aspecto que contribuye a que el sector crezca es la presencia de zonas francas más competitivas en América Latina con renta del 15% y que además permiten ventas en el mercado local.

1.2.2. Las confecciones en San Alberto. En San Alberto Cesar las personas visten preferencialmente con estilos deportivos, ya que dadas las condiciones del clima, estas prendas de vestir ofrecen frescura y, a su vez, brindan comodidad a la hora de realizar las actividades diarias.

Las confecciones en San Alberto se han desarrollado en dos áreas. El comercio y la producción manufacturera es un mercado que actualmente cuenta con una cantidad de clientes en crecimiento, clientes que prefieren la comodidad de una prenda de vestir deportiva, elaborada en algodón, con un toque de creatividad y elegancia que puede ser usada en muchas actividades del diario vivir.

1.2.2.1 Conformación del sector empresarial en San Alberto. El sector empresarial en San Alberto, según datos obtenidos en la oficina de catastro municipal, está conformado por 387 establecimientos comerciales de los cuales 30 son almacenes dedicados a la compra y venta de prendas de vestir para damas, caballeros y niños; de tipo casual, elegante y deportivo.

Además de estos, se encuentran 4 talleres dedicados a la confección de prendas deportivas tales como camibuses y uniformes escolares.

Por otra parte, las materias primas, son adquiridas en la ciudad de Bucaramanga donde existe una excelente oferta de productos (materia prima) indispensable para la elaboración de prendas de vestir deportivas.

1.2.2.2. Instituciones que apoyan la creación de empresas en San Alberto. Cesar Emprende es un programa que procura un cambio mental y cultural con respecto a la creación de empresas en el departamento del Cesar y que genera herramientas que facilitan esta labor.

Tenido la oportunidad de la participación en la convocatoria de Ideas Innovadoras del programa Cesar Emprende y haber sido seleccionada como una de las 25 ideas de negocio que harán parte de las estrategias de emprendimiento empresarial, promovida por la Gobernación del Cesar, el programa brindará asesoría para la formulación del plan de negocios, el cual es la guía para el inicio del proceso de consecución del capital semilla para la puesta en marcha del proyecto, siendo esto un motivo mas para continuar trabajando en la idea de negocio.

El programa busca aumentar la cultura de emprendimiento en el departamento a través de herramientas y metodologías que permita una formación empresarial y de emprendimiento a los cesarenses, con el fin de fortalecer los sistemas de producción, innovación y comercialización de bienes y servicios, de acuerdo con la vocación subregional y a las ventajas competitivas y productivas de cada subregión.

El público objetivo de Cesar Emprende son todas las personas con espíritu emprendedor que deseen crear su propia empresa.

Específicamente, los proyectos están orientados a trabajar con los diferentes actores públicos y privados que de una u otra forma puedan articularse a la cadena del emprendimiento de la región. Entre ellos se encuentran actores políticos, entidades públicas y privadas, universidades, centros de desarrollo tecnológico, instituciones del sistema financiero y otras instituciones vinculadas o con interés en el fomento y desarrollo empresarial.

Por otra parte estudiantes de educación media de los grados 10 y 11 de Instituciones educativas, aprendices, estudiantes, técnicos, tecnólogos, profesionales, productores, asociaciones y toda persona que tenga una idea con alto potencial empresarial.⁴

1.5. CONTEXTO GEOGRAFICO.⁵

El municipio de San Alberto se encuentra localizado al sur del Departamento del Cesar, tiene una extensión de 57.269 hectáreas. Como población fue fundada por Don Luis Felipe Rivera Jaimes, el 20 de Mayo de 1955 y elevado a municipio mediante ordenanza N° 003 del 27 de Noviembre de 1976, a partir de una segregación del Municipio de Río de Oro; posteriormente, en el año de 1983, de acuerdo a la ordenanza 01 del 19 de Noviembre fue disminuido parte de su territorio para dar paso a la creación del Municipio de San Martín.

1.5.1. Límites. Limita al Norte con el municipio de San Martín a través de las quebradas Minas y las Micas, al Sur con los departamentos de Santander y Norte de Santander a través del río San Alberto del Espíritu Santo, al occidente con el

⁴http://gel.verytel-outsourcing.com/contenido_ciudadanos_general.aspx?conID=33913 15-05-2011

⁵<http://www.sanalberto-cesar.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mlxx-1-&m=f10-05-2011>

departamento de Santander a través del río Lebrija y oriente con el Municipio de Abrego de Norte de Santander en la divisoria de aguas de la Loma de la Peña.

1.5.2. Aspectos Físicos. La parte más baja del municipio se encuentra localizada a 50 m.s.n.m. al occidente de la zona; el casco urbano esta a una altura de 120 m.s.n.m. y la parte más alta se encuentra a una altura de 2600 metros al extremo oriental de la zona. Otros datos geográficos de la cabecera Municipal son:

| | |
|---------------------------|------------|
| Latitud norte | 07°45'09" |
| Longitud oeste | 73° 23'21" |
| Temperatura media | 27,7°C |
| Precipitación medio anual | 2.313 mm. |
| Distancia a la capital | 350 Km. |

Desde el punto de vista fisiográfico el municipio presenta paisajes de vertientes, colinas, piedemontes y valles de topografía plana, los cuales ocupan el 2.66% del territorio departamental; las vertientes se encuentran localizadas al oriente y ocupan aproximadamente un 30 % del área; la zona de colinas y piedemontes se encuentran en el centro de la zona y ocupan aproximadamente el 15 % del área.

Los valles planos y depresiones aluviales se encuentran al centro-occidente y al occidente de la zona ocupando aproximadamente un 55% del área total.

1.5.3. Reseña Histórica. El proceso de poblamiento de buena parte del Magdalena Medio, hasta San Alberto y San Martín, esta indisolublemente ligado a las migraciones que generó el proceso de la Violencia, en los años cincuenta; la construcción de la vía férrea es sin embargo, el referente más importante para explicar cómo se ocupó ésta zona, que hasta los años cuarenta estaba prácticamente despoblada.

Con el ferrocarril llegaron trabajadores que se apropiaron de “tierras bajas” y se convirtieron en colonos, que ocupaban los terrenos a través de una ganadería completamente extensiva y casi “cimarrona” (es decir, con ganado prácticamente salvaje, que se marca para reafirmar derechos de propiedad sobre el área en la que éstos pastan y beben).

Para entonces, un grupo de conservadores que había sido expulsado de sus tierras en Santander, ocupó y colonizó las zonas menos angostas en las que aún había bosque primario que talar, entre los 300msnm y los 800msnm, cercaron las

fincas, introdujeron ganado de mejor calidad y crearon un núcleo poblado al que podía acceder por trocha desde Bucaramanga.

Con todo, estos colonos no llegaron a disputar la propiedad de tierras cuyos títulos de propiedad se venían transfiriendo de las concesiones que hizo el Estado a comienzos de siglo y que a su vez estaban reconociendo títulos que tenían antecedentes muy remotos. Estos colonos contribuyeron poderosamente a civilizar la zona, creando una vía de acceso terrestre y una oferta de mano de obra adaptada a las condiciones del medio.

Para los años 60, surge la posibilidad de vincularse una empresa extranjera que, aprovechando las medidas ultra-proteccionistas que se dictaron en ese entonces, desarrolló un importante cultivo de palma africana que, en su fase de montaje, requirió más de 800 trabajadores fijos (durante cerca de dos años) y alrededor de otros 700 temporales.

En un comienzo la empresa no disponía de campamentos, pero una vez que la plantación comenzó a explotar la Palma (desde mediados de los años 60, pero de modo sistemático al finalizar esa década) ya disponía de un conjunto importante de instalaciones.

Para mediados de los 70 existían viviendas obreras en lo que hoy constituye el casco urbano de San Alberto; pero fue realmente a mediados de ésta década que se aceleró el poblamiento, al punto de reconocerse la necesidad de crear una jurisdicción municipal nueva, de la que después (en 1983) se segregó el municipio de San Martín, que también había consolidado un importante núcleo, poblado en torno a otra zona de cultivo de palma africana.

En la década de los ochenta el municipio de San Alberto tuvo una dinámica inusitada, en parte, porque se logró consolidar en esos años y en los inmediatamente anteriores un importante programa de construcción de vivienda obrera para los trabajadores de la palma. Esta dinámica se vio opacada por severos procesos de violencia política, en algunos casos, asociada a conflictos obrero patronales en INDUPALMA.

Aún cuando algunos núcleos poblados, como La Palma y La Llana, en particular el primero, se formaron tempranamente como centros de servicios para los trabajadores palmeros .El gran impacto derivado de la vía a la costa atlántica

terminó por reforzar el crecimiento de lo que hoy constituye el casco urbano del municipio.

A lo anterior se suma el mencionado proceso de construcción de viviendas de los barrios obreros, que terminaron por darle la primacía total a la actual cabecera municipal.

1.5.4. División Político Administrativa del Municipio y Características Generales de los Corregimientos. El Municipio de San Alberto está dividido en cinco (5) Corregimientos y (32) veredas, en cuanto a los corregimientos en tres existen inspección de policía y estos, a su vez, ejercen jurisdicción sobre las veredas próximas a ellos.

En la actualidad sólo los cuatro (4) primeros funcionarían como tal, esta apreciación se obtiene sin una adecuada observancia de los límites municipales por parte del IGAC, y la atracción que ejercía en su momento la producción de la Palma y el transporte de productos a lo largo de dos vías importantes, como eran la Férrea del Atlántico y la Vía a la Costa.

1.5.5. Características Socio Económicas. Lo cierto es que el nivel general de ingresos en San Alberto es muy superior al resto de los municipios circunvecinos, incluso San Martín, que es muy semejante.

La principal fuente de ingreso en la localidad es INDUPALMA, es decir (como actividad) la producción de aceite de palma. Se tiene que las tres cuartas partes de las personas que viven en la cabecera municipal pertenecen a una familia vinculada a la producción de aceite de palma; siendo así, es razonable suponer que el resto de la población de la cabecera obtiene sus ingresos a través de la oferta de servicios a los trabajadores de INDUPALMA.

El comercio es muy dinámico en la cabecera y en los principales núcleos poblados y esto se refleja en el número de establecimientos registrados en la municipalidad.

La ganadería lechera es otra importante fuente de ingreso de la localidad. Aproximadamente existen en el Municipio 69.000 cabezas de ganado bovino, 5.200 porcinos, 1.200 ovinos, 450 equinos y 30.000 aves en galpones. La producción de leche promedio por animal es de 4.5 litros; siendo quizás la más alta del país.

La agricultura distinta a INDUPALMA, en el municipio, tiene una mayor importancia que la ganadería si se la mide por la cantidad de empleos que genera, pero es improbable que ni siquiera se asemeje al valor agregado que puede estar produciendo el hato lechero del municipio.

El municipio de San Alberto Cesar se encuentra conformado por una población de 21.091 habitantes. La población de San Alberto se encuentra equilibrada entre población femenina y masculina. La primera representa el 51% y la segunda el 49%. Los sectores en que se concentra mayor número de población son en los rangos de los 8 a los 40 años, por lo tanto el municipio tiene a la mayoría de sus miembros dentro del margen de Población Económicamente Activa (PEA).

1.5.6. Necesidades Básicas Insatisfechas. De acuerdo a las últimas estadísticas realizadas por Planeación Nacional, en donde se observa el comportamiento del departamento del Cesar en cuanto al índice de NBI, se muestra el comportamiento del Municipio de San Alberto decreciendo en las variables, lo cual indica que las Necesidades Básicas Insatisfechas desmejora en la región y el decrecimiento se acentúa en cada año, por lo cual se podría aproximar que no se han realizado acciones que permitieran vislumbrar una posibilidad de escalada o aumento en el índice.

El municipio, en 1993, contaba con un porcentaje del 13.9 de índice de miseria, si a este hecho se suma el aumento de personas al nivel de cabecera, se podría vislumbrar que el porcentaje de miseria existente en este momento es del 16%.

Los indicadores de NBI permiten observar la falta de cobertura en servicios básicos a la cual debería estar sujeta la población de San Alberto, de acuerdo a los cánones de Necesidades Básicas a los que el hombre debe satisfacer para obtener un margen de dignidad y calidad de vida para poder desarrollarse como un eje de su sociedad y entorno.

La realidad que presenta el municipio de San Alberto en cuanto calidad de vida, es una disminución de la misma, lo cual da bases para un desarrollo paulatino, lento y desequilibrado, el cual se mide en un alto grado de maltrato infantil. El fenómeno de desunión familiar y aumento del ocio negativo en la población juvenil, reflejada en el consumo de drogas, alcohol y manejo de pandillas, la deserción escolar y el manejo inadecuado o inexistente de políticas sociales donde la administración controle y prevenga los fenómenos antes mencionados, hacen parte de esta realidad.

En cuanto a servicios de salud, se encuentra el hospital Local Lázaro Alfonso Hernández Lara, el cual ofrece un servicio de primer nivel. Los corregimientos cuentan con un puesto de salud al que sólo el personal médico va en brigadas de salud periódicamente.

1.6 MARCO NORMATIVO DEL SECTOR DE LAS CONFECCIONES

- **NTC 2509 TEXTILES Y CONFECCIONES. ROPA PARA DEPORTE.** Establece definiciones y condiciones generales, requisitos, ensayos y rotulado, a los cuales debe someterse la ropa para deporte elaborada con telas de tejido de punto o de tejido plano.
- **LEY 9 DE 1979.** De la protección del medio ambiente y condiciones sanitarias en lo que se relaciona la salud humana.
- **DECRETO 410 DE 1971.** Por el cual se expide el código de comercio
- **LEY 789 DE 2002(diciembre 27).** Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo
- **LEY 256 DE 1996 (Enero 15) Diario Oficial No. 42.692, de 18 de enero de 1996.** la cual se dictan normas sobre competencia desleal.
- **EN 13402.** Es una norma europea sobre designación de tallas para prendas de vestir. Está basada en las dimensiones corporales medidas en centímetros. Su propósito es el de reemplazar los antiguos y confusos sistemas de vestimenta nacionales.
- **LEY 1429 DE 2010.** Tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

2. ESTUDIO DE MERCADOS.

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Determinar la oferta y la demanda de prendas de vestir deportivas, los canales de comercialización, la publicidad y promoción y precio de las prendas de vestir, en San Alberto cesar.

2.1.2. Objetivos Especificos

- Conocer los gustos y preferencias de los sanalbertenses por el uso de la ropa deportiva.
- Identificar la competencia directa e indirecta tanto en producción como en comercialización de las prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar reconociendo el grado de competitividad que esta representa
- Analizar los canales de comercialización que faciliten y simplifiquen los intercambios comerciales lo que es indispensable para que todos los consumidores puedan ponerse en contacto con el producto.
- Diseñar un programa publicitario que permita estimular la demanda de la ropa deportiva y así lograr para captar la atención del cliente.
- Determinar cuál es la capacidad de compra de los posibles clientes
- Conocer los precios de la competencia para determinar los precios del producto de la nueva empresa teniendo los costos de producción.

2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto. El producto que se ofrece, son prendas de vestir deportivas elaboradas en materiales frescos, 100% algodón que brindan comodidad y buena presentación; se trata de prendas de vestir deportivas que en los últimos años se han convertido en prendas de vestir de tipo informal usadas ampliamente por niños, jóvenes y adultos de todos los estratos sociales como indumentaria de uso diario gracias a que estas ofrecen

comodidad y buena presentación dada la innovación y creatividad con que se elaboran.

2.2.1.1. Las tallas. Además de las características físicas de diseño, el producto es elaborado bajo un estricto control de calidad, con medidas estándar según la norma EN 13402, sobre la designación de tallas para prendas de vestir. Está basada en las dimensiones corporales medidas en centímetros y permiten la precisión del tallaje. Las tallas que se van a manejar en las prendas de vestir deportivas, van desde la talla “0” para bebés hasta la talla “L” para adultos. Lo que permite que las prendas puedan ser usadas por todos los miembros de la familia.

2.2.1.2 Los diseños. Permiten resaltar la figura pero proporcionando la comodidad necesaria para facilitar los movimientos del deporte y las actividades rutinarias, brindando la oportunidad de estar siempre adelante con la moda, además de la línea fashion, se elaborarán uniformes deportivos para los colegios, camibuses tipo polo unisex, bermudas, camisetas y sudaderas, entre otras.

2.2.2 Productos sustitutos. Están constituidos por prendas de vestir en lycra que al igual que los uniformes de las instituciones educativas, pueden sustituirse por prendas de vestir particulares acorde con la necesidad de presentación y comodidad para realizar las actividades deportivas o simplemente estar cómodos y frescos.




2.2.3 Productos Complementarios. La nueva empresa no tendrá productos complementarios.

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. Además de las características físicas de diseño, se observa la gran aceptación del producto en cuanto a un trazo profesional de alta costura sobre medidas que permite un mejor ajuste a la silueta y, al mismo tiempo, brinda comodidad y frescura gracias a la calidad de las materias primas; dando como resultado un producto elaborado con las medidas y colores especificados por el cliente. Los atributos diferenciadores más importantes son:

- **Insumos.** los cuales se consiguen mediante la selección de los proveedores en la medida que estos garantizan el producto.

- **Diseño.** Son realizados de forma muy creativa, teniendo en cuenta la necesidad de comodidad que se requiere al momento de practicar un deporte y sencillamente cuando se disfruta de momentos de relajación y descanso.
- **Variedad.** La variedad en los diseños, colores, tallas y accesorios acompañados de bordados y estampados brindan la oportunidad de un amplio portafolio de productos para cada ocasión y necesidad del cliente que busca satisfacción y buen servicio.

Cuadro 1. Definición de prendas.

| | |
|--|---|
|  | <p>Camiseta tipo polo (camibuso). Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir el torso, se caracteriza por llevar botones sólo en la parte superior del delantero.</p> |
|  | <p>Pantalón deportivo. Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir la parte inferior del cuerpo, es decir, desde la cintura hasta los tobillos.</p> |
|  | <p>Bermuda. Prenda de vestir deportiva unisex, elaborada en algodón; usada para cubrir la parte inferior del cuerpo, es decir, desde la cintura hasta media pierna, en algunos casos o gustos es usada hasta la rodilla.</p> |

Fuente: Fotos de compro ropa al por mayor⁶

- **Servicio.** La forma personalizada de atención al cliente permite interactuar con él y, de esta forma, conocer cada detalle de los gustos y necesidades insatisfechos, procurando brindarle la atención que éste requiera.
- **Tipo de prendas.** Las prendas se caracterizan por sus colores vivos muy variados, la creatividad en la elaboración de los estampados y bordados acompañados de un toque muy original en piedras sintéticas que le dan elegancia, sin restar la comodidad que debe brindar una prenda de vestir deportiva.

⁶<http://medellin.olx.com.co/compro-ropa-al-por-mayor-bermudas-camisetas-pantalones-lycras-deportivas-iiid-103420841> visitada 05-22-11

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Todas aquellas personas que buscan satisfacción (comodidad y elegancia) al momento de adquirir una prenda de vestir deportiva.

2.3.2 Mercado objetivo. Está conformado por un grupo de la población de San Alberto, siendo los habitantes hombres y mujeres, comprendidos en un rango de edad entre los 20 y los 60 años, quienes tienen autonomía y capacidad de compra; los cuales son 10.577, datos suministrados por el sisben según la actualización de datos de DPN.

2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS

2.4.1. La demanda. San Alberto es un municipio con un comercio organizado que necesita de empresas de la región que le provean productos de excelente calidad para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes y que, a su vez, generen empleos y fortalezcan el renglón económico en la región gracias al talento y creatividad que poseen sus habitantes.

2.4.1.1. Planteamiento del problema. El municipio de San Alberto Cesar se encuentra en un crecimiento constante, debido en gran parte a la rentabilidad y estabilidad que presta la empresa Indupalma Ltda. Palmas del Cesar, a través de la contratación de servicios con la Cooperativas de trabajo asociado lo cual nos indica que, a mayor población, mayor demanda del producto se puede obtener.

Dada las características que ha venido tomando el mercado actual de la ropa deportiva se puede estimar como demandantes del producto todos los habitantes del municipio, desde el más chico hasta el más adulto, además se debe tener en cuenta la población estudiantil los cuales buscan uniformes bien elaborados y precios bajos para contribuir un poco en la economía del hogar.

Por otra parte, es de tener en cuenta lo que representa el haber tenido la oportunidad de participar en la convocatoria de Ideas Innovadoras del programa Cesar Emprende y, posteriormente, haber sido seleccionada como una de las 25 ideas de negocio que harán parte de las estrategias de emprendimiento empresarial promovida por la Gobernación del Cesar, a las cuales se les brindará asesoría para la formulación del plan de negocios, el cual es la guía para el inicio

del proceso de consecución del capital semilla para la puesta en marcha del proyecto.

Cabe destacar la idea de utilizar madres cabeza de hogar a las que se les ha venido capacitando en el área de confecciones, con el fin de incrementar la calidad de vida de sus familias y, por ende, la economía de San Alberto.

Además se cuenta con las empresas y cooperativas de la región que últimamente han venido incluyendo las camisetas tipo polo como prenda de dotación por la comodidad y buena presentación que estos ofrecen. De igual forma otra oportunidad es la demanda de uniformes para las diferentes selecciones de los diferentes deportes que se practican en el municipio, con el apoyo de los diferentes programas de gobierno.

Por lo anterior es necesario llevar a cabo una investigación de mercados que permita captar información acerca del comportamiento, necesidades, gustos, preferencias y aceptación frente a una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa deportiva en San Alberto Cesar.

2.4.1.2. Necesidades de información. La información requerida para este proyecto es la siguiente:

- Cuantificación del mercado objetivo de las prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar.
- Cuál es el nivel de aceptación de las prendas de vestir deportivas en San Alberto Cesar.
- Los canales de distribución de mayor fuerza y aceptación para llegar a una gran cantidad de público.
- La competencia de las prendas deportivas en San Alberto
- Precios actuales manejados por el comercio y talleres de confección.

2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda

Cuadro 2. Ficha Técnica de la demanda.

| ITEM | OBSERVACIONES |
|--|---|
| Tipo de investigación | <p>Descriptiva. Ya que es el idóneo para recolectar información, con este se pretende captar los conocimientos, aptitudes, preferencias y comportamientos de compra de las personas. Al querer adquirir un producto, igualmente utilizaremos el método de la observación para entender la experiencia de los consumidores, juicios de valor, juicios de realidad y observar las condiciones sociales, culturales y económicas que lo afectan.</p> <p>Exploratoria. Permite analizar el problema para determinar los parámetros bajo los cuales se está trabajando en el mercado y con que recursos se cuenta para la puesta en marcha del proyecto.</p> |
| Fuentes de información | <p>Primarias. Aplicación del cuestionario a la población objetivo que, para este caso, son las personas con capacidad de compra del municipio de San Alberto la cual está representada en 10.577 habitantes.</p> <p>Secundarias. Datos suministrados por el SISBEN. Según la base de datos del DPN., se realizarán consultas en Internet sobre la confección y la moda, revistas (figurines), sugerencias de algunos diseñadores de moda y patronaje industrial, proyectos de grado los cuales serán debidamente relacionados respetando los derechos de autor.</p> |
| Técnica de investigación | La encuesta |
| Instrumento para recolectar informa | Cuestionario (Ver anexo A) |
| Modo de aplicación | Directa. |
| Definición de población | Está dirigido a toda la población de San Alberto, en un rango de edad comprendida entre 18 y 60 años, quienes demuestran capacidad y autonomía de compra. |
| Determinación de la muestra | <p>n= Tamaño de la muestra</p> <p>z= grado de confiabilidad 1.96</p> <p>p= Probabilidad que el evento ocurra (0.5)</p> <p>q= Probabilidad que el evento no ocurra (0.5)</p> <p>e= Error de estimación 5% (0.05)</p> |

| ITEM | OBSERVACIONES | | | | | | |
|-----------------------------|--|----|-------------|-------------------------|----|---------------------------------|--|
| | <p>N= Población (finita)10.577habitantes N-1= Factor de corrección</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td rowspan="2" style="padding: 5px;">n=</td> <td style="padding: 5px;">$Z^2 N p q$</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">$(N-1) E^2 + (Z^2 p q)$</td> </tr> </table> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td rowspan="2" style="padding: 5px;">n=</td> <td style="padding: 5px;">$(1.96)^2 * 10.577 * 0.5 * 0.5$</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">$(10.577-1) * 0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5$</td> </tr> </table> <p>n= 371</p> | n= | $Z^2 N p q$ | $(N-1) E^2 + (Z^2 p q)$ | n= | $(1.96)^2 * 10.577 * 0.5 * 0.5$ | $(10.577-1) * 0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5$ |
| n= | $Z^2 N p q$ | | | | | | |
| | $(N-1) E^2 + (Z^2 p q)$ | | | | | | |
| n= | $(1.96)^2 * 10.577 * 0.5 * 0.5$ | | | | | | |
| | $(10.577-1) * 0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5$ | | | | | | |
| Marco muestral | Está representado por los habitantes del municipio de San Alberto, departamento del Cesar el cual cuenta con una población aproximada de 10.577 habitantes, en un rango de edad comprendido entre los 20 y 60 años cifras dadas por el sisben. DPN. | | | | | | |
| Alcance | Municipio de San Alberto Cesar. | | | | | | |
| Tiempo de aplicación | Desde el 2 al 17 de junio de 2011 | | | | | | |

Fuente: Autora del Proyecto

2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo. Después de recopilar la información, se procede a presentar un informe de los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada; para ello se utilizan cuadros y figuras acompañadas de un breve pero claro análisis que permitirá conocer la disposición del mercado.

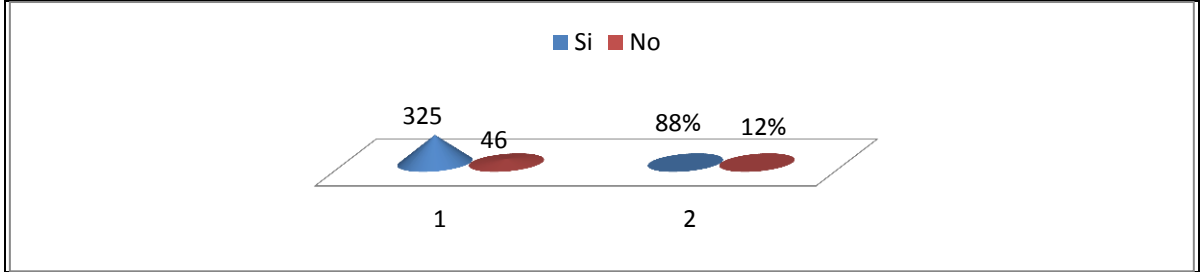
- **Pregunta uno. ¿Practica usted algún deporte?**

Cuadro 3. Gusto por el deporte.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Si | 325 | 88% |
| No | 46 | 12% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 1. Gusto por el deporte



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Según el estudio realizado, se puede observar un alto grado de preferencia por el deporte. Un 88% de las personas encuestadas dijeron que si practicaban algún deporte y el 12% no lo hacen.

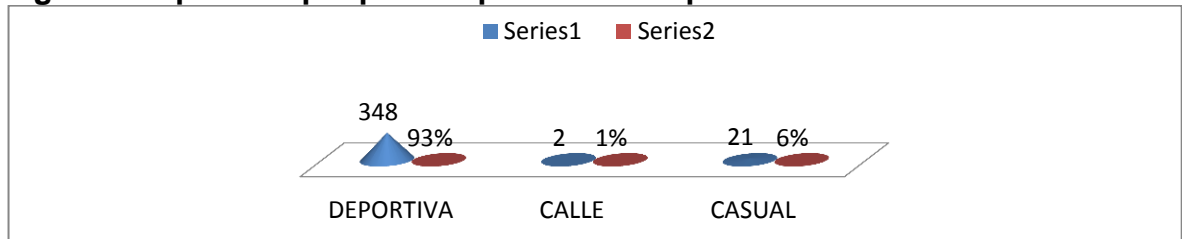
- **Pregunta dos. ¿Qué tipo de ropa acostumbra usar cuando hace deporte?**

Cuadro 4. Tipo de ropa que usa para hacer deporte.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Deportiva | 348 | 94 |
| Calle | 2 | 1 |
| Casual | 21 | 6 |
| Total | 371 | 100 |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 2. Tipo de ropa que usa para hacer deporte.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Como puede observarse, es una cifra muy representativa. El 94% de las personas encuestadas dicen tener preferencia por el uso la ropa deportiva a la hora de hacer deporte.

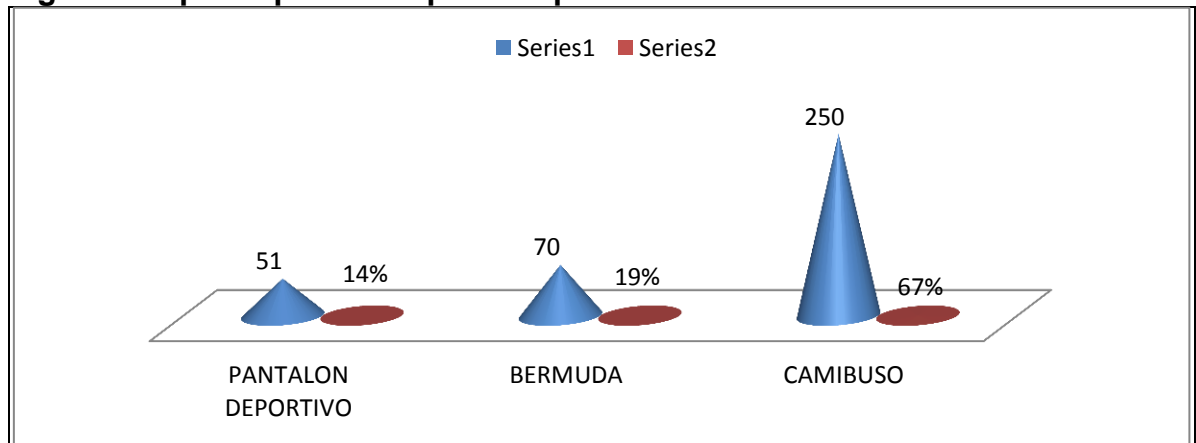
- **Pregunta tres. ¿Qué tipo de prenda deportiva usa con mas frecuencia?**

Cuadro 5. Tipo de prenda deportiva que usa con más frecuencia

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------------|------------|
| Pantalón deportivo | 51 | 14% |
| Bermuda | 70 | 19% |
| Camibuso | 250 | 67% |
| TOTAL | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 3. Tipo de prenda deportiva que usa con más frecuencia.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Los resultados arrojados por la encuesta muestran como las personas encuestadas tienen un elevado gusto por el uso del camibuso y, por otra parte, en el uso de la bermuda y el pantalón deportivo se nota un poco más de preferencia en la bermuda.

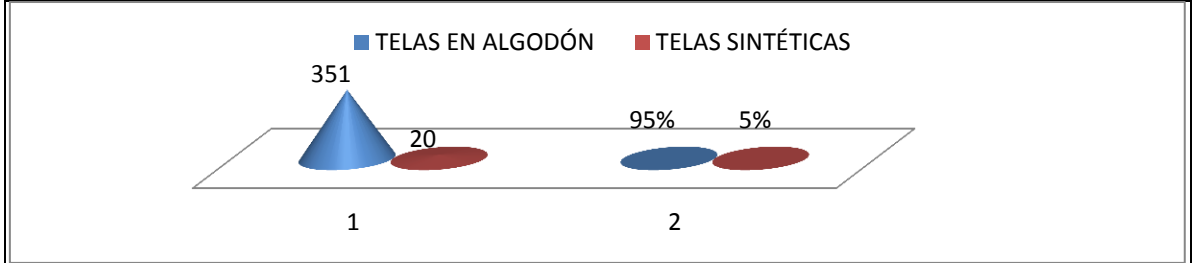
- **Pregunta cuatro. De los siguientes materiales, ¿Cuál es la tela preferida en la ropa deportiva que usted usa?**

Cuadro 6. Preferencia por la tela.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Telas en algodón | 346 | 93% |
| Telas sintéticas | 25 | 7% |
| TOTAL | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 4. Preferencia por la tela.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Es indiscutible el resultado de la encuesta afirma la preferencia por las prendas de vestir deportivas en algodón, muy posiblemente esto se debe a las altas temperaturas que se registran en San Alberto Cesar.

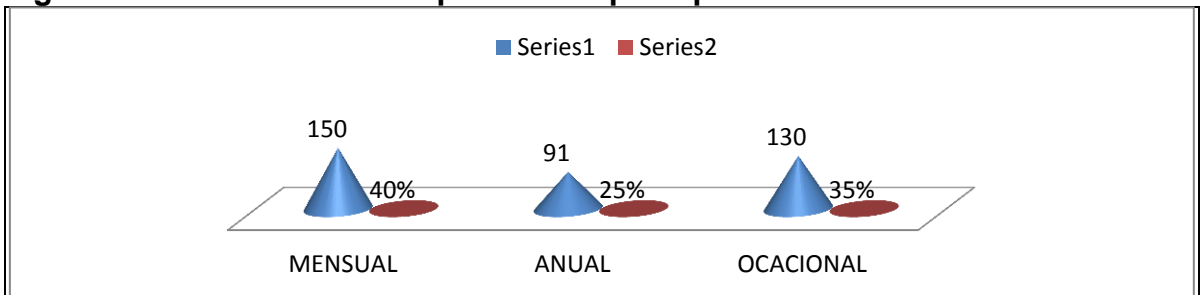
- **Pregunta cinco. ¿Con qué frecuencia compra usted ropa deportiva?**

Cuadro 7. Frecuencia de compra de la ropa deportiva.

| Item | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|------------|------------|
| Mensual | 150 | 40% |
| Anual | 91 | 25% |
| Ocasional | 130 | 35% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 5. Frecuencia de compra de la ropa deportiva.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Las personas encuestadas mostraron con una baja diferencia entre sí, sobre la frecuencia de compra. Esta decisión puede ser relativa a que la ropa deportiva tiene un uso permanente gracias a la comodidad que ofrece.

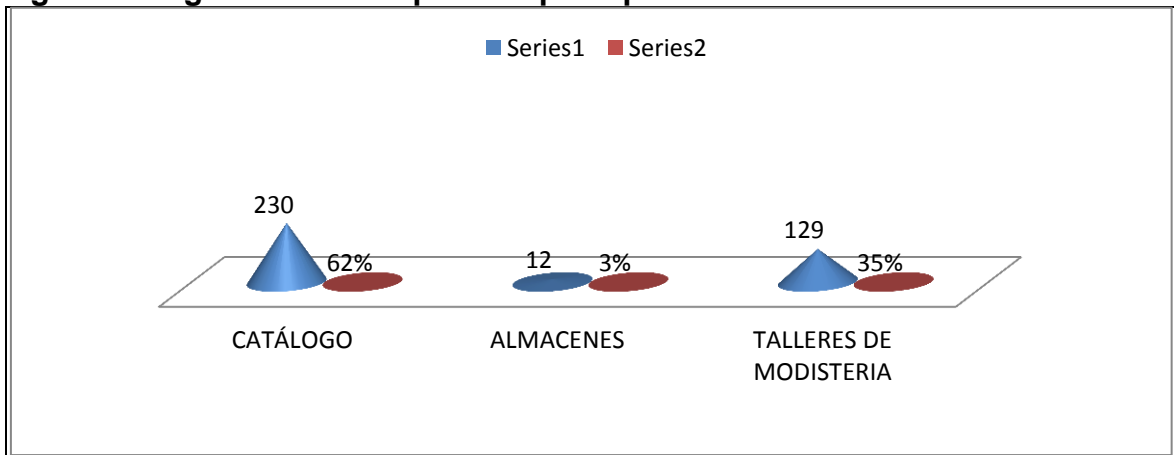
- **Pregunta seis. ¿Habitualmente Dónde compra su ropa deportiva?**

Cuadro 8. Lugar donde compra la ropa deportiva.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| Catálogo | 230 | 62% |
| Almacenes | 12 | 3% |
| Talleres de modistería | 129 | 35% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 6. Lugar donde compra la ropa deportiva.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Las personas encuestadas muestran preferencia de compra de ropa deportiva por catálogo con un 62%, frente a un 35% que lo hacen en los talleres de modistería, mostrando en los resultados que es demasiado bajo el hábito de compra en los almacenes con apenas un 3%, debido a que no existe en San Alberto un almacén especializado en ropa deportiva. Por otra parte están los uniformes deportivos de los colegios que sólo se consiguen en los talleres de confecciones de ropa deportiva.

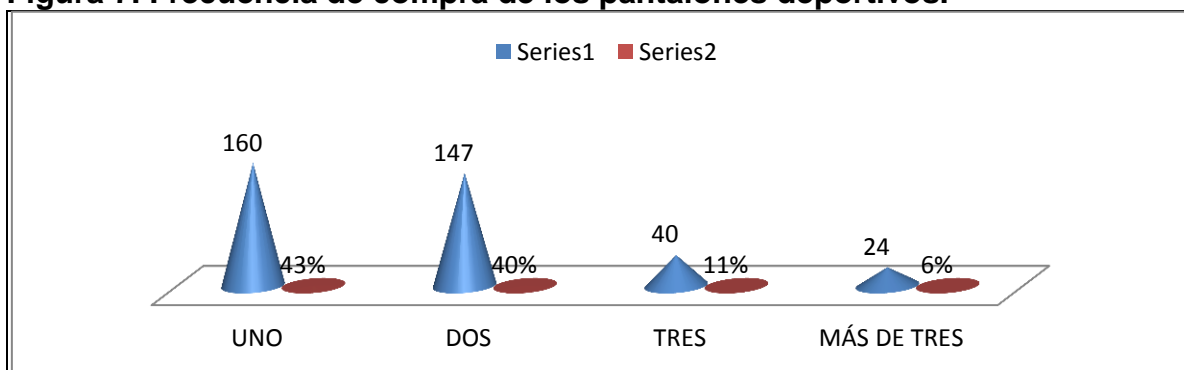
- **Pregunta siete. ¿Habitualmente cuántos pantalones deportivos compra al año?**

Cuadro 1. Frecuencia de compra de los pantalones deportivos.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Uno | 160 | 43% |
| Dos | 147 | 40% |
| Tres | 64 | 17% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 7. Frecuencia de compra de los pantalones deportivos.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. La compra de los pantalones deportivos, según el estudio realizado, se encuentra entre uno y dos pantalones por compra lo que generalmente está en un 40 y 43% respectivamente.

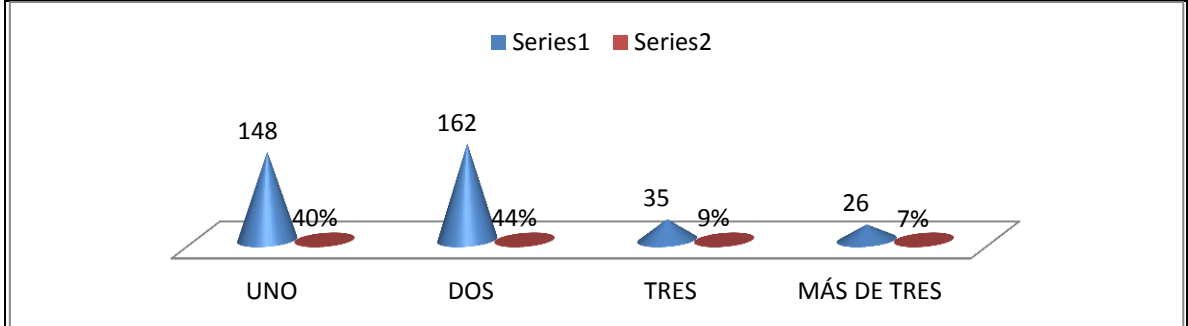
- **Pregunta ocho. ¿Cuántas bermudas compra al año?**

Cuadro 10. Frecuencia de compra de las bermudas.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Uno | 148 | 40% |
| Dos | 162 | 44% |
| Tres | 61 | 16% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 8. Frecuencia de compra de las bermudas.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. El resultado muestra que, al igual que el pantalón, la bermuda es una prenda que tienen un hábito de compra entre una y dos unidades por compra, según lo afirman las personas encuestadas.

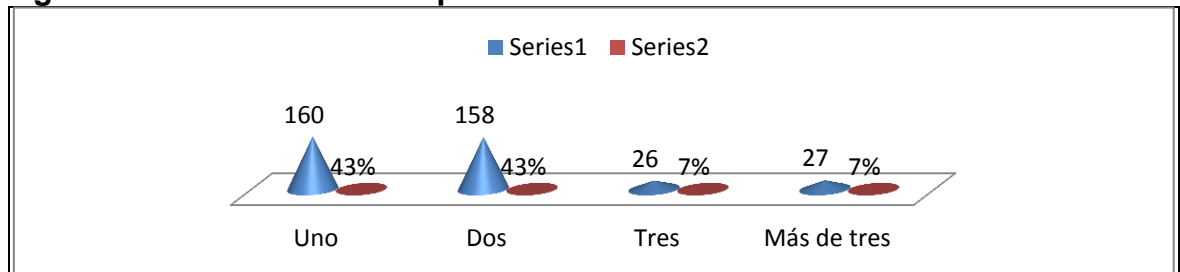
- **Pregunta nueve. ¿Cuántos camibuses compra al año?**

Cuadro 11. Frecuencia de compra de los camibuses

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Uno | 160 | 43% |
| Dos | 158 | 43% |
| Tres | 53 | 14% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 9. Frecuencia de compra de los camibuses.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Obsérvese como los camibuses tienen una alta demanda, esto se debe a que es una prenda que sirve como complemento tanto para pantalón como para

bermuda, el estudio muestra como un 43% de los encuestados compran uno y dos camibuses al año.

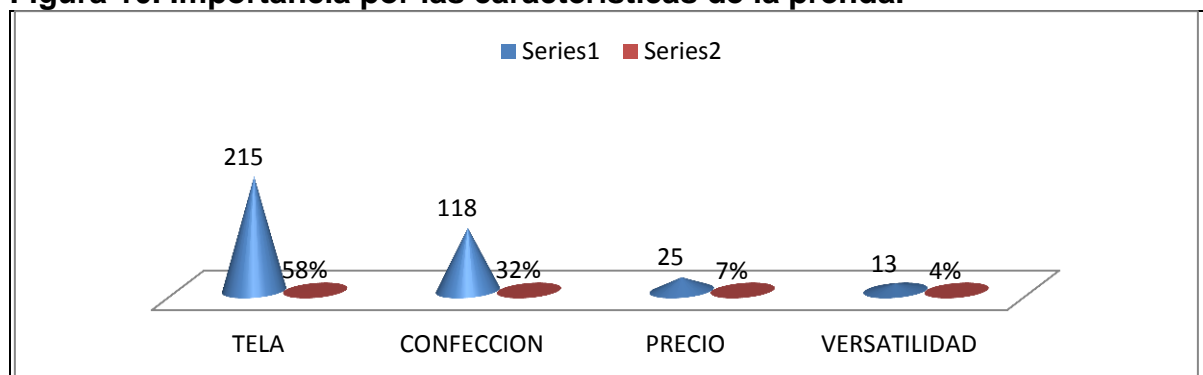
- **Pregunta diez. De los siguientes aspectos, ¿A cuál le da usted mayor importancia a la hora de comprar ropa deportiva?**

Cuadro 12. Importancia por las características de la prenda.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Tela | 215 | 58% |
| Confección | 118 | 32% |
| Precio | 25 | 7% |
| Versatilidad | 13 | 4% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 10. Importancia por las características de la prenda.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Tratándose de la calidad del producto, este es un porcentaje representativo ya que el cliente busca productos que cumplan con la característica más importante como lo es la materia prima y es lo que en el caso de los catálogos es punto clave, porque el cliente no tiene un contacto previo con el producto. Obsérvese entonces cómo un 58% de los encuestados ven en ésta la característica más importante del producto, seguido de un 32% que se inclinan a la importancia de la confección.

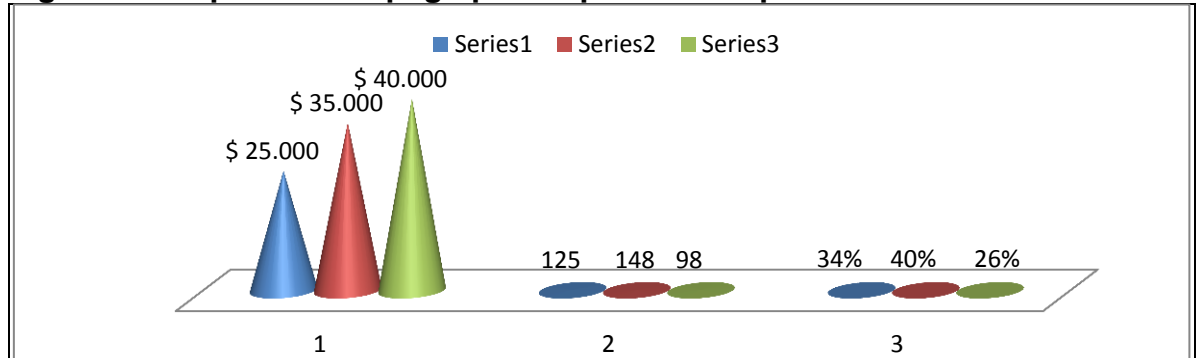
- **Pregunta once. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un pantalón deportivo?**

Cuadro 13. Capacidad de pago por un pantalón deportivo

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| \$ 25.000 | 125 | 34% |
| \$ 28.000 | 148 | 40% |
| \$ 35.000 | 98 | 26% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 11. Capacidad de pago por un pantalón deportivo.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. De acuerdo con el comportamiento de los encuestados se puede determinar que el precio promedio que están dispuestos a pagar por un pantalón es de \$28.900.

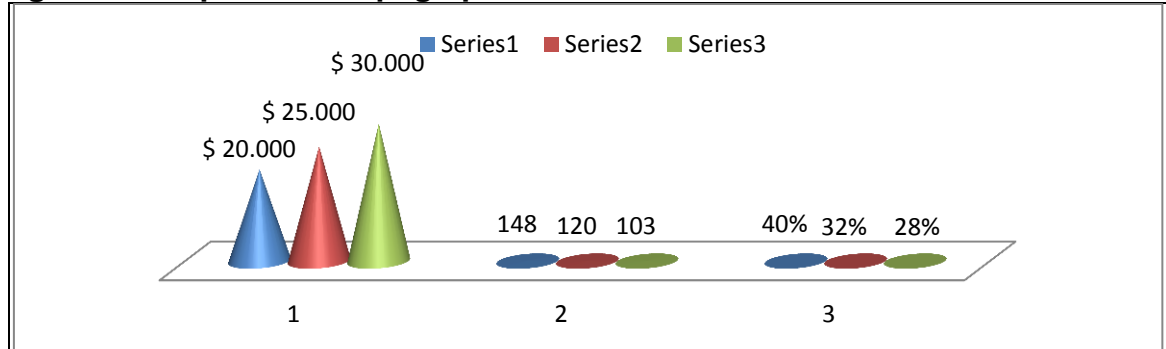
- **Pregunta doce. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bermuda?**

Cuadro 14. Capacidad de pago por una bermuda.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| \$ 20.000 | 148 | 40% |
| \$ 25.000 | 120 | 32% |
| \$ 30.000 | 103 | 28% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 12. Capacidad de pago por una bermuda.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. De acuerdo con el comportamiento de los encuestados se puede determinar que el precio promedio que están dispuestos a pagar por una bermuda es de \$24.500.

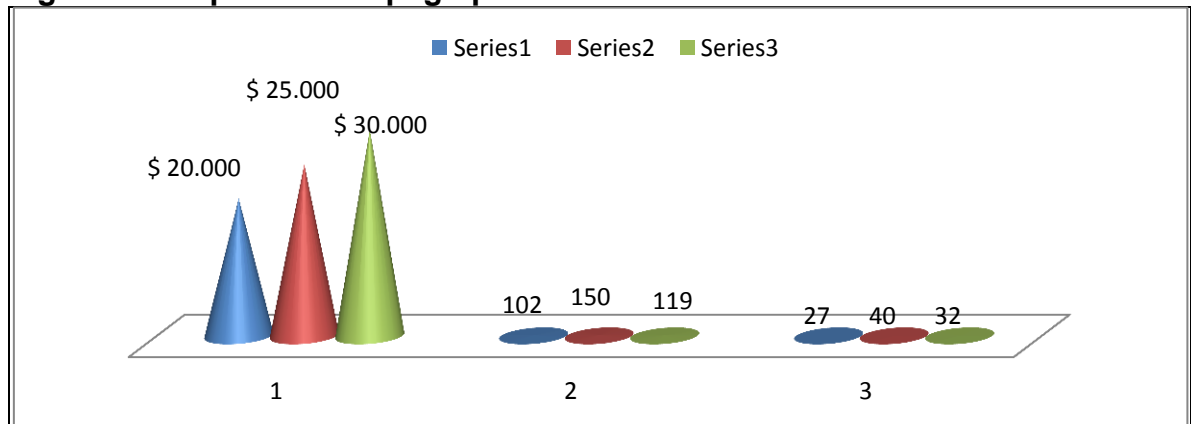
- **Pregunta trece. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un camibuso?**

Cuadro 15. Capacidad de pago por un camibuso.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| \$ 20.000 | 102 | 27% |
| \$ 25.000 | 150 | 40% |
| \$ 30.000 | 119 | 32% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 13. Capacidad de pago por un camibuso.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. De acuerdo con el comportamiento de los encuestados se puede determinar que el precio promedio que están dispuestos a pagar por un camibuso es de \$26.200.

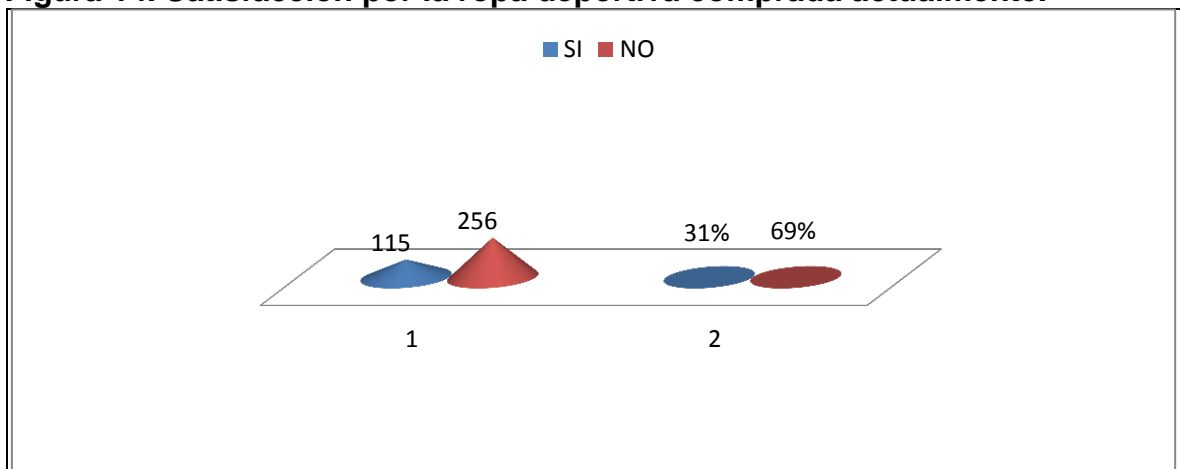
- **Pregunta catorce. ¿Está satisfecho con la ropa deportiva que adquiere actualmente en su sitio de compra?**

Cuadro 16. Satisfacción por la ropa deportiva comprada actualmente.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Sí | 115 | 31% |
| No | 256 | 69% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 14. Satisfacción por la ropa deportiva comprada actualmente.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Hablando de satisfacción, es frecuente encontrar inconformidad por parte de los clientes ya que ellos siempre buscan un producto que cumpla sus expectativas., aquí se aprecia cómo un 69% No está satisfecho con las prendas deportivas que está comprando actualmente.

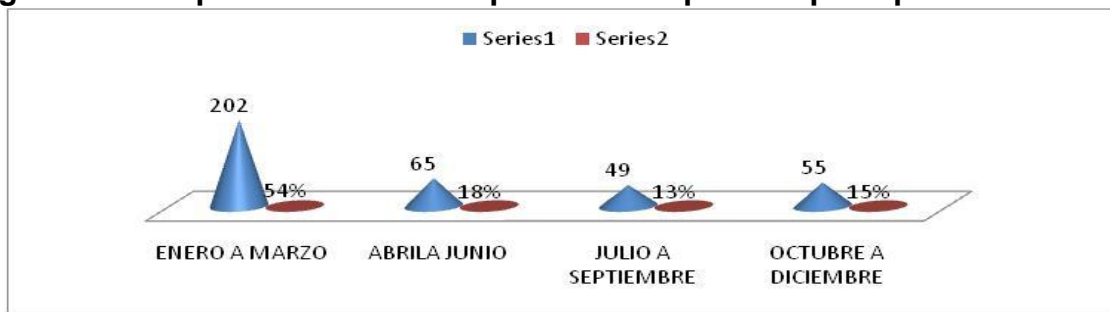
- **Pregunta quince. ¿Las temporadas del año en las que usted más demanda prendas de vestir deportivas es?**

Cuadro 17. Temporada del año en que más compra la ropa deportiva.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Enero a marzo | 202 | 54% |
| Abril a junio | 65 | 18% |
| Julio a septiembre | 49 | 13% |
| Octubre a diciembre | 55 | 15% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 15. Temporada del año en que más compra la ropa deportiva.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. El estudio muestra que la época en que más adquieren la ropa deportiva es el trimestre que va de enero a marzo con un equivalente del 54% y el resto del año se muestra un movimiento mas bien parejo, es factible que esto se deba a la demanda de uniformes deportivos para estudiantes ya que es en esta época que se adquieren.

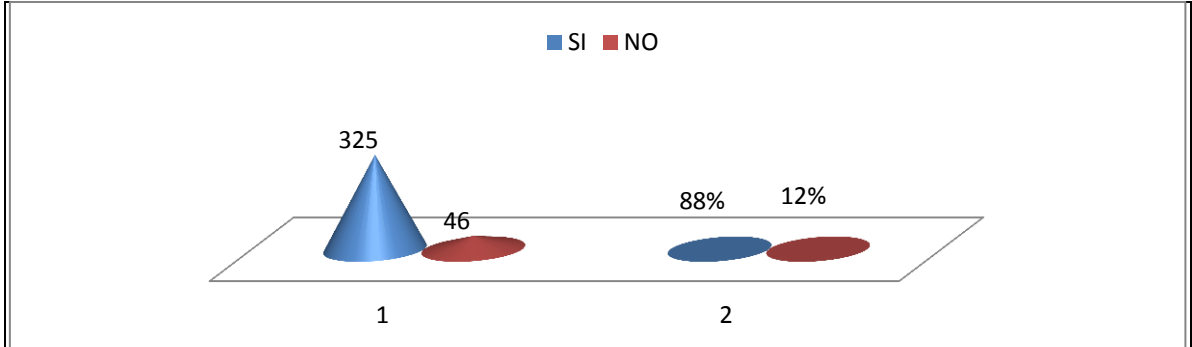
- **Pregunta dieciséis. ¿Estaría dispuesto a apoyar una empresa dedica a la producción y comercialización de ropa deportiva sobre medidas en San Alberto Cesar?**

Cuadro 18. Apoyo a la nueva empresa de ropa deportiva sobre medidas.

| Item | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| Sí | 325 | 88% |
| No | 46 | 12% |
| Total | 371 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 16. Apoyo a la nueva empresa de ropa deportiva sobre medidas.



Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Excelente porcentaje, un 88% frente a un 12% muestra la intención de apoyo a la nueva empresa.

2.4.1.5. Demanda actual del producto. Para conocer la demanda actual se tuvo en cuenta el resultado obtenido en los cuadros 9, 10 y 11 resultado del estudio realizado a la demanda de las prendas de vestir deportivas al año en San Alberto Cesar, teniendo en cuenta que la población estudiada son las personas en un rango de edad comprendido entre los 20 y 60 años obteniendo el siguiente resultado

Cuadro 19. Demanda actual del producto.

| Nº de prendas por persona al año | Nº de personas | | | Nº de prendas por persona | Promedio de prendas por persona |
|----------------------------------|----------------|-----|------|---------------------------|---------------------------------|
| | Una | Dos | Tres | | |
| Pantalón deportivo | 160 | 147 | 64 | 646 | 0,88 |
| Bermuda | 148 | 162 | 61 | 655 | 0,90 |
| Camibuso | 160 | 158 | 53 | 635 | 0,87 |

Fuente: Autora del Proyecto

Consumo de la población objetivo. La población objetivo está representada en 10.577 personas y el consumo aproximado por prendas es:

Cuadro 20. Consumo aproximado población objetivo.

| Prendas | porcentaje prenda / persona | Población objetivo | Total unidades al año |
|------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------|
| pantalones | 88% | 10.577 | 9.347 |
| Bermudas | 90% | 10.577 | 9.477 |
| Camibusos | 87% | 10.577 | 9.188 |

Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Según el estudio realizado se puede observar que:

- El consumo aproximado de pantalones al año es de 9347 lo que equivale a un 88% de la población objetivo.
- Consumo aproximado de bermudas al año es de 9477 equivalentes a un 90% de la población objetivo.
- Consumo aproximado de camibusos al año es de 9188 equivalente al 87% de la población objetivo.

2.4.1.6 Demanda proyectada. Para proyectar la demanda se toma la población objetivo que actualmente está estimada en 10.577 habitantes según cifras del Sisben y teniendo en cuenta que para el año 2005 se encontraron registrados 20.018 habitantes según censo de ese año, y para el año 2011 se encuentran registrados 21.091 lo que mostró un crecimiento en 5 años de 1073 habitantes, es decir, un 5.08%

En esta medida se realiza la proyección de la demanda tomando un 1.016% de incremento anual, como se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro 21. Proyección de la demanda.

| Prenda | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Pantalón | 9.347 | 9.442 | 9.538 | 9.635 | 9.733 |
| Bermuda | 9.477 | 9.573 | 9.670 | 9.768 | 9.867 |
| Camibuso | 9.188 | 9.281 | 9.375 | 9.470 | 9.566 |

Fuente: Autora del Proyecto

2.4.2. La oferta. El mercado se encuentra básicamente definido en tres grupos donde la principal competencia la ofrecen, las ventas por catálogo y los talleres

dedicados a la confección de prendas deportivas tales como camibuses y uniformes escolares; en menor proporción se encuentran los almacenes de ropa:

- **Almacenes de ropa.** A este grupo pertenecen 30 establecimientos de los cuales cuatro ofrecen la línea de ropa deportiva. Los destacados son: Almacén Miami, El gran Vendaval, almacén el Remate, El Rey de las Ofertas.
- **Empresas comercializadoras por catálogo.** Estas empresas realizan la distribución de sus productos a través de catálogos, captando los pedidos por medio de una consultora quien es responsable ante las vendedoras y la empresa de los pedidos, entregas y recaudos respectivamente; entre éstas las más destacadas son: Dominio, Gianni Garetti, Kíereme.
- **Talleres de confección.** En considerable proporción, los pequeños talleres de confección señalan otro punto de competencia, ya que es un grupo que está catalogado como trabajo independiente y, generalmente, en él se ubican madres cabeza de hogar que ofrecen un servicio personalizado sobre medidas y diseños al gusto del cliente. Ellas y Ellos, Fabrideportes y Dimaros

2.4.2.1. Necesidades de información. Con el análisis de la oferta se busca identificar:

- Número de establecimientos comerciales
- Materiales usados en la elaboración del producto
- Tallas mas comerciales
- Precio de las prendas
- Tipo de prenda más comercializada
- Cantidades producidas

Para facilitar el análisis de la oferta es preciso analizar la información por grupo de competidor debido a su variedad.

2.4.2.2. Ficha técnica de la oferta

Cuadro 22. Ficha técnica de la oferta.

| | |
|------------------------|--|
| Tipo de Investigación: | Exploratoria. Sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, lo que permite analizar bajo qué parámetros se está trabajando el mercado y los recursos con que se cuenta. |
|------------------------|--|

| | |
|----------------------------|---|
| | Descriptiva: consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas y, de esta forma, conocer sobre las conductas y actitudes de las personas objeto de estudio |
| Método de Investigación | Deductivo: es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular. Analítico: consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual. |
| Fuente de Información. | Primaria. Visitas a los 30 almacenes, los 4 talleres y jefes de zona de los catálogos que ofrecen en sus portafolios de productos las prendas de vestir deportivas. Secundaria. Revistas y catálogos |
| Técnica de investigación | Observación directa a la competencia u oferentes del producto. |
| Instrumento | No se utilizará instrumento determinado debido a que se trata de una observación directa. |
| Modo de aplicación | Se aplicó en forma directa mediante visitas realizadas por la autora del proyecto. |
| Definición de la población | Censo aplicado a los almacenes dedicados a la comercialización de prendas de vestir, talleres de modistería y consultoras de ventas por catálogos. |
| Alcance | Geográficamente la investigación se desarrollara en el municipio de San Alberto Cesar. |
| Tiempo de aplicación | Desde el 2 al 17 de junio de 2011 |

Fuente: Autora del Proyecto

2.4.2.3. Resultados del trabajo de campo

- Almacenes de ropa

Cuadro 23. Información de los almacenes que ofrecen ropa deportiva.

| Almacén | Características | Pantalón | Bermuda | Camibuso |
|-----------------------|-----------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| Miami | Estilo | deportivo | deportivo | Deportivo |
| | Tallas | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML |
| | Materiales | algodón/poliéster | algodón/poliéster | Algodón |
| | Precio | \$25000-\$35000 | \$22000-\$33000 | \$22000-\$32000 |
| | Precio Promedio | 30000 | 27500 | 27000 |
| | Medio de pago | efectivo | efectivo | Efectivo |
| El gran Vendaval | Estilo | deportivo | deportivo | deportivo |
| | Tallas | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML |
| | Materiales | algodón/poliéster | algodón/poliéster | Algodón |
| | Precio | \$25000-\$37000 | \$23000-\$35000 | \$28.000– \$38.000 |
| | Precio Promedio | 31000 | 29000 | 33000 |
| | Medio de pago | efectivo | efectivo | efectivo |
| El Rey de las Ofertas | Estilo | deportivo | deportivo | deportivo |
| | Tallas | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML |
| | Materiales | algodón/poliéster | algodón/poliéster | Algodón |
| | Precio | \$25000-\$42000 | \$28000-\$38000 | \$25000-\$35000 |
| | Precio Promedio | 33500 | 33000 | 30000 |
| | Medio de pago | efectivo | efectivo | efectivo |
| El Remate | Estilo | deportivo | deportivo | deportivo |
| | Tallas | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML | 0 - 16 SML |
| | Materiales | algodón/poliéster | algodón/poliéster | Algodón |
| | Precio | \$28.000 – \$38.000 | \$25000-\$35000 | \$28.000 – \$38.000 |
| | Precio Promedio | 33000 | 30000 | 33000 |
| | Medio de pago | efectivo | efectivo | efectivo |

Fuente: Autora del Proyecto

Este grupo presenta variedad en precio, los que dependen del diseño, talla y marca, estas últimas se encuentran en variedad de marcas populares y, generalmente, son de talleres de otras ciudades los que traen sus productos y los ubican en los almacenes para ser comercializados.

Cuadro 24. Precio promedio ropa deportiva comercializada en los almacenes.

| Pantalón deportivo | Bermuda | Camibuso |
|--------------------|----------|----------|
| \$31.875 | \$29.875 | \$30.750 |

Fuente: Autora del Proyecto

- **Empresas comercializadoras por catálogo**

Cuadro 25. Descripción de los productos ofrecidos por Dominio.

| Prenda | Material | Tallas | Precio |
|--|----------|-------------------|-----------|
| Camibuso manga corta con estampado Ref. 134042 | Algodón | M L XL | \$51.500 |
| Bermuda con bolsillos tipo cargo Ref. 134053 | Dril | 28 30 32 | \$64.500 |
| Pantalón con bolsillos tipo cargo Ref.134052 | Dril | 28 30 32 34 36 | \$120.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 26. Descripción de los productos ofrecidos por Gianni Garetti.

| Prenda | Material | Tallas | Precio |
|---|--------------------|-------------------|----------|
| Camibuso manga corta decorado con bordado y estampado Ref. 194182 | Algodón pre teñido | S M L XL | \$49.900 |
| Bermuda con bolsillos diagonal con tapas Ref. 513023 | Algodón pre teñido | 28 30 32 34 36 | \$72.900 |
| Pantalón con bolsillos diagonal Ref.513004 | Dril | 30 32 34 36 | \$88.900 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 27. Descripción de los productos ofrecidos por Kiéreme.

| Prenda | Material | Tallas | Precio |
|--|------------------------|-------------------|----------|
| Camibuso manga corta silueta amplia unicolor Ref. Pedro | Algodón punto sencillo | S M L XL | \$44.997 |
| Bermuda con bolsillos de parche Ref. Tequila | Dril | 30 32 34 36 38 | \$49.997 |
| Pantalón casual silueta amplia, unicolor, con bolsillos laterales Ref. Uruguay | Tejido plano | 30 32 34 36 38 | \$69.997 |

Fuente: Autora del Proyecto

Este grupo ofrece un amplio portafolio de productos en general (ropa interior, ropa casual y deportiva), pero ninguno presenta exclusividad en ropa deportiva.

Cuadro 28. Precio promedio de prendas de vestir deportiva comercializadas por catálogo.

| Pantalón deportivo | Bermuda | Camibuso |
|---------------------------|----------------|-----------------|
| \$92.965 | \$62.466 | \$48.799 |

Fuente: Autora del Proyecto

- **Talleres de confección**

Cuadro 29. Informe de taller de confección de ropa deportiva Ellas y Ellos.

| Prenda | Material | Tallas | Producción mensual promedio | Precio |
|--|------------------------|-------------------|------------------------------------|---------------|
| Camibuso manga corta | Algodón punto sencillo | S M L XL | 60 | \$28.000 |
| Bermuda con bolsillos de parche encauchada en la cintura | popelina | 30 32 34 36 38 | 30 | \$35.000 |
| Pantalón casual silueta amplia, unicolor, con bolsillos laterales encauchado en la cintura | Tejido plano | 30 32 34 36 38 | 30 | \$38.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 30. Informe de taller de confección de ropa deportiva Fabrideportes.

| Prenda | Material | Tallas | Producción mensual promedio | Precio |
|--|-----------------|-------------------|------------------------------------|---------------|
| Camibuso manga corta | poliéster | S M L XL | 50 | \$22.000 |
| Bermuda con bolsillos de parche encauchada en la cintura | perchada | 30 32 34 36 38 | 30 | \$30.000 |
| Pantalón casual silueta amplia, unicolor, con bolsillos laterales encauchado en la cintura | Tejido plano | 30 32 34 36 38 | 20 | \$35.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 31. Informe de taller de confección de ropa deportiva Dimaros.

| Prenda | Material | Tallas | Producción mensual promedio | Precio |
|---|-----------------|-------------------|------------------------------------|---------------|
| Camibuso manga corta | Algodón | S M L XL | 90 | \$25.000 |
| Bermuda con bolsillos de parche encauchada en la cintura, bolsillos laterales | Tejido plano | 30 32 34 36 38 | 20 | \$35.000 |
| Pantalón casual silueta amplia, unicolor, con bolsillos y tapas en el posterior | Tejido plano | 30 32 34 36 38 | 30 | \$38.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

El análisis realizado al grupo de los talleres de confección de ropa deportiva permitió identificar el número de ellos y conocer un poco a cerca de los procesos y presentación de los productos, los cuales no cumplen requisitos de marca y embalaje y los procesos son realizados sobre medida.

Cuadro 32. Precio promedio de prendas de vestir deportiva comercializadas en los talleres de confección.

| Pantalón deportivo | Bermuda | Camibuso |
|---------------------------|----------------|-----------------|
| \$37.000 | \$33.333 | \$25.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

2.5. DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se conoce a través de la relación **demanda – oferta = demanda insatisfecha**. Para lo cual no fue posible conseguir el dato de cuantas prendas se producen y/o comercializan en los talleres y almacenes de San Alberto Cesar, es decir la oferta, ya que es una información confidencial para los oferentes.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos en la encuesta de la demanda se puede deducir que en promedio un 90% de la población objetivo usan prendas de vestir deportivas y un 88% estarían dispuestos a apoyar la nueva empresa.

Es frecuente encontrar inconformidad por parte de los clientes ya que ellos siempre buscan un producto que cumpla sus expectativas, de hecho, en la pregunta 14 se aprecia cómo un 69% No está satisfecho con las prendas deportivas que están comprando actualmente, lo que permite apreciar una demanda insatisfecha.

2.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.6.1. Estructura de los canales actuales. Los canales de comercialización para la distribución de un producto, son básicamente cuatro formas de introducir el producto desde el productor hasta el consumidor final:

Del productor directamente al consumidor.

Del productor al mayorista y de éste al consumidor.

Del productor al mayorista y de éste al minorista y de éste al consumidor.

Del productor al minorista y de éste al consumidor.

Al elegir los canales de distribución a usar, se deben analizar varios factores para una adecuada evaluación económica de los mismos, tales como hábitos de compra del consumidor, volumen de ventas, alcance de la distribución, estacionalidad de las ventas y competencia.

El canal de distribución que se adoptará será el del productor al consumidor final mediante un punto de venta atendido por una persona idónea, lo cual permite tener un contacto directo con el cliente para, de esta forma, poder tener conocimiento de las expectativas del cliente para poder responder y controlar oportunamente peticiones, quejas y reclamos.

2.6.2. Ventajas de los canales actuales.

- La principal ventaja del canal actual es la confianza que ya existe por la calidad y garantía del producto la cual ha sido lograda gracias a la calidad del servicio.
- La atención es directa. Esto permite interactuar con el cliente y, de esta forma, conocer de primera fuente los gustos y necesidades de él, dando lugar a la mejora constante de todos los procesos de la empresa.

2.7. PRECIO

2.7.1. Análisis de precios. Este proceso se realiza teniendo en cuenta los precios de la competencia de productos similares y los costos y margen de rentabilidad para, con base en esto, determinar los precios del producto de la nueva empresa.

El análisis de precios de la competencia permitió identificar el precio promedio de la competencia.

2.7.2. Análisis de precio de la competencia.

Cuadro 33. Precios promedio de la competencia.

| Pantalón deportivo | Bermuda | Camibuso |
|--------------------|----------|----------|
| \$54.100 | \$41.891 | \$34.850 |

Fuente: Autora del Proyecto

2.7.3. Proceso de fijación de precios. Para el proceso de fijación de precios se establecerá como estrategia la Política de comparación de precios del mercado actual de productos similares, además se tendrá como base el costo de producción; manejando precios bajos en los productos, lo que conlleva a que hayan mayores volúmenes de ventas y, por consiguiente, ingresos para la empresa, alcanzando todo el mercado con precios bajos y generar así la mayor demanda posible.

2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

Las confecciones deportivas son productos que actualmente se están ofreciendo en el mercado de San Alberto y se puede decir que no son un mercado nuevo. Por tal motivo se requiere una excelente campaña publicitaria haciendo énfasis en la calidad y precio del producto.

2.8.1. El objetivo de la publicidad. Es lograr el posicionamiento del producto en el mercado lo cual se logra mediante el seguimiento al comportamiento y capacidad de compra de los posibles clientes, estimulando la demanda con innovación en la presentación y diseño de los productos, encadenado al programa

de promoción de nuevos diseños y ofertas de inauguración, utilizando canales publicitarios como pautas radiales, perifoneo, vallas y volantes.

2.8.2. Logotipo. El logotipo que representa la empresa es un arco iris que, como su nombre lo indica, expresa el colorido y espontaneidad que caracteriza la alegría de hacer deporte o simplemente estar frescos en los ratos de descanso.

Figura 17. Logotipo.



Fuente: Autora del Proyecto

2.8.3. Lema.

Figura 18. Lema de la empresa.



Fuente: Autora del Proyecto

Hoy por hoy las personas buscan la comodidad y la elegancia al usar prendas de vestir deportivas y dado que el producto ofrecido busca cumplir las expectativas del público en cuanto a comodidad y frescura, se optó por este lema **“SIN EXCUSA PARA VESTIR”**.

2.8.4. Análisis de medios. La publicidad será emitida a través de pautas radiales, difundidas en la emisora local que se escucha en todo el municipio y regiones aledañas, además, se contratará el servicio de perifoneo.

2.8.5. Selección de medios. Las decisiones sobre distribución se tomaron mediante estrategias que permitan realmente posicionar el producto. Para ello es necesario tener en cuenta aspectos importantes como es la cobertura, es decir, que tenga un gran radio de alcance; el suficiente control para hacer la mejor selección del medio y que el costo no exceda el presupuesto.

2.8.6. Estrategias de lanzamiento. Para el lanzamiento se tienen algunas estrategias como: precios especiales, descuentos por compras mayores a \$100.000= y un desfile de modas donde se exhibirán las prendas confeccionadas en la nueva empresa.

2.8.7. Presupuesto de publicidad y promoción

Cuadro 34. Presupuesto de lanzamiento.

| ITEM | UNIDAD | CANTIDAD | VR UNITARIO | VR TOTAL |
|--------------------------------------|---------|----------|-------------|----------------|
| Diseño y grabación. Comercial Radial | un | 1 | 150.000 | 150.000 |
| Pauta radial | mensual | 2 | 60.000 | 120.000 |
| tarjetas de presentación | un | 100 | 450 | 45.000 |
| Volantes | un | 5.000 | 50 | 250.000 |
| Alquiler del salón | un | 1 | 50.000 | 50.000 |
| Tarjetas de invitación | un | 70 | 800 | 56.000 |
| Decoración del salón | un | 1 | 120.000 | 120.000 |
| Alquiler del sonido | un | 1 | 100.000 | 100.000 |
| TOTAL | | | | 681.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 35. Presupuesto de operación mensual.

| ITEM | UNIDAD E MEDIDA | CANTIDAD | VR UNITARIO | VR TOTAL |
|--------------------------|-----------------|----------|-------------|----------------|
| Pauta radial | un | 2 | 60.000 | 120.000 |
| tarjetas de presentación | un | 100 | 450 | 45.000 |
| Volantes | un | 1.000 | 50 | 50.000 |
| Perifoneo | horas | 30 | 3.500 | 105.000 |
| Valla publicitaria | un | 1 | 30.000 | 30.000 |
| TOTAL | | | | 350.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez aplicada la encuesta, (371) cuestionarios a las personas del rango de edad de 20 a 60 años, que tienen facultades para realizar la compra de prendas de vestir deportivas, se puede emitir las siguientes conclusiones:

- Se observa que el 94% de las personas usan ropa deportiva a la hora de realizar algún deporte y el 93% se inclinan por el uso de las prendas confeccionadas en algodón.
- Se aprecia cómo la oferta en el mercado de las prendas de vestir deportivas en San Alberto se encuentra conformado por tres grupos: almacenes de ropa, ventas por catálogo y talleres de confección de ropa deportiva; de los cuales este último ofrecen en mayor proporción los uniformes escolares.
- El precio del producto se definirá teniendo en cuenta parámetros como comparación de precios del mercado actual de productos similares, además se tendrá como base el costo de producción; manejando precios bajos en los productos sin descuidar un buen margen de rentabilidad.
- El canal de distribución que se adoptará será el del productor al consumidor final, mediante un punto de venta atendido por una persona idónea, lo que permite tener un contacto directo con el cliente.
- Es necesario elaborar un programa de promoción de nuevos diseños y ofertas de inauguración, utilizando canales publicitarios como pautas radiales, perifoneo, vallas y volantes.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo de éste es diseñar como se producirá, donde ubicar la empresa o las instalaciones del proyecto, donde obtener los materiales o materia prima, que máquinas y procesos usar y que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

El estudio técnico es la herramienta que permite analizar y diseñar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto está definido por la cantidad de prendas programadas a producir en la nueva empresa.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Para determinar el tamaño del proyecto es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Análisis del mercado.** Este análisis está basado en el estudio de mercado realizado a la población de San Alberto en el cual se aprecia una demanda de:
 - El consumo aproximado de pantalones al año de de 9347 lo que equivale a un 88% de la población objetivo.
 - Consumo aproximado de bermudas al año es de 9477 equivalentes a un 90%de la población objetivo.
 - Consumo aproximado de camibuses al año es de 9188 equivalente al 87% de la población objetivo.

Por otra parte, la encuesta presenta como resultado que un 88% frente a un 12% muestra la intención de apoyo a la nueva empresa.

- **Tecnología.** En cuanto a tecnología para la elaboración de las prendas se utiliza maquinaria de tecnología media y que se puede adquirir en el mercado con precios relativamente moderados, lo que permite apreciar que no hay restricción tecnológica para la puesta en marcha del proyecto.
- **Mano de obra.** Para la puesta en marcha del proyecto, es necesario tener en cuenta la selección de mano de obra calificada lo que permitirá buenas

prácticas de manufactura y por ende un producto que cumpla normas técnicas de calidad.

- **Insumos.** La materia prima y los insumos necesarios para la elaboración de las prendas serán adquiridos en el comercio regional, lo que facilitará la adquisición de los materiales a tiempo y a precios competitivos.
- **Capital.** La nueva empresa contará con capital propio representado en maquinaria, local propio y un capital semilla que se está tramitando con la Gobernación del Cesar, gracias al programa Idecasar.

3.1.3. Capacidad del proyecto. El cálculo de la capacidad del proyecto, representa la cantidad de producto que la empresa proyecta producir dada la demanda según el estudio de mercado.

3.1.3.1. Capacidad total diseñada. Es el máximo nivel posible de producción, para este caso se tienen los siguientes datos:

| | |
|---------------------------|---------|
| Número de operarios | 5 |
| Número de turnos | 2 |
| Tiempo laboral por turno | 8 horas |
| Días laborados por semana | 7 |
| Semanas laboradas por año | 52 |

Cuadro 36. Cálculo de la capacidad total diseñada.

| Nº de operarios | Horas diarias por turno | Horas semanales | Horas mensuales | Horas al año |
|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 5 | 80 | 560 | 2.426,66 | 29.120 |

Para realizar el cálculo de la capacidad diseñada se calcula el tiempo de producción de las prendas como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 37. Tiempo de elaboración de prendas por lote en minutos.

| Operación | tiempo de elaboración por lote en minutos | | |
|----------------------|---|----------------------------|--------------|
| | Camibusos (24) | Pantalón deportivo (24) | Bermuda (24) |
| Recibir mat. prima | 48 | 48 | 48 |
| Inspección material | 60 | 60 | 60 |
| Transp. Mat. proceso | 48 | 48 | 48 |
| Proceso | 720 | 740 | 740 |
| Inspeccionar | 24 | 24 | 24 |
| Empacar | 24 | 24 | 24 |
| Transporte almacén | 48 | 48 | 48 |
| Tiempo por lote | 972 | 992 | 992 |
| Tiempo por prenda | 40.5 | 41,33 | 41,33 |

Fuente: Autora del Proyecto

Tomando como referencia el cuadro N° 5 (tipo de prenda deportiva que más usa) obsérvese que la prenda deportiva que más se usa es el Camibuso con 67% de preferencia, un 19% el uso de la bermuda y un 14% el pantalón; teniendo en cuenta el tiempo laboral y los tiempos promedio por prenda, se procede a realizar la distribución de la producción con respecto al comportamiento del mercado.

Cuadro 38. Capacidad diseñada por tipo de prenda.

| Tipo de prenda | Tiempo laboral hs/año | Tiempo laboral min/año | Tiempo por prenda | Total prendas al año |
|----------------|--------------------------|---------------------------|-------------------|-------------------------|
| Pantalón | 4.077 | 244.620 | 41,33 | 5.918 |
| Bermuda | 5.532 | 331.920 | 41,33 | 8.030 |
| Camibuso | 19.511 | 1.170.660 | 40,5 | 29.028 |
| Total | 29.120 | 1.747.200 | | 42.976 |

Fuente: Autora del Proyecto

3.1.3.2. Capacidad instalada. Teniendo en cuenta el tiempo real de producción, según jornada laboral, número de empleados, maquinaria disponible, se presenta a continuación número de unidades que la empresa está en capacidad de producir para salir al mercado.

| | |
|---------------------------|-----------|
| Número de operarios | 5 |
| Número de turnos | 2 |
| Tiempo laboral por turno | 7.5 horas |
| Días laborados por semana | 6 |
| Semanas laboradas por año | 52 |

Tiempo ocioso por operario

15 minutos= 0.5 horas

Cuadro 39. Cálculo de la capacidad instalada.

| Nº de operarios | Horas diarias por turno | Horas semanales | Horas mensuales | Horas al año |
|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 5 | 75 | 450 | 1.950 | 23.400 |

Fuente: Autora del Proyecto

Para hallar la capacidad instalada por prenda, se realiza el mismo procedimiento aplicando el tiempo según la capacidad instalada, (ver cuadro N°41).

Cuadro 40. Capacidad instalada por tipo de prenda.

| Tipo de prenda | Tiempo laboral hs/año | Tiempo laboral min/año | Tiempo por prenda | Total prendas al año |
|----------------|-----------------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| Pantalón | 3.276 | 196.560 | 41,33 | 4.756 |
| Bermuda | 4.446 | 266.760 | 41,33 | 6.454 |
| Camibuso | 15.678 | 940.680 | 40,5 | 23.227 |
| Total | 23.400 | 1.404.000 | | 34.437 |

Fuente: Autora del Proyecto

3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada. Para iniciar, la empresa proyecta utilizar la capacidad instalada pero con un sólo turno para incrementarlo paulatinamente en la medida que el movimiento del producto se acelere y se incremente, quedaría entonces de la siguiente manera. (Ver cuadro N° 41).

Número de operarios 5
Número de turnos 1
Tiempo laboral por turno 7.5 horas
Días laborados por semana 6
Semanas laboradas por año 52
Tiempo ocioso por operario 15 minutos= 0.5 horas

Cuadro 41. Cálculo de la Capacidad utilizada.

| Nº de operarios | Horas diarias por turno | Horas semanales | Horas mensuales | Horas al año |
|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 5 | 37,5 | 225 | 975 | 11.700 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 42. Capacidad utilizada por prenda.

| Tipo de prenda | Tiempo laboral hs/año | Tiempo laboral min/año | Tiempo por prenda | Total prendas al año |
|-----------------|-----------------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| Pantalón | 1.638 | 98.280 | 41,33 | 2.378 |
| Bermuda | 2.223 | 133.380 | 41,33 | 3.227 |
| Camibuso | 7.839 | 470.340 | 40,5 | 11.614 |
| Total | 11.700 | 702.000 | | 17.219 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 43. Proyección a 5 años de la capacidad Utilizada.

| TIPO de prenda | Tallas | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 368 | 386 | 405 | 425 |
| | 6-8-10 | 780 | 819 | 860 | 903 | 948 |
| | 12-14-16 | 800 | 840 | 882 | 926 | 972 |
| | S-M-L | 448 | 470 | 494 | 519 | 545 |
| Subtotal | | 2378 | 2497 | 2622 | 2753 | 2890 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 238 | 250 | 263 | 276 |
| | 6-8-10 | 1200 | 1260 | 1323 | 1389 | 1459 |
| | 12-14-16 | 1200 | 1260 | 1323 | 1389 | 1459 |
| | S-M-L | 600 | 630 | 662 | 695 | 729 |
| Subtotal | | 3227 | 3388 | 3558 | 3736 | 3922 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 630 | 662 | 695 | 729 |
| | 6-8-10 | 3624 | 3805 | 3995 | 4195 | 4405 |
| | 12-14-16 | 3500 | 3675 | 3859 | 4052 | 4254 |
| | S-M-L | 3890 | 4085 | 4289 | 4503 | 4728 |
| Subtotal | | 11614 | 12195 | 12804 | 13445 | 14117 |

Fuente: Autora del Proyecto

Como se aprecia en el cuadro, la empresa proyecta un crecimiento del 5% anual, iniciando con el 50% de la capacidad instalada.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1. Macro localización. El municipio de San Alberto se encuentra ubicado en el extremo sur del departamento del Cesar, sobre la carretera troncal del Caribe, a una distancia aproximada de 350 km de la capital del departamento y a 96 km de la capital del departamento de Santander.

Su cabecera está localizada a 10° y 20° de latitud norte y a 73 ° y 11 de longitud oeste de Greenwich, con una temperatura promedio de 28°.

El municipio de San Alberto, limita al norte con el municipio de San Martín, a través de las quebradas Minas y la Micas. Al sur con el departamento de Norte de Santander con el corregimiento de La Pedregoza del municipio de La Esperanza, separados por el río San Alberto del Espíritu Santo. Al oriente con el departamento de Norte de Santander con la Vereda del Tropezón del municipio de La Esperanza separados por el río San Alberto de Espíritu Santo. Al occidente con el departamento de Norte de Santander con la Vereda de Playoncitos del municipio de Abrego, en la divisoria de Aguas de la Loma de la Peña.

El municipio cuenta con una superficie de 611.2 km² que representan el 2.66% del territorio departamental. Las vertientes se encuentran localizadas al oriente y ocupan aproximadamente el 30% del área; la zona de colinas y pie de montes se encuentra en el centro y ocupan aproximadamente el 15% del área. Los valles planos y depresiones aluviales se encuentran al centro – occidente y al occidente de la zona ocupando aproximadamente el 55% de la zona total.⁷

3.2.2. Micro localización. El local de producción y punto de venta estará ubicado en el casco urbano del municipio de San Alberto, Cesar. El proyecto propone tres puntos específicos para la comercialización de los productos así:

- En el centro del municipio por la carrera 5 N° 6 – 27 diagonal a la Plazoleta Consuelo Araujo (ubicación N°1)
- En la carrera segunda entre calles 4 y 5.(ubicación N° 2)
- En la calle tercera entre carreras 2 y 6. (ubicación N° 3)

Las características de estos sitios son que el primero se encuentra ubicado frente a la plazoleta donde se practican diferentes deportes y se encuentra cerca de una institución educativa y es de propiedad de la autora del proyecto; el segundo y tercero se encuentran ubicados en la zona donde se concentran los diferentes almacenes del comercio organizado.

⁷Planeación Alcaldía Municipal San Alberto Cesar

Para la selección del sitio se tuvo en cuenta el POT (reglamentación de uso del suelo), la utilización de método cualitativo por puntos (para determinar el sitio óptimo). Como referencia se tomaron los siguientes factores:

- **Factor 1: Instalaciones locativas.** El estado de la planta física
- **Factor 2: Cercanía a centros de concentración deportiva.** en este caso la plazoleta municipal y la institución educativa San Alberto Magno.
- **Factor 3: Costos de arriendo.** El local es de propiedad de la autora del proyecto.
- **Factor 4: Fácil acceso para los clientes.** La ubicación es visible y espacio seguro para los clientes
- **Factor 5: Fácil acceso a la materia prima.** Se encuentra localizado a dos cuadras del proveedor de la materia prima.
- **Factor 6: Disposiciones legales.** Permisos pertinentes por parte de planeación municipal.

Para obtener un mejor resultado se dividen los factores en grados y se les asigna una puntuación, para este caso se consideran 500 puntos en total, dividido en los seis factores que se están relacionando.

Cuadro 44. Factor 1. Instalaciones locativas.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|---------------|---|---------------|
| 1 | Instalaciones sin adecuaciones técnicas | 10 |
| 2 | Regular estado, con reformas | 70 |
| 3 | Instalaciones en óptimas condiciones técnicas | 80 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 45. Factor 2. Cercanía a centros de concentración deportiva.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|---------------|------------------------------------|---------------|
| 1 | No hay centros deportivos cercanos | 10 |
| 2 | 1 centro deportivo cercano | 60 |
| 3 | Más de un centro deportivo cercano | 70 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 46. Factor 3. Costos de arriendo.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|--------|------------------------|--------|
| 1 | Mediano | 30 |
| 2 | Alto | 70 |
| 3 | Local propio | 100 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 47. Factor 4. Fácil acceso a clientes.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|--------|---------------------------|--------|
| 1 | Sitio inseguro y apartado | 30 |
| 2 | Sitio cercano al cliente | 60 |
| 3 | Sitio seguro y cercano | 90 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 48. Factor 5. Fácil acceso a materias primas.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|--------|--|--------|
| 1 | Lejano a los proveedores | 30 |
| 2 | Medianamente cercano a los proveedores | 40 |
| 3 | Más cerca a los proveedores | 70 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 49. Factor 6. Disposiciones legales.

| Grados | Descripción del factor | Puntos |
|--------|--|--------|
| 1 | No aplica para uso de suelos | 30 |
| 2 | Con algunas restricciones de uso de suelos | 60 |
| 3 | Se ajusta a los requerimientos del POT | 90 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 50. Ponderación de los factores.

| Factor | puntos | Porcentaje |
|---|--------|------------|
| Instalaciones locativas | 80 | 16% |
| Cercanía a centros de concentración deportiva | 70 | 14% |
| Costos de arriendo | 100 | 20% |
| Fácil acceso para los clientes | 90 | 18% |
| Fácil acceso a la materia prima | 70 | 14% |
| Disposiciones legales | 90 | 18% |
| Total | 500 | 100% |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 51. Determinación de la ubicación.

| Factor | Grados | Ubicación N°1 | Grados | Ubicación N°2 | Grados | Ubicación N3 |
|--------|--------|---------------|--------|---------------|--------|--------------|
| | | Puntos | | Puntos | | Puntos |
| 1 | 3 | 80 | 1 | 10 | 2 | 10 |
| 2 | 3 | 70 | 1 | 10 | 2 | 60 |
| 3 | 3 | 100 | 2 | 70 | 1 | 30 |
| 4 | 3 | 90 | 1 | 30 | 2 | 60 |
| 5 | 3 | 70 | 2 | 40 | 1 | 30 |
| 6 | 3 | 90 | 3 | 90 | 3 | 90 |
| Total | | 500 | 1 | 250 | | 280 |


Fuente: Autora del Proyecto

Análisis. Como se puede observar en el cuadro anterior, el sitio más apropiado para la ubicación de la nueva empresa productora y comercializadora de prendas de vestir, Creaciones Arcoiris es la ubicación N° 1, es decir, el de la carrera 5 N° 6 – 27 diagonal a la plazoleta Consuelo Araujo cuyas instalaciones cuentan con un local para el punto de venta-comercialización y para la producción de los productos.

3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO


3.3.1. Ficha técnica del producto

Cuadro 52. Ficha técnica del pantalón deportivo.

| PRODUCTO | Pantalón deportivo |
|--------------------------|--|
| Diseño del producto |  |
| Composición | Tela, hilos, estampados, caucho, cordón |
| Empaque | Bolsa de polietileno |
| Descripción del producto | Producto elaborado en telas 100% algodón, obtenido del proceso de confección (diseño, corte y confección) con diseños y accesorios característicos de cada prenda. |
| Vida útil | 1 año, sujeto al cuidado de uso |


Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 53. Ficha técnica de la bermuda.

| PRODUCTO | Bermuda |
|--------------------------|---|
| Diseño del producto |  |
| Composición | Tela, hilos, estampados, , caucho, cordón |
| Empaque | Bolsa de polietileno |
| Descripción del producto | Producto elaborado en telas 100% algodón, obtenido del proceso de confección (diseño, corte y confección) con diseños y accesorios característicos de cada prenda |
| Vida útil | 1 año, sujeto al cuidado de uso |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 54. Ficha técnica del Camibuso.

| PRODUCTO | Camibusos |
|--------------------------|---|
| Diseño del producto |  |
| Composición | Tela, hilos, estampados, cuello, broches. |
| Empaque | Bolsa de polietileno |
| Descripción del producto | Producto elaborado en telas 100% algodón, obtenido del proceso de confección (diseño, corte y confección) con diseños y accesorios característicos de cada prenda |
| Vida útil | 1 año, sujeto al cuidado de uso |

Fuente: Autora del Proyecto

3.3.2. Descripción técnica del proceso

Proceso de diseño. El proceso de diseño se refiere a seleccionar y realizar el modelo de las prendas a producir incluido aquí la realización de los respectivos patrones, este proceso será realizado por la empresa.

Figura 19. Proceso de diseño.



Fuente: <http://www.tacif.com/info/images/taller-de-patronaje4.jpg>

Tendido de la tela. En este proceso se extiende la tela en una mesa grande cuidando que no queden arrugas, superponiendo las capas de telas necesarias según el lote a producir.

Figura 20. Tendido de la tela.



Fuente: <http://www.tacif.com/info/images/taller-de-patronaje4.jpg>

Trazo de los moldes sobre la tela. Una vez extendida la tela, se calcan los moldes para así ser cortados.

Figura 21. Trazo de los moldes sobre la tela.



Fuente: <http://imageshack.us/photo/my-images/504/dsc8946bc4.jpg/sr=1>

Corte y marcado de las piezas. Una vez trazados los moldes sobre las telas se procede a cortar las piezas de las prendas del lote. Éste se realiza con una cortadora eléctrica. Luego se marcan con etiquetas.

Figura 22. Corte de las piezas.



Fuente: www.colombia.travel/es/images/stories/galeria/informe especial/bordados/bordados2.jpg

Bordado. Este proceso es realizado por un proveedor, es decir, es realizado fuera de la empresa. En maquina digitales.

Figura 23. Bordado de la prenda.



Fuente: <http://www.fcovillar.com/files/brother-innovis-900.jpg>

Ensamble de las prendas. Ésta es la etapa más larga del proceso. Consiste en unir las piezas una a la otra hasta formar una prenda. Aquí se involucran las máquinas que son: la fileteadora, la plana y la collarín o recubridora.

Figura 24. Ensamble.



Fuente: http://www.google.com/imgres?imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_

Revisión y despeluzado. La prenda es revisada y se le retiran los hebras de hilo, al mismo tiempo se va revisando que la prenda esté en perfecto estado.

Figura 25. Revisión y despeluzado.



Fuente: http://3.bp.blogspot.com/_6TTghBaX5Vo/SpgN0-cVH9I/

Planchado. Una vez realizados todos los procesos anteriores se debe planchar la prenda para eliminar arrugas y asentar las costuras y darle mejor presentación a la prenda.

Figura 26. Planchado de la prenda.



Fuente: www.ejerciciosadelgazar.es/wpcontent/uploads/2010/03/planchado_de_ropa.jpg

Empaque. Aquí la prenda ya queda completamente terminada y se procede a realizar el empaqueo primario que se hace en una bolsa de polietileno.

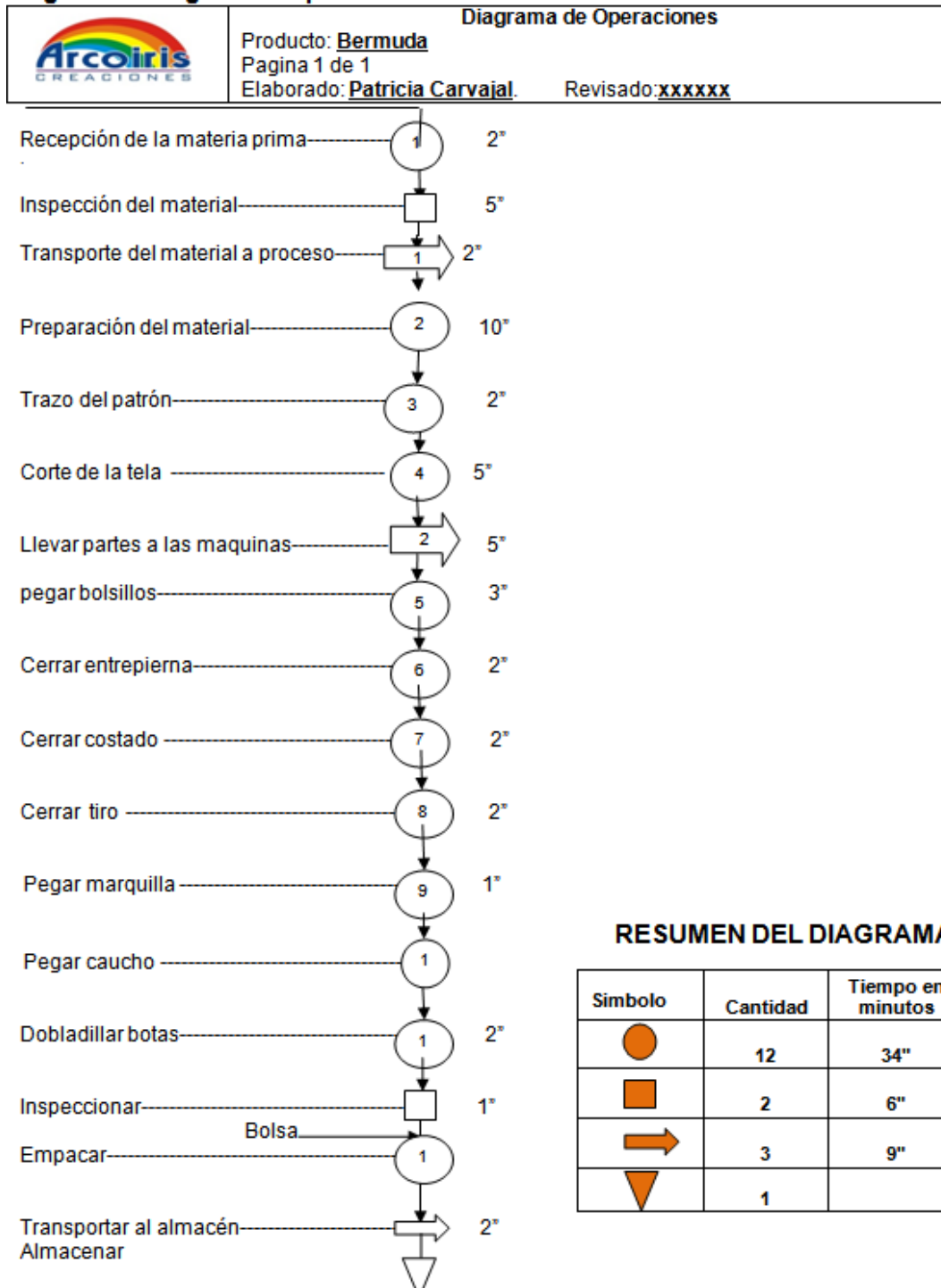
Figura 27. Empaque.



Fuente:http://2.bp.blogspot.com/_Y6ENbdFHcDk/SCYS5kHPDII/MM/n4PWTF_Ra28/s400/07-05-2008+Ropa+empacada+002.JPG

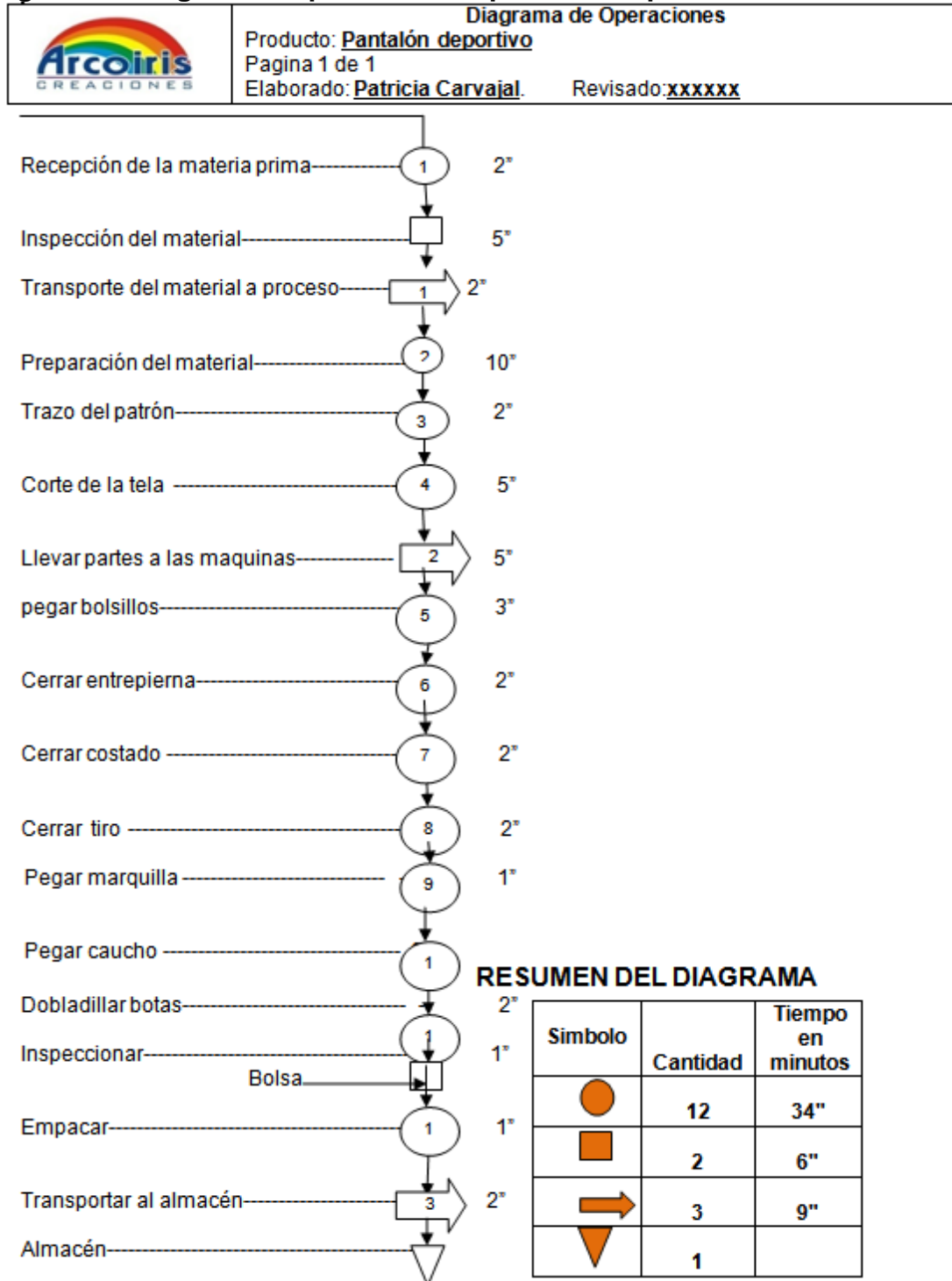
3.3.3 Diagrama de Proceso. En el se visualiza el recorrido, orden y tiempos de producción de cada prenda, lo que permite una producción eficiente.

Figura 28. Diagrama de procesos de la Bermuda.



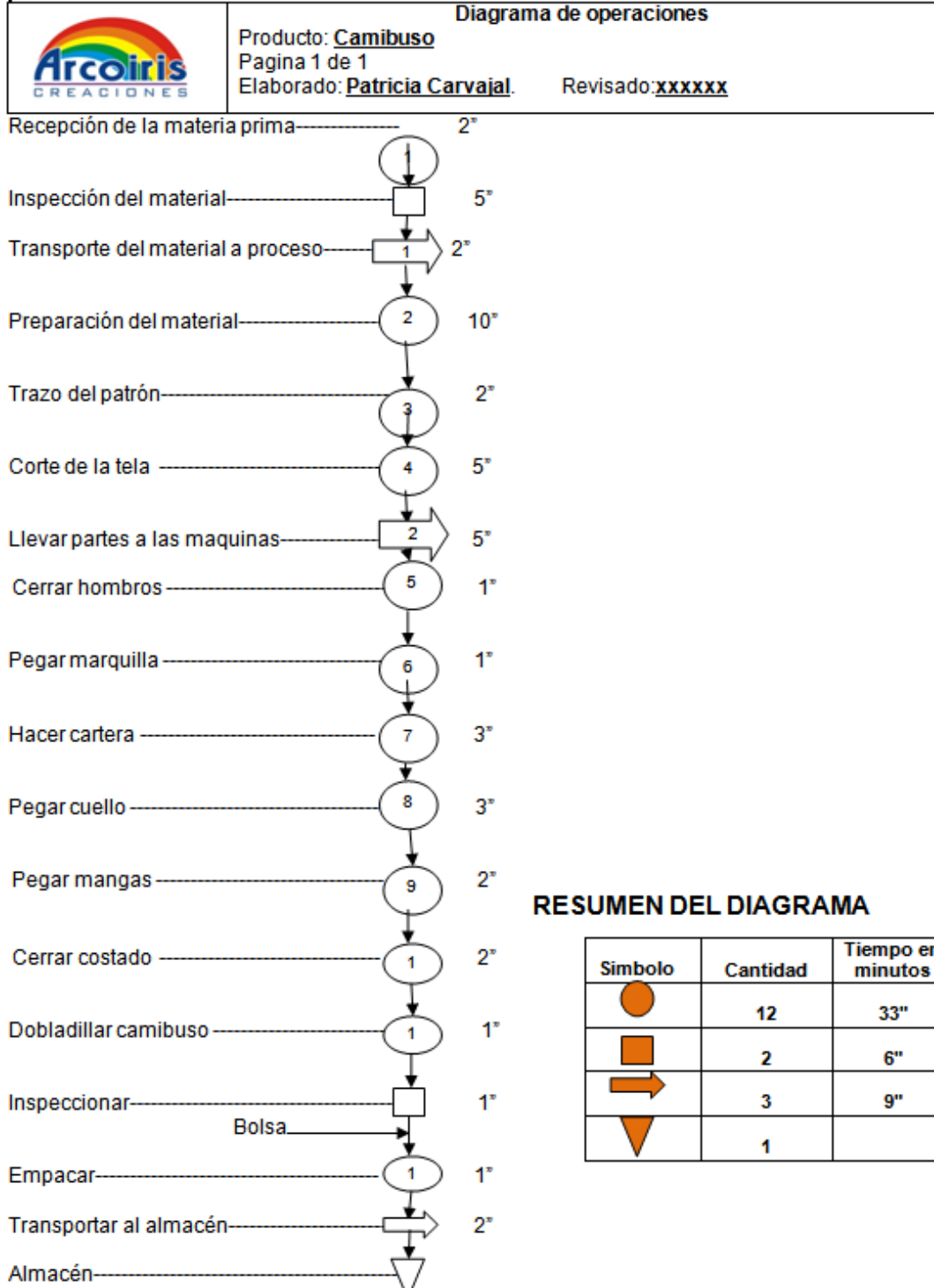
Fuente: Autora del Proyecto

Figura 29. Diagrama de procesos del pantalón deportivo.



Fuente: Autora del Proyecto

Figura 30. Diagrama de procesos del Camibuso.



Fuente: Autora del Proyecto

3.3.4. Control de calidad⁸. El control de calidad en una empresa debe ser integral, es decir, calidad técnica del producto y satisfacción del cliente. Para lograr este propósito es necesario implementar una gestión de calidad que cumpla con los requerimientos de las normas ISO y las BPM.

En el control de calidad del producto se debe tener en cuenta tres aspectos importantes como son: Materia prima, maquinaria y procesos.

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa realizará los siguientes controles de calidad:

- Selección de la materia prima. las prendas serán elaboradas en telas de primera calidad, 100% algodón las cuales serán revisadas en el momento de recepción en la empresa.
- En el proceso de corte se verificarán trazos y medidas en los patrones para estandarizar el tallaje.
- Revisar y marcar debidamente las piezas a ensamblar para evitar confusiones y posteriores imperfectos.
- Supervisar el estado de las máquinas para optimizar la calidad de la confección.
- Supervisar le ensamble para optimizar tiempo y perfección en las costuras.
- Despeluzar y revisar las prendas terminadas para que no queden hilos y sobrantes.
- En el empaclado se debe cuidar que la prenda quede bien doblada par evitar que esta se arrugue.

3.3.5. Recursos. Los recursos requeridos para la puesta en marcha de la nueva empresa se describen a continuación.

3.3.5.1 Recurso humano.

- Director ejecutivo 1

⁸www.monografias.com/trabajos13/mipy.shtml visitado 28-06-2011

- Jefe de producción y compras 1
- Jefe de mercadeo y ventas 1
- Operarios 3
- Contador 1
- Secretaria 1

Dentro del recurso humano también se contará con talleres satélites de grupos de madres cabeza de hogar que cuentan con una excelente capacitación adquirida en el SENA.

3.3.5.2. Recurso físico. Para la puesta en marcha de la nueva empresa es necesario adquirir máquinas de coser, equipo de oficina, muebles, enceres y herramientas, necesarios para el funcionamiento administrativo y productivo.

Cuadro 55. Maquinaria, equipo y herramientas de producción.

| EQUIPO DE PRODUCCION | Cantidad |
|-------------------------------------|-----------------|
| Maquina plana industrial | 2 |
| Máquina Collarín industrial | 1 |
| Fileteadora industrial | 3 |
| cortadora eléctrica | 1 |
| Troqueles para pegar broches | 4 |
| Máquina para broches | 1 |
| Mesa grande para trabajo, en madera | 1 |
| Tijeras grandes | 2 |
| Tijeras pequeñas | 5 |
| Etiquetadora | 1 |
| Reglas de trazo (juego) | 1 |
| Sillas rectas | 6 |
| Estante de madera para telas | 5 |
| Estantes para accesorios | 1 |
| Plancha industrial a vapor | 1 |
| Extintores | 2 |
| Botiquín | 1 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 56. Equipo de oficina

| EQUIPO DE OFICINA | |
|------------------------------|---|
| Escritorios | 3 |
| Sillas ergonómicas | 5 |
| Equipo computo con impresora | 1 |
| Telefax | 1 |
| Ventiladores | 5 |
| Archivador | 1 |

Fuente: Autora del Proyecto

3.3.5.3. Recursos de insumos y materia prima. Estos recursos se determinan según los diseños y cantidades a producir teniendo en cuenta la capacidad instalada.

Cuadro 57. Materia prima (tela en metros) por prenda y talla.

| Talla | Camibuso | Pantalón deportivo | Bermuda |
|-----------------|-----------------|---------------------------|----------------|
| 0-2-4 | 0,4 | 0,6 | 0,4 |
| 6-8-10 | 0,6 | 0,9 | 0,6 |
| 12-14-16 | 0,8 | 1 | 0,8 |
| S-M-L | 1 | 1,2 | 1 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 58. Requerimiento de insumos promedio por prenda.

| | Camibuso | pantalón deportivo | Bermuda |
|----------------------|-----------------|---------------------------|----------------|
| Cuello (unidades) | 1 | | |
| Puños (unidades) | 2 | | |
| Broches (unidades) | 3 | | |
| Caucho (metro) | | 0,6 | 0,6 |
| Estampado (unidades) | 1 | | |
| Marquilla (unidades) | 1 | 1 | 1 |
| Hilo metro. | 200 | 200 | 200 |
| Hilaza metro. | 600 | 600 | 600 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 59. Total materia prima en metros por tipo de prenda y talla.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas Año 1 | Metros/prenda | Metros al año | Metros al mes |
|---------------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 0,4 | 140 | 12 |
| | 6-8-10 | 780 | 0,6 | 468 | 39 |
| | 12-14-16 | 800 | 0,8 | 640 | 53 |
| | S-M-L | 448 | 1 | 448 | 37 |
| Subtotal | | 2378 | 2497 | 2622 | 2753 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 0,4 | 90,8 | 8 |
| | 6-8-10 | 1200 | 0,6 | 720 | 60 |
| | 12-14-16 | 1200 | 0,8 | 960 | 80 |
| | S-M-L | 600 | 1 | 600 | 50 |
| Subtotal | | 3227 | 3388 | 3558 | 3736 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 0,4 | 240 | 20 |
| | 6-8-10 | 3624 | 0,6 | 2174,4 | 181 |
| | 12-14-16 | 3500 | 0,8 | 2800 | 233 |
| | S-M-L | 3890 | 1,2 | 4668 | 389 |
| Subtotal | | 11614 | 12195 | 12804 | 13445 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 60. Total requerimiento de materia prima (tela) a 5 años.

| Tipo de prenda | Tallas | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 140 | 147 | 154 | 162 | 170 |
| | 6-8-10 | 468 | 491 | 516 | 542 | 569 |
| | 12-14-16 | 640 | 672 | 706 | 741 | 778 |
| | S-M-L | 448 | 470 | 494 | 519 | 545 |
| Subtotal | | 1.696 | 1.781 | 1.870 | 1.963 | 2.061 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 91 | 95 | 100 | 105 | 110 |
| | 6-8-10 | 720 | 756 | 794 | 833 | 875 |
| | 12-14-16 | 960 | 1.008 | 1.058 | 1.111 | 1.167 |
| | S-M-L | 600 | 630 | 662 | 695 | 729 |
| Subtotal | | 2.371 | 2.489 | 2.614 | 2.744 | 2.882 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 662 | 695 | 730 | 766 | 805 |
| | 6-8-10 | 3.995 | 4.195 | 4.404 | 4.625 | 4.856 |
| | 12-14-16 | 3.859 | 4.052 | 4.255 | 4.467 | 4.691 |
| | S-M-L | 4.289 | 4.503 | 4.729 | 4.965 | 5.213 |
| Subtotal | | 12.805 | 13.445 | 14.118 | 14.823 | 15.565 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 61. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 1.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas año 1 | cueillo /u. | puño/ par | broches | caucho/ m | marquilla/ u. |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | | | | 140 | 350 |
| | 6-8-10 | 780 | | | | 390 | 780 |
| | 12-14-16 | 800 | | | | 480 | 800 |
| | S-M-L | 448 | | | | 313,6 | 448 |
| Subtotal | | 2378 | | | | | |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | | | | 90,8 | 227 |
| | 6-8-10 | 1200 | | | | 600 | 1200 |
| | 12-14-16 | 1200 | | | | 720 | 1200 |
| | S-M-L | 600 | | | | 420 | 600 |
| Subtotal | | 3227 | | | | | |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 600 | 600 | 1.200 | | 600 |
| | 6-8-10 | 3624 | 3624 | 3624 | 7.248 | | 3624 |
| | 12-14-16 | 3500 | 3500 | 3500 | 10.500 | | 3500 |
| | S-M-L | 3890 | 3890 | 3890 | 11.670 | | 3890 |
| Subtotal | | 11614 | | | | | |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 62. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 2.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas año 1 | cueillo /u. | puño/ par | broches | Caucho /m | Marquilla /u. |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 367,5 | | | | 147 | 367,5 |
| | 6-8-10 | 819 | | | | 409,5 | 819 |
| | 12-14-16 | 840 | | | | 504 | 840 |
| | S-M-L | 470,4 | | | | 329,28 | 470,4 |
| Subtotal | | 2496,9 | | | | | 2496,9 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 238,35 | | | | 95,34 | 238,35 |
| | 6-8-10 | 1260 | | | | 630 | 1260 |
| | 12-14-16 | 1260 | | | | 756 | 1260 |
| | S-M-L | 630 | | | | 441 | 630 |
| Subtotal | | 3388,4 | | | | | 3388,4 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 630 | 600 | 600 | 1.260 | | 630 |
| | 6-8-10 | 3805,2 | 3624 | 3624 | 7.610 | | 3805,2 |
| | 12-14-16 | 3675 | 3500 | 3500 | 11.025 | | 3675 |
| | S-M-L | 4084,5 | 3890 | 3890 | 12.254 | | 4084,5 |
| Subtotal | | 12195 | | | | | 12195 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 63. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 3.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas año 1 | cueillo /u. | puño/ par | broches | caucho/ m | Marquilla /u. |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 385,88 | | | | 154,35 | 385,88 |
| | 6-8-10 | 859,95 | | | | 429,98 | 859,95 |
| | 12-14-16 | 882 | | | | 529,2 | 882 |
| | S-M-L | 493,92 | | | | 345,74 | 493,92 |
| Subtotal | | 2621,7 | | | | | 2621,7 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 250,27 | | | | 100,11 | 250,27 |
| | 6-8-10 | 1323 | | | | 661,5 | 1323 |
| | 12-14-16 | 1323 | | | | 793,8 | 1323 |
| | S-M-L | 661,5 | | | | 463,05 | 661,5 |
| Subtotal | | 3557,8 | | | | | 3557,8 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 661,5 | 600 | 600 | 1.323 | | 661,5 |
| | 6-8-10 | 3995,5 | 3624 | 3624 | 7.991 | | 3995,5 |
| | 12-14-16 | 3858,8 | 3500 | 3500 | 11.576 | | 3858,8 |
| | S-M-L | 4288,7 | 3890 | 3890 | 12.866 | | 4288,7 |
| Subtotal | | 12805 | | | | | 12805 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 64. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 4.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas año 1 | cueillo /u. | puño/ par | broches | caucho/ m | Marquilla /u. |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 405,17 | | | | 162,07 | 405,17 |
| | 6-8-10 | 902,95 | | | | 451,47 | 902,95 |
| | 12-14-16 | 926,1 | | | | 555,66 | 926,1 |
| | S-M-L | 518,62 | | | | 363,03 | 518,62 |
| Subtotal | | 2752,8 | | | | | 2752,8 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 262,78 | | | | 105,11 | 262,78 |
| | 6-8-10 | 1389,2 | | | | 694,58 | 1389,2 |
| | 12-14-16 | 1389,2 | | | | 833,49 | 1389,2 |
| | S-M-L | 694,58 | | | | 486,2 | 694,58 |
| Subtotal | | 3735,7 | | | | | 3735,7 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 694,58 | 600 | 600 | 1.389 | | 694,58 |
| | 6-8-10 | 4195,3 | 3624 | 3624 | 8.391 | | 4195,3 |
| | 12-14-16 | 4051,7 | 3500 | 3500 | 12.155 | | 4051,7 |
| | S-M-L | 4503,1 | 3890 | 3890 | 13.509 | | 4503,1 |
| Subtotal | | 13445 | | | | | 13445 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 65. Requerimiento de accesorios e insumos por prenda año 5.

| Tipo de prenda | Tallas | Prendas año 1 | cueillo /u. | puño/ par | broches | Caucho /m | Marquilla /u. |
|---------------------------|----------|---------------|-------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 425,43 | | | | 170,17 | 425,43 |
| | 6-8-10 | 948,1 | | | | 474,05 | 948,1 |
| | 12-14-16 | 972,41 | | | | 583,44 | 972,41 |
| | S-M-L | 544,55 | | | | 381,19 | 544,55 |
| Subtotal | | 2890,4 | | | | | 2890,4 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 275,92 | | | | 110,37 | 275,92 |
| | 6-8-10 | 1458,7 | | | | 729,33 | 1458,7 |
| | 12-14-16 | 1458,7 | | | | 875,2 | 1458,7 |
| | S-M-L | 729,31 | | | | 510,52 | 729,31 |
| Subtotal | | 3922,5 | | | | | 3922,5 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 729,31 | 600 | 600 | 1.459 | | 729,31 |
| | 6-8-10 | 4405,1 | 3624 | 3624 | 8.810 | | 4405,1 |
| | 12-14-16 | 4254,3 | 3500 | 3500 | 12.763 | | 4254,3 |
| | S-M-L | 4728,3 | 3890 | 3890 | 14.185 | | 4728,3 |
| Subtotal | | 14117 | | | | | 14117 |

Fuente: Autora del Proyecto

3.3.6. Estudio de proveedores. Después de hacer el estudio de los proveedores de la maquinaria, equipo de oficina, muebles y enceres, materiales e insumos mediante las respectivas cotizaciones, a continuación se presentan los que proveerán la empresa:

Cuadro 66. Proveedores de telas.

| Proveedor | Dirección |
|------------------------|-------------------|
| Almacén Telas Coltejer | Calle 6 N° 2 – 70 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 67. Proveedores de empaques.

| Proveedor | Dirección |
|-----------------------|-----------------------|
| Surtiplas Ltda. | Carrera 15 N° 11-12 |
| Carlixplas Ltda. | Calle 33 N° 11 – 83 |
| Distriplasticos Ltda. | Carrera 14 N° 33 – 38 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 68. Proveedores de máquinas de coser.

| Proveedor | Dirección |
|------------------------|---------------------------------|
| Multimáquinas de coser | Calle 37 N° 19 – 10 Bucaramanga |
| Carsil Ltda. | Calle 36 n° 20 - 40 |
| Tecniguías | Carrera 22 N° 36 - 14 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 69. Proveedores equipos de computo.

| Proveedor | Dirección |
|------------------|--------------------------------------|
| Apliquemos.com | Carrera 4 No 4- 30 San Alberto Cesar |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 70. Proveedores muebles y enseres.

| Proveedor | Dirección |
|------------------|-----------------------|
| Oficol | Carrera 12 N° 57 - 90 |

Fuente: Autora del Proyecto

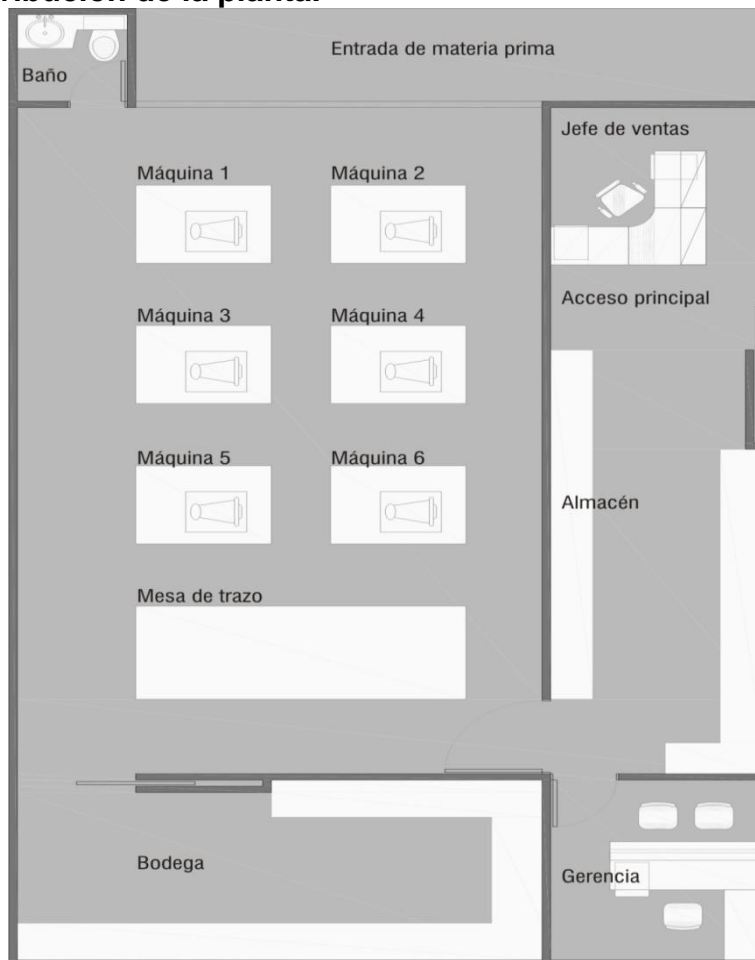
Cuadro 71. Proveedores de ensambles de prendas de vestir deportivas.

| Proveedor | Dirección |
|---------------------|-------------------------|
| Leida Galvis Ortega | Barrio 1° de Abril |
| Yolanda Quintero | Barrio Oasis |
| Blanca Puerto Luna | Barrio Brisas del Cesar |

3.3.7. Distribución de planta. La planta física de la empresa tiene un área de 200 metros cuadrados, y distribuidos de tal forma que permita hacer recorridos más cortos para que el tiempo de producción sea óptimo, teniendo en cuenta esto la planta queda distribuida de la siguiente manera:

- 50 M² para el Punto de venta
- 25 M² Para la gerencia
- 25 M² para el departamento de ventas
- 100 M² para el departamento de producción

Figura 1. Distribución de la planta.



Fuente: Autora del Proyecto

3.3.8. Logística de Distribución. Como puede observarse, la empresa cuenta con un punto de ventas para la distribución de sus prendas de vestir deportivas, el cual será atendido por una persona técnica en mercadeo lo que permitirá contacto directo con el cliente y, de esta forma, conocer de primera fuente, los gustos y expectativas para brindarle una mejor atención con un producto de alta calidad.

3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

- La empresa Creaciones Arcoíris lanzará al mercado Tres Tipos de prendas de vestir deportivas en tallas desde la 0 hasta la XL, teniendo en cuenta que el Camibuso es la prenda de mayor adquisición según se aprecia en el estudio de mercado realizado en el capítulo anterior.

- La capacidad utilizada que se proyectó para el primer año fue del 50% de la capacidad instalada lo que equivale a 17.219 prendas que, según la preferencia y necesidad de las personas, equivalen o están distribuidas en 2.378 pantalones, 3.227 bermudas y 11.614 camibusos.
- Para la localización de la planta se tuvo en cuenta factores como: la cercanía a los lugares deportivos y las instituciones educativas ya que los uniformes de educación física representan una demanda alta. Otro aspecto que se tuvo en cuenta fue la cercanía al proveedor principal.
- Para el cálculo de la capacidad y tiempo de producción se analizó un lote de producción de 1.600 prendas por lote mensual.
- La maquinaria a utilizar para la elaboración de las prendas es de tipo industrial lo que favorece en cuanto a calidad y eficiencia de la producción.
- En cuanto a la distribución de la planta se acondicionará de acuerdo al área y diseño del local, teniendo en cuenta la ubicación y la posibilidad del punto de venta.
- Para concluir con la apreciación del estudio técnico realizado, se puede decir que los requerimientos para la puesta en marcha desde el punto de vista técnico, las posibilidades de innovación y mejora continua de los productos, permitirán que la empresa crezca en relativa proporción al mercado local, incrementando paulatinamente los niveles de venta.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN.9

Normas aplicable a la Sociedades por Acciones Simplificadas:

En consideración a las estipulaciones normativas, consagradas por la Ley 1258, del 5 de Diciembre de 2008, se establece la creación del nuevo régimen para las sociedades por acciones simplificadas.

El régimen de las sociedades por acciones simplificadas consagra que este tipo societario podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Los requisitos mínimos que se deben contemplar para la constitución de una S.A.S. son las siguientes:

- **Nombre Comercial.** La nueva empresa de Producción y comercialización de prendas de vestir deportivas se llamará **“CREACIONES ARCOIRIS”**.
- **Nombre, apellidos, Identificación, Nacionalidad, dirección de domicilio.** Patricia Elena Carvajal Gil, colombiana con C.C. 43.085.073 de Medellín, lugar de residencia carrera 5ª # 6 – 27 San Alberto Cesar.
- **Domicilio Social.** San Alberto Cesar.
- **Termino de duración.** 5 años.
- **Objeto social.** Producción y comercialización de prendas de vestir deportivas.
- **Capital Social.** El capital social está representado en una inversión fija de maquinaria y equipo avaluada en \$13.944.000, y \$27.947.357. para diferidos y capital de trabajo, para un total de \$41.891.357.

⁹<http://es.scribd.com/doc/10584306/Ley-125808-Sociedad-Por-Acciones-Simplificada> visitada junio 28-2011

La constitución o creación de la sociedad por acciones simplificada se realizará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.

De igual manera, cabe aclarar que el documento de constitución de la sociedad deberá ser objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción.

- **Representante legal.** La representación legal de la nueva empresa esta a cargo de la Emprendedora Patricia Elena Carvajal Gil.

4.2. CULTURA EMPRESARIAL

4.2.1. Misión. Producir y comercializar prendas de vestir deportivas para damas, caballeros y niños, en San Alberto Cesar, con competencias de calidad y con un sentido de productividad y eficiencia, gracias a un equipo humano capaz, con sólidos principios éticos, comprometido para generar beneficios para la empresa, colaboradores y la comunidad a través de los procesos productivos y de comercialización.

4.2.2. Visión. Ser en el año 2016 una empresa consolidada, en el municipio de San Alberto Cesar, como productora y comercializadora de ropa deportiva para damas, caballeros y niños, que satisfaga y supere las expectativas de los clientes.

4.2.3. Objetivos

- Desarrollar productos que cumplan las expectativas del cliente
- Buscar la consolidación en el mercado local
- Crear un clima organizacional con principios éticos
- Generar utilidades que permitan el crecimiento de la empresa, empleados y la comunidad a través de los procesos productivos y de comercialización.

4.2.4. Políticas

4.2.4.1 Políticas de personal

- **De Reclutamiento.** El proceso de reclutamiento se inicia con la solicitud de personal idóneo para los cargos disponibles y termina con la selección del personal para lo que se tendrá en cuenta las siguientes políticas:

- El personal debe ser del municipio de San Alberto, con certificación SENA dando prioridad a las madres cabeza de hogar.
- El reclutamiento de postulantes para la selección se llevará a cabo mediante la convocatoria a concurso interno y externo.
- Personal competente en todos sus niveles jerárquicos de la organización.

- **De Selección.** Se evaluará a los candidatos para los distintos cargos de la empresa, cumpliendo con las especificaciones, perfiles y normas del cargo demandado.

Se seleccionará candidatos con principios éticos, comprometidos con los objetivos de la empresa.

Se seleccionarán personas que demuestren un gran sentido humano para con las personas y la empresa en general.

- **De contratación.** Seleccionados los candidatos se procede a realizar la contratación del personal, teniendo en cuenta que cumpla con las políticas propuestas por la empresa.

- No se contratará a termino indefinido, se hará por contrato fijo a un año con posibilidad de prórroga hasta tres años.
- Al personal de producción (operario de producción), se le aplicará un sueldo fijo de base, fijado según las condiciones legales establecidas para tal fin. (salario mínimo vigente).
- El jefe de producción y el jefe de ventas tendrán un salario fijo bajo las condiciones establecidas para tal fin.

- Se solicitará los debidos certificados de antecedentes del candidato.
- Para la producción se manejará el sistema de OPS.

4.2.4.2. Políticas de compras

De selección de proveedores:

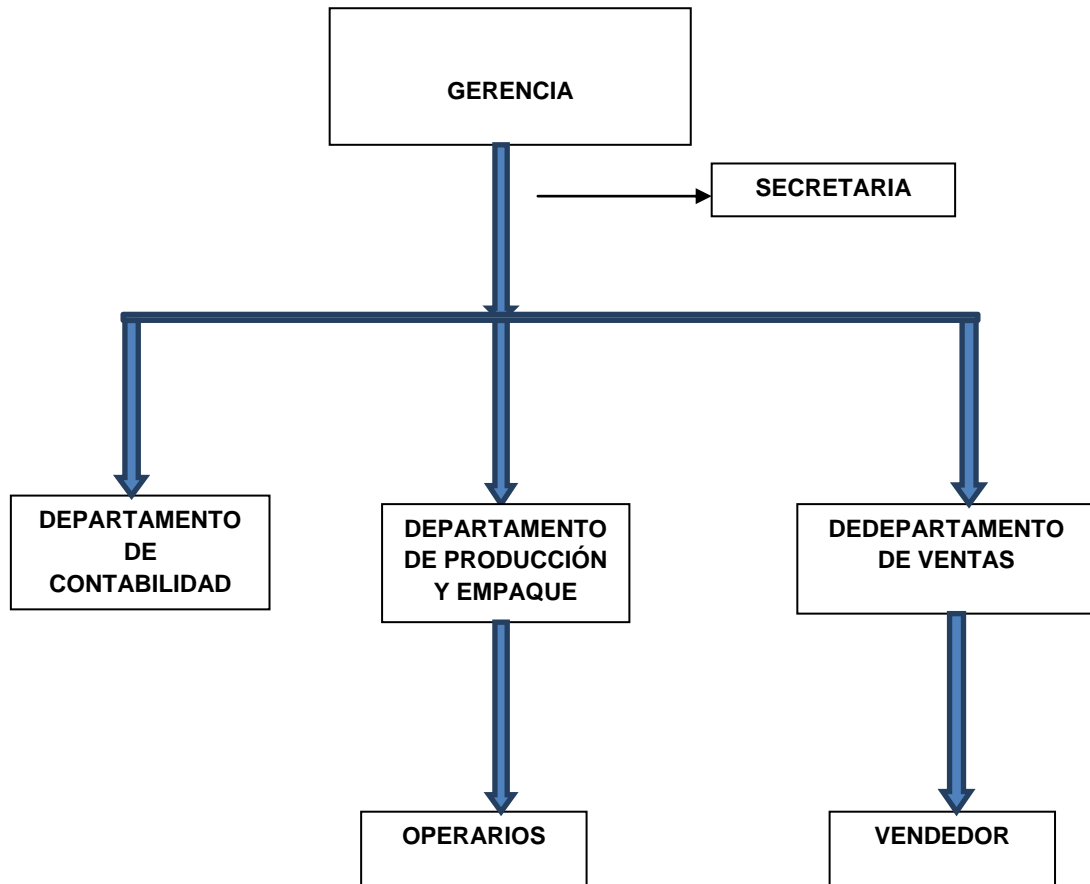
- **Materiales e insumos.** La empresa Arco Iris, contratará con empresas que tengan la disponibilidad de materiales e insumos respectivos y que además ofrezca beneficios económicos hacia el financiamiento de los mismos.
- **De forma de pago.** Se manejan pagos a compras de contado buscando la adquisición de descuentos comerciales por volúmenes de compras, para lograr mayores utilidades.
- **De nivel de inventarios.** Para lograr la eficiencia en el manejo de la materia prima, y que el producto final tenga un costo adecuado por este concepto, la empresa fijará una política para el manejo de los inventarios teniendo en cuenta las condiciones en las cuales desarrolla el objeto social, asegurando que el nivel óptimo se cumpla.
- El Nivel Óptimo de Inventario es aquel que permite satisfacer plenamente las necesidades de la empresa con la mínima inversión.

4.2.4.3 Políticas de ventas. Las ventas serán de contado teniendo en cuenta los descuentos dependiendo del volumen.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama

Figura 32. Organigrama




Fuente: Autora del Proyecto

4.3.2. Descripción y perfil de cargos. El puesto de trabajo determina en gran medida el rol que las personas juegan en las organizaciones. Esto hace que se espere un determinado comportamiento en un individuo por el simple hecho de ocupar un determinado puesto de trabajo.

DESCRIPCION DE CARGOS ARCOIRIS S.A.S.

Cuadro 72. Descripción cargo gerente.

| | |
|--|---------------------|
|  | |
| CREACIONES ARCOIRIS | |
| Denominación del Cargo: | Gerente |
| Nombre: | |
| Departamento: | Gerencia |
| Sede: | San Alberto, Cesar. |
| Cargo Jefe Inmediato: | Junta directiva |
| <p>1. Objetivo General del Cargo: Representar a la empresa como su líder, planeando, dirigiendo y controlando la gestión y dirección, para que genere utilidades</p> | |
| <p>2. Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir y orientar los recursos económicos, humanos, técnicos y operativos de la empresa. ➤ Fijar objetivos, derivar metas en cada área de objetivos, organizar tareas, actividades y personas. ➤ Velar por el cumplimiento de las normas y reglamentos de la empresa. ➤ Analizar y evaluar conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas. ➤ Procurar utilidades a los socios de la empresa. ➤ Procurar la transparencia en todos los actos de la empresa y de los trabajadores. | |
| <p>3. Especificaciones del Puesto</p> <p>Educación: Para este cargo se requiere ser Administrador de Empresas, Economista, Ingeniero Industrial, o cualquier profesión a fin.</p> <p>Experiencia: Se requiere experiencia previa de mínimo dos (2) años, en manejos gerenciales y administrativos.</p> <p>Habilidades y destrezas: conocimientos en sistemas de gestión de calidad, manejo de informática, comercio exterior, sistema de gestión empresarial.</p> | |
| <p>4. Responsabilidades</p> <p>Errores: Las labores que se realizan en este cargo son extremadamente complejas. La revisión o supervisión que reciben es baja y es sobre los resultados por tanto es totalmente responsable por errores que se cometan con el manejo de</p> | |

la empresa.

Maquinas y equipos: Computador.

Información: La información que se maneja en este cargo es confidencial. Debe propender por mantener la confidencialidad de la misma.

5. Nivel de Esfuerzo

Mental: Las labores del cargo exigen alta y constante concentración mental, específicamente en el manejo de las reuniones, análisis de la información, evaluación de cifras del negocio.

Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico ligero, se manejan objetos de poco peso y se adoptan posiciones incómodas esporádicamente.

6. Condiciones Ambientales

Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calor y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.

7. Riesgos

La probabilidad de sufrir accidentes es baja y en caso de presentarse estos serían leves. Está expuesto a riesgos psicosociales que están relacionados con la toma de decisiones, la solución de problemas y las relaciones humanas.

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 73. Descripción cargo vendedora.

| | |
|--|---------------------|
|  | |
| CREACIONES ARCOIRIS | |
| Denominación del Cargo: | Vendedora |
| Nombre: | |
| Departamento: | Marketing |
| Sede: | San Alberto, Cesar. |
| Cargo Jefe Inmediato: | Director general |
| 1. Objetivo General del Cargo: Planear, dirigir, organizar y controlar la gestión de los procesos de la venta de los productos, inventarios, distribución de los productos, con eficiencia y analizando las necesidades del cliente. | |
| 2. Funciones <ul style="list-style-type: none">➤ Enseñar al cliente el portafolio de productos➤ Creatividad en la exhibición de los productos➤ Llevar control de las ventas | |

- Mantener actualizada la base de datos de los clientes
- Responder por el buen estado de las prendas
- Presentar un informe mensual sobre el estado de inventarios del almacén a la gerencia para que éste sea presentado a la junta de socios.

3. Especificaciones del Puesto

Educación: técnico en mercadeo y ventas

Experiencia: Se requiere experiencia previa de mínimo dos (1) año, en manejo

Habilidades y destrezas: Manejo de código de barras, Internet, Excel.

4. Responsabilidades

Errores: Las labores que se realizan en este cargo son complejas, se requiere en algunas oportunidades de la supervisión de la gerencia.

Maquinas y equipos: Computador, fax.

Información: La información que se maneja en este cargo es confidencial. En cuanto a los precios.

5. Nivel de Esfuerzo

Mental: Las labores del cargo exigen alta y constante concentración mental, específicamente en la realización del flujo de caja de efectivo de la empresa, por lo cual la supervisión ejercida por la gerencia es alta.

Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico ligero, se manejan objetos de poco peso y se adoptan posiciones incómodas esporádicamente.


6. Condiciones Ambientales

Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calor y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos.

7. Riesgos La probabilidad de sufrir accidentes es baja y en caso de presentarse estos serían leves. Está expuesto a riesgos psicosociales que están relacionados con las relaciones interpersonales, la solución de problemas y las relaciones humanas.

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 74. Descripción cargo Jefe de producción.

| | |
|--|---------------------|
|  | |
| CREACIONES ARCOIRIS | |
| Denominación del Cargo: | Jefe de producción |
| Nombre: | |
| Departamento: | Gerencia |
| Sede: | San Alberto, Cesar. |
| Cargo Jefe Inmediato: | Director general |
| <p>1. Objetivo General del Cargo: Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la producción de los productos.</p> | |
| <p>2. Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar y organizar los procesos de producción, estableciendo los procedimientos y normas específicos de la empresa. ➤ Llevar a cabo la recepción de pedidos y su verificación cuantitativa y cualitativa, previa información suministrada por el jefe inmediato. ➤ Hacer las provisiones de materiales y dotaciones necesarios para el desarrollo del servicio. | |
| <p>3. Especificaciones del Puesto</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación: Para este cargo se requiere ser bachiller y experto en confecciones. ➤ Experiencia: Se requiere mínimo de 2 años. ➤ Habilidades y destrezas: Manejo de máquinas de coser y los implementos necesarios para la elaboración de los productos. | |
| <p>4. Responsabilidades</p> <p>Errores: Las labores que se realizan en este cargo no son complejas, es indispensable la perfecta elaboración de los productos.</p> <p>Máquinas y equipos: máquinas de coser materiales e insumos.</p> <p>Información: La información que se maneja en este cargo es de alta confiabilidad en cuanto a diseños y patrones.</p> | |
| <p>5. Nivel de Esfuerzo</p> <p>Mental: Las labores del cargo exigen una moderada concentración mental especialmente con la realización de los productos.</p> <p>Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico mínimo</p> | |
| <p>6. Condiciones Ambientales</p> <p>Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calor y frío nivelados, la sala de</p> | |


procesos no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.

7. Riesgos

La probabilidad de sufrir accidentes es madia. Está expuesto a riegos físicos en la elaboración de los productos. Debe utilizar los respectivos elementos de protección (tapabocas, delantal).

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 75. Descripción cargo operario.

| | |
|---|---------------------|
|  | |
| CREACIONES ARCOIRIS | |
| Denominación del Cargo: | Operario |
| Nombre: | |
| Departamento: | Gerencia |
| Sede: | San Alberto, Cesar. |
| Cargo Jefe Inmediato: | Jefe de producción |
| 1. Objetivo General del Cargo: Elaborar las prendas de vestir deportivas y operar la maquinaria y equipo utilizado en las operaciones del proceso. | |
| 2. Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Oorganizar el trabajo de producción estableciendo los procedimientos y normas específicos de la empresa. ➤ Desarrollar todas las tareas necesarias para la preparación y previsión de los procesos de confección. ➤ Empacar adecuadamente los productos para su comercialización. ➤ Llevar a cabo la recepción de pedidos y su verificación cuantitativa y cualitativa, información suministrada por el jefe inmediato. ➤ | |
| 3. Especificaciones del Puesto | |
| Educación: Para este cargo se requiere ser bachiller y experto en confecciones | |
| Experiencia: Se requiere mínimo de 2 años | |
| Habilidades y destrezas: Manejo de máquinas de coser y los implementos necesarios para la elaboración de los productos. | |
| 4. Responsabilidades | |
| Errores: Las labores que se realizan en este cargo no son complejas, debe responder por la perfecta elaboración de los productos. | |

| |
|--|
| <p>Máquinas y equipos: máquinas de coser materiales e insumos.</p> <p>Información: La información que se maneja en este cargo es de alta confidencialidad.</p> |
| <p>5. Nivel de Esfuerzo</p> <p>Mental: Las labores del cargo exigen una moderada concentración mental especialmente con al realización de los productos.</p> <p>Física: Las labores del cargo requieren esfuerzo físico mínimo</p> |
| <p>6. Condiciones Ambientales</p> <p>Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calor y frío nivelados, la sala de procesos no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos y la ventilación debe ser apropiada para evitar la filtración de olores.</p> |
| <p>7. Riesgos</p> <p>La probabilidad de sufrir accidentes es madia. Está expuesto a riegos físicos en la elaboración de los productos. Debe utilizar los respectivos elementos de protección (tapabocas, delantal).</p> |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 76. Descripción cargo Contador.

| | |
|--|---------------------|
|  | |
| CREACIONES ARCOIRIS | |
| Denominación del Cargo: | Contador |
| Nombre: | |
| Departamento: | Administrativo |
| Sede: | San Alberto, Cesar. |
| Cargo Jefe Inmediato: | Director general |
| <p>1. Objetivo General del Cargo: Examinar y analizar registros contables y financieros para garantizar exactitud y cumplimiento con los procedimientos contables. Los contadores planean organizan y administran sistemas contables de personas naturales y empresas, desarrollar e implementar políticas financieras, sistemas contables y presupuestales y procedimientos de una empresa en materia financiera.</p> | |

| |
|---|
| <p>2. Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planear, organizar y administrar sistemas contables y preparar información financiera de un individuo, departamento o empresa. ➤ Preparar o coordinar estados de cuentas, cálculos, consolidados y otros análisis financieros e informes administrativos. ➤ Analizar informes y estados financieros y asesorar a empresas sobre impuestos. ➤ Dictaminar y dar fe pública acerca de la consistencia y legalidad de los estados financieros. ➤ Examinar los registros contables y preparar informes y estados financieros. ➤ Verificar registros y estados financieros y preparar información tributaria. ➤ Evaluar informes del sistema financiero, procedimientos contables y actividades de inversión. ➤ Hacer recomendaciones para cambios de procedimientos, sistemas de operación, presupuestos y otras funciones de control financiero |
| <p>2. Especificaciones del Puesto Educación: Contador Público con tarjeta profesional.</p> <p>Experiencia: 1 año</p> <p>3. Habilidades y destrezas: Manejo de ofimática, Windows Internet, Excel.</p> |
| <p>4. Responsabilidades</p> <p>Por maquinarias o equipos: responde por equipo de cómputo asignado.</p> <p>Por proceso y calidad: responde por la ejecución eficiente de todos los procesos que le asignen en la Empresa.</p> <p>Por dineros o valores: No responde.</p> |
| <p>5. Nivel de Esfuerzo</p> <p>Posición y esfuerzo físico: normal en el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Esfuerzo visual: normal en el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Esfuerzo auditivo: normal en el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Esfuerzo mental: normal en el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Habilidades físicas: buena visión y concentración.</p> |
| <p>6. Condiciones Ambientales</p> <p>Para un buen desempeño del cargo, el empleado debe tener condiciones ambientales tales como: Buena iluminación, calor y frío nivelados, la oficina no deber presentar humedad, el ruido no debe pasar de los estándares permitidos.</p> |
| <p>7. Riesgos La probabilidad de sufrir accidentes es baja y en caso de presentarse estos serían leves. Está expuesto a riesgos psicosociales que están relacionados con la toma de decisiones, la solución de problemas y las relaciones humanas.</p> |

Fuente: Autora del Proyecto

4.3.3. Asignación salarial.

Para iniciar la empresa se basará en los salarios asignados en las empresas similares de la región y tendrá en cuenta las ventas para incentivar a los colaboradores y clientes.

| | |
|-----------------------|-----------|
| Gerente | 1.200.000 |
| Secretaria | 600.000 |
| Vendedora | 600.000 |
| Jefe de producción | 800.000 |
| Operarios | 535.600 |
| Contador (honorarios) | 300.000 |

5. ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

En este estudio se identifican y ordenan todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.¹⁰

5.1. INVERSIONES

5.1.1. Inversión Fija. Son los activos fijos que están sujetos a depreciación, la cual afectará el resultado de la evaluación por su efecto sobre el cálculo de los impuestos.

Cuadro 77. Relación de Maquinaria.

| ITEM | CANT | VALOR UNIT. \$ | VALOR TOTAL \$ |
|-----------------------------|------|-------------------|-------------------|
| Maquina plana industrial | 2 | 890.000 | 1.780.000 |
| Máquina Collarín industrial | 1 | 2.039.000 | 2.039.000 |
| Fileteadora industrial | 3 | 1.227.000 | 3.681.000 |
| Cortadora eléctrica | 1 | 150.000 | 150.000 |
| Máquina para broches | 1 | 150.000 | 150.000 |
| Plancha industrial a vapor | 1 | 280.000 | 280.000 |
| TOTAL MAQUINARIA | | | 8.080.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

¹⁰<http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>

Cuadro 78. Relación de herramientas.

| ITEM | CANT | VALOR UNIT. \$ | VALOR TOTAL. \$ |
|------------------------------|------|----------------|-----------------|
| Troqueles para pegar broches | 4 | 35.000 | 140.000 |
| Tijeras grandes | 2 | 25.000 | 50.000 |
| Tijeras pequeñas | 5 | 2.400 | 12.000 |
| Etiquetadora | 1 | 55.000 | 55.000 |
| Reglas de trazo (juego) | 1 | 25.000 | 25.000 |
| Total herramientas | | | 282.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 79. Relación de muebles y enseres de producción.

| MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCION | CANT. | V. UNIT \$ | VALOR TOTAL \$ |
|--|-------|----------------|----------------|
| Mesa grande | 1 | 250.000 | 250.000 |
| Extintor | 2 | 150.000 | 300.000 |
| Botiquín | 1 | 80.000 | 80.000 |
| Estantes | 6 | 40.000 | 240.000 |
| Sillas | 6 | 12.000 | 72.000 |
| Total muebles y enseres de producción | | 532.000 | 942.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 80. Relación de muebles y enseres de administración.

| ITEM | CANT. | VALOR UNIT.\$ | VALOR TOTAL. \$ |
|------------------------|-------|---------------|------------------|
| Escritorio | 3 | 320.000 | 960.000 |
| Sillas ergonómicas | 3 | 170.000 | 510.000 |
| Archivador | 1 | 390.000 | 390.000 |
| Silla auxiliar oficina | 2 | 65000 | 130.000 |
| TOTAL | | | 1.990.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 81. Relación de Equipo de oficina.

| ITEM | CANT. | VALOR UNIT. \$ | VALOR TOTAL. \$ |
|---------------------------------|-------|----------------|------------------|
| Equipo de cómputo con impresora | 1 | 1.700.000 | 1.700.000 |
| Telefax | 1 | 350.000 | 350.000 |
| Ventilador | 5 | 120.000 | 600.000 |
| Total equipo de oficina | | | 2.650.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 82. Total Inversión Fija.

| Inversión | Valor total. \$ |
|----------------------------------|------------------------|
| Maquinaria | 8.080.000 |
| Muebles y Enseres producción | 942.000 |
| Equipo de oficina | 2.650.000 |
| Muebles y enseres administración | 1.990.000 |
| Herramientas | 282.000 |
| TOTAL | 13.944.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.2. Inversión diferida. Aquí se contemplan los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de y los sistemas de operación preparativos.

Cuadro 83. Gastos de investigación.

| Item | Unidad | Cantidad | V/ parcial \$ | V/total. \$ |
|-------------------------------|---------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| Estudio de factibilidad | un | 1 | 2.800.000 | 2.800.000 |
| Impresiones | un | 600 | 50 | 30000 |
| Servicio de celular (mensual) | Mensual | 12 | 28.000 | 336.000 |
| Internet (mensual) | Mensual | 12 | 35.000 | 420.000 |
| TOTAL | | | | 3.586.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 84. Gastos de constitución y legalización.

| Item | Total. \$ |
|--|------------------|
| Escritura y Gastos Notariales | 200.000 |
| Registro Mercantil | 200.000 |
| Permisos y Licencias | 400.000 |
| Autenticación de Escritura publica | 2.200 |
| Formularios | 7.200 |
| Matricula de establecimiento de Comercio | 27.000 |
| Tarifa de registro Mercantil | 27.000 |
| Registro de Libros | 27.000 |
| Publicación | 10.800 |
| Total | 901.200 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 85. Total inversión diferida.

| Item | Total. \$ |
|---------------------------------------|------------------|
| Gastos de investigación y desarrollo | 3.586.000 |
| Adecuaciones locativas | 2.300.000 |
| Gastos de publicidad de lanzamiento | 681.000 |
| Gastos de constitución y legalización | 901.200 |
| Total | 7.468.200 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.3. Inversión de capital de trabajo. Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

La empresa, para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. Este capital se calculará para el primer mes de operación de la empresa.

5.1.3.1. Costos de producción

Materias Primas. Se calculan los costos de los materiales necesarios para la elaboración del producto, tales como telas, broches, caucho, teniendo en cuenta lo requerido según la capacidad inicial tanto su valor anual como mensual.

Cuadro 86. Materia Prima: tela.

| Tipo de prenda | Tallas | # de prendas al año | total metros año 1 | Costo/metro. \$ | Costo total \$/año | Costo total \$/mes |
|---------------------------|----------|---------------------|--------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 210 | 7.200 | 1.512.000 | 126.000 |
| | 6-8-10 | 780 | 702 | 7.200 | 5.054.400 | 421.200 |
| | 12-14-16 | 800 | 800 | 7.200 | 5.760.000 | 480.000 |
| | S-M-L | 448 | 538 | 7.200 | 3.870.720 | 322.560 |
| Subtotal | | 2.378 | 2.250 | | 16.197.120 | 1.349.760 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 91 | 7.200 | 653.760 | 54.480 |
| | 6-8-10 | 1.200 | 720 | 7.200 | 5.184.000 | 432.000 |
| | 12-14-16 | 1.200 | 960 | 7.200 | 6.912.000 | 576.000 |
| | S-M-L | 600 | 600 | 7.200 | 4.320.000 | 360.000 |

| Tipo de prenda | Tallas | # de prendas al año | total metros año 1 | Costo/metro. \$ | Costo total \$/año | Costo total \$/mes |
|-----------------|----------|---------------------|--------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Subtotal | | 3.227 | 2.371 | | 17.069.760 | 1.422.480 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 240 | 6.800 | 1.632.000 | 136.000 |
| | 6-8-10 | 3.624 | 2.174 | 6.800 | 14.785.920 | 1.232.160 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 2.800 | 6.800 | 19.040.000 | 1.586.667 |
| | S-M-L | 3.890 | 3.890 | 6.800 | 26.452.000 | 2.204.333 |
| Subtotal | | 11.614 | 9.104 | | 61.909.920 | 5.159.160 |
| Total | | | | | 95.176.800 | 7.931.400 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 87. Costo accesorios pantalón deportivo.

| Caucho | | | | | | | |
|---------------------------|----------|---------------------|--------------------|-------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid metro/ prenda | total unid/prenda | Valor unid \$ | valor total \$año | valor total \$mes |
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 0,4 | 140 | 400 | 56.000 | 4.667 |
| | 6 8 10 | 780 | 0,5 | 390 | 400 | 156.000 | 13.000 |
| | 12-14-16 | 800 | 0,6 | 440 | 400 | 176.000 | 14.667 |
| | S-M-L | 448 | 0,6 | 269 | 400 | 107.520 | 8.960 |
| Subtotal | | 2.378 | | | | 495.520 | 41.293 |
| Marquilla | | | | | | | |
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid/ prenda | total unid/prenda | valor unid \$ | valor total \$ año | valor total \$ mes |
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 1 | 350 | 30 | 10.500 | 875 |
| | 6 8 10 | 780 | 1 | 780 | 30 | 23.400 | 1.950 |
| | 12-14-16 | 800 | 1 | 800 | 30 | 24.000 | 2.000 |
| | S-M-L | 448 | 1 | 448 | 30 | 13.440 | 1.120 |
| Subtotal | | 2378 | | | | 71.340 | 5.945 |
| TOTAL | | | | | | 566.860 | 47.238 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 88. Costos accesorios Bermuda.

| Caucho | | | | | | | |
|------------------|----------|---------------------|-------------------|-------------------|---------------|-------------------|--------------------|
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid metro/prenda | total unid/prenda | valor unid \$ | valor total año\$ | valor total mes \$ |
| Bermuda | 0 -2-4 | 277 | 0,4 | 111 | 400 | 44.320 | 3.693 |
| | 6 8 10 | 1200 | 0,5 | 600 | 400 | 240.000 | 20.000 |
| | 12-14-16 | 1200 | 0,6 | 660 | 400 | 264.000 | 22.000 |
| | S-M-L | 600 | 0,6 | 360 | 400 | 144.000 | 12.000 |
| Subtotal | | 3.277 | | | | 692.320 | 57.693 |
| Marquilla | | | | | | | |
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid/prenda | total unid/prenda | valor unid \$ | valor total año\$ | valor total mes \$ |
| Bermuda | 0 -2-4 | 277 | 1 | 277 | 30 | 8.310 | 693 |
| | 6 8 10 | 1200 | 1 | 1200 | 30 | 36.000 | 3.000 |
| | 12-14-16 | 1200 | 1 | 1200 | 30 | 36.000 | 3.000 |
| | S-M-L | 600 | 1 | 600 | 30 | 18.000 | 1.500 |
| Subtotal | | 3277 | | | | 98.310 | 8.193 |
| TOTAL | | | | | | 790.630 | 65.886 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 89. Costos accesorios Camibuso.

| cuello/puño | | | | | | | |
|--------------------|----------|---------------------|-------------------|-------------------|--------------|--------------------|--------------------|
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid juego/prenda | total unid/prenda | valor unid\$ | valor total año \$ | valor total mes \$ |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 0,4 | 240 | 400 | 96.000 | 8.000 |
| | 6 8 10 | 3.624 | 0,5 | 1.812 | 400 | 724.800 | 60.400 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 0,6 | 1.925 | 400 | 770.000 | 64.167 |
| | S-M-L | 3.890 | 0,6 | 2.334 | 400 | 933.600 | 77.800 |
| Subtotal | | 11.614 | | | | 2.524.400 | 210.367 |
| Broches | | | | | | | |
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid/prenda | total unid/prenda | valor unid\$ | valor total año \$ | valor total mes \$ |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 2 | 1200 | 30 | 36.000 | 3.000 |
| | 6 8 10 | 3.624 | 2 | 7248 | 30 | 217.440 | 18.120 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 3 | 10500 | 30 | 315.000 | 26.250 |
| | S-M-L | 3.890 | 3 | 11670 | 30 | 350.100 | 29.175 |
| Subtotal | | 11614 | | | | 918.540 | 76.545 |

| Marquilla | | | | | | | |
|-----------------------|---------------|----------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------|
| Tipo de prenda | Tallas | Total prendas Año 1 | unid/ prenda | total unid/prenda | valor unid\$ | valor total año \$ | valor total mes \$ |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 1 | 600 | 30 | 18.000 | 1.500 |
| | 6 8 10 | 3.624 | 1 | 3624 | 30 | 108.720 | 9.060 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 1 | 3500 | 30 | 105.000 | 8.750 |
| | S-M-L | 3.890 | 1 | 3890 | 30 | 116.700 | 9.725 |
| Subtotal | | 11614 | | | | 348.420 | 29.035 |
| TOTAL | | | | | | 3.791.360 | 315.947 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 90. Costo Total de Materia Prima.

| ITEM | Costo total \$/año | Costo total \$/mes |
|--------------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Tela | 95.176.800 | 7.931.400 |
| Costo accesorios pantalón deportivo. | 566.860 | 47.238 |
| Costos accesorios Bermuda | 790.630 | 65.886 |
| Costos accesorios Camibuso. | 3.791.360 | 315.947 |
| TOTAL | 100.325.650 | 8.360.471 |

Fuente: Autora del Proyecto

Mano de obra directa. Es la mano de obra utilizada directamente para la elaboración del producto, de esta hacen parte el corte, la confección el ensamble, despeluzado etc.

Cuadro 91. Nómina.

| Descripción | % | Jefe de producción | operarios de producción(3) | Total mano de obra |
|---------------------|----------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Salario | | 800.000 | 1.606.800 | 2.406.800 |
| Sub. De trnsp. | | 63.600 | 189.000 | 254.400 |
| Prima 8,33% | 8,33% | 71.938 | 139.144 | 211.082 |
| Vacaciones 4,17% | 4,17% | 33.360 | 67.004 | 100.364 |
| Cesantías 8,33% | 8,33% | 71.938 | 139.144 | 211.082 |
| Int. Cesantías 1% | 12,00% | 8.633 | 16.697 | 25.330 |
| Caja Comp. 4% | 4,00% | 34.544 | | 69.088 |
| I.C.B.F. 3% | 3,00% | 24.000 | | 72.204 |
| Salud 2% | 2,00% | 16.000 | 32.136 | 48.136 |
| Pensión 8,5% | 8,50% | 68.000 | 136.578 | 204.578 |
| R. profnales 2,436% | 2,43% | 19.440 | 34.544 | 58.485 |
| Dotación 7% | 7,00% | 60.452 | 48.204 | 177.380 |
| Total mes | | 1.271.904 | 2.439.825 | 3.711.729 |
| Total año | | 15.262.852 | 29.277.897 | 46.443.553 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 92. Costo de ensamble.

| Tipo de prenda | Tallas | # de prendas año 1 | Costo de ensamble/prenda \$ | costo total \$/ año | costo total \$/ mes |
|---------------------------|----------|--------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 1.200 | 420.000 | 35.000 |
| | 6-8-10 | 780 | 1.200 | 936.000 | 78.000 |
| | 12-14-16 | 800 | 1.500 | 1.200.000 | 100.000 |
| | S-M-L | 448 | 1.500 | 672.000 | 56.000 |
| Subtotal | | 2.378 | | 3.228.000 | 269.000 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 1.200 | 272.400 | 22.700 |
| | 6-8-10 | 1.200 | 1.200 | 1.440.000 | 120.000 |
| | 12-14-16 | 1.200 | 1.500 | 1.800.000 | 150.000 |
| | S-M-L | 600 | 1.500 | 900.000 | 75.000 |
| Subtotal | | 3.227 | | 4.412.400 | 367.700 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 1.500 | 900.000 | 75.000 |
| | 6-8-10 | 3.624 | 1.500 | 5.436.000 | 453.000 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 2.000 | 7.000.000 | 583.333 |
| | S-M-L | 3.890 | 2.000 | 7.780.000 | 648.333 |
| Subtotal | | 11.614 | | 21.116.000 | 1.759.667 |
| Total | | 17.219 | | 28.756.400 | 2.396.367 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 93. Total costos mano de obra directa.

| Concepto | Costo \$/año | Costo \$/mes |
|----------------|-------------------|------------------|
| Nómina | 44.540.749 | 3.711.729 |
| Costo Ensamble | 28.756.400 | 2.396.367 |
| TOTAL | 73.297.149 | 6.108.096 |

Fuente: Autora del Proyecto

Costos indirectos fabricación. De estos costos hacen parte los materiales y costos indirectos que son aquellos que están en el producto pero que no son necesarios para la elaboración de este como son las bolsas de empaque, la etiqueta, depreciación, mantenimiento entre otros.

Cuadro 2. Costo de materiales indirectos.

| Costos | Tallas | # de prendas año 1 | # bolsas / prenda | etiquetas /prenda | Costo\$/bolsa | Costo\$/e tiqueta | Costo\$/ año | Costo\$/ mes |
|---------------------------|----------|--------------------|-------------------|-------------------|---------------|-------------------|------------------|----------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 1 | 1 | 120 | 150 | 94.500 | 7.875 |
| | 6-8-10 | 780 | 1 | 1 | 120 | 150 | 210.600 | 17.550 |
| | 12-14-16 | 800 | 1 | 1 | 160 | 150 | 248.000 | 20.667 |
| | S-M-L | 448 | 1 | 1 | 160 | 150 | 138.880 | 11.573 |
| Subtotal | | 2.378 | | | | | 691.980 | 57.665 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 1 | 1 | 120 | 150 | 61.290 | 5.108 |
| | 6-8-10 | 1.200 | 1 | 1 | 120 | 150 | 324.000 | 27.000 |
| | 12-14-16 | 1.200 | 1 | 1 | 160 | 150 | 372.000 | 31.000 |
| | S-M-L | 600 | 1 | 1 | 160 | 150 | 186.000 | 15.500 |
| Subtotal | | 3.227 | | | | | 943.290 | 78.608 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 1 | 1 | 120 | 150 | 162.000 | 13.500 |
| | 6-8-10 | 3.624 | 1 | 1 | 120 | 150 | 978.480 | 81.540 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 1 | 1 | 160 | 150 | 1.085.000 | 90.417 |
| | S-M-L | 3.890 | 1 | 1 | 160 | 150 | 1.205.900 | 100.492 |
| Subtotal | | 11.614 | | | | | 3.431.380 | 285.948 |
| TOTAL | | | | | | | 5.066.650 | 422221 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 95. Costos de energía.

| Concepto | unidad | Valor unidad \$ | Cantidad\$/mes | Costo\$/mes | Costo\$/año |
|----------|--------|-----------------|----------------|-------------|-------------|
| Energía | KW | 303 | 500 | 151.500 | 1.818.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 96. Costos de depreciación activos operativos.

| ITEM | CANT | VALOR UNIT. \$ | VALOR TOTAL\$ | VIDA UTIL (Años) | DEPRECIACION | |
|-----------------------------|------|----------------|------------------|------------------|---------------|----------------|
| | | | | | MENSUAL \$ | ANUAL\$ |
| Maquina plana industrial | 2 | 890.000 | 1.780.000 | 10 | 14.833 | 178.000 |
| Máquina Collarín industrial | 1 | 2.039.000 | 2.039.000 | 10 | 16.992 | 203.900 |
| Fileteadora industrial | 3 | 1.227.000 | 3.681.000 | 10 | 30.675 | 368.100 |
| Cortadora eléctrica | 1 | 150.000 | 150.000 | 10 | 1.250 | 15.000 |
| Máquina para broches | 1 | 150.000 | 150.000 | 10 | 1.250 | 15.000 |
| Plancha industrial a vapor | 1 | 280.000 | 280.000 | 10 | 2.333 | 28.000 |
| Total maquinaria | | | 8.080.000 | | | |
| Total depreciación | | | | | 67.333 | 808.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 97. Costo de mantenimiento de producción.

| Activo | Valor del activo | proporción % | Valor\$/año | Valor \$/mes |
|-------------------|------------------|--------------|-------------|--------------|
| Operativos | 9.304.000 | 5% | 465.200 | 38.767 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 98. Costo seguro de producción.

| Activo | Valor del activo | proporción % | Valor\$/año | Valor \$/mes |
|-------------------|------------------|--------------|-------------|--------------|
| Operativos | 9.304.000 | 1% | 93.040 | 7.753 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 99. Total CIF.

| Concepto | Costo \$/año | Coto \$/mes |
|-----------------------|-------------------|------------------|
| Materiales indirectos | 5.066.650 | 422.221 |
| Energía | 1.818.000 | 151.500 |
| Depreciación | 930.400 | 77.533 |
| Mantenimiento | 465.200 | 38.767 |
| Arriendo 80% | 4.800.000 | 400.000 |
| Seguros de producción | 93.040 | 7.753 |
| Total | 13.173.290 | 1.097.774 |

Fuente: Autora del Proyecto

Total costos de producción. Corresponde al resumen del costo total de producción tales como materias primas, mano de obra directa y los CIF.

Cuadro 100. Total costos de producción.

| Concepto | Costo \$/año | Costo \$/mes |
|----------------------|--------------------|-------------------|
| Materia prima | 100.325.650 | 8.360.471 |
| Mano de obra directa | 73.297.149 | 6.108.096 |
| CIF | 13.173.290 | 1.097.774 |
| Total | 186.796.089 | 15.566.341 |

5.1.3.2. Gastos de administración y ventas. Conformado por los gastos de administración y ventas; hacen parte la nómina administrativa, depreciación de muebles, enceres y equipo de oficina, amortización de diferidos, y gastos generales para el primer año y mes.

Cuadro 101. Nomina Administrativa y Ventas.

| Concepto | | Gerente \$ | Secretaria\$ | Vendedora\$ | Total nómina \$ |
|-----------------------------|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Sueldo mes | | 1.200.000 | 600.000 | 600.000 | 2.400.000 |
| Subsidio transporte | | | 63.600 | 63.600 | 127.200 |
| Prima | 8,33% | 99.960 | 55.278 | 55.278 | 210.516 |
| Vacaciones | 4,17% | 50.040 | 25.020 | 25.020 | 100.080 |
| Cesantías | 8,33% | 99.960 | 55.278 | 55.278 | 210.516 |
| Intereses de cesantías | 12% | 11.995 | 6.633 | 6.633 | 25.262 |
| Caja de compensación filiar | 4% | 48.000 | 26.544 | 26.544 | 101.088 |
| I.C.B.F. | 3% | 36.000 | 18.000 | 18.000 | 72.000 |
| Sena | 2% | 24.000 | 12.000 | 12.000 | 48.000 |
| Salud | 8,50% | 102.000 | 51.000 | 51.000 | 204.000 |
| Pensión | 12% | 144.000 | 72.000 | 72.000 | 288.000 |
| Riesgos profesionales | 0,52% | 6.264 | 3.132 | 3.132 | 12.528 |
| Dotación | 7% | 84.000 | 46.452 | 46.452 | 176.904 |
| Total mes | | 1.906.219 | 1.034.937 | 1.034.937 | 3.976.093 |
| Total año | | 22.874.630 | 12.419.245 | 12.419.245 | 47.713.121 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 102. Depreciación administrativa

| Muebles y enseres administración | | | | Vida útil (Años) | Depreciación | |
|----------------------------------|-------|---------------|------------------|------------------|---------------|----------------|
| Item | Cant. | ValorUnit. \$ | Valor Total \$ | | Mensual\$ | Anual\$ |
| Escritorio | 3 | 320.000 | 960.000 | 10 | 8.000 | 96.000 |
| Sillas ergonómicas | 3 | 170.000 | 510.000 | 10 | 4.250 | 51.000 |
| Archivador | 1 | 390.000 | 390.000 | 10 | 3.250 | 39.000 |
| Silla auxiliar oficina | 2 | 65000 | 130.000 | 10 | 1.083 | 13.000 |
| TOTAL | | | 1.990.000 | | 16.583 | 199.000 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 103. Amortización de diferidos.

| Activo | Valor del activo\$ | Años amortizables | Amortización \$/año | Amortización\$/mes |
|-----------|--------------------|-------------------|---------------------|--------------------|
| Diferidos | 7.468.200 | 5 | 1.493.640 | 124.470 |
| Total | | | 1.493.640 | 124.470 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 104. Gastos generales.

| Descripción | Valor año\$ | Valor mes\$ |
|------------------------|-------------|-------------|
| Honorarios contador | 3.600.000 | 300.000 |
| Agua | 162.000 | 13.500 |
| Energía | 360.000 | 30.000 |
| Teléfono | 288.000 | 24.000 |
| Internet | 408.000 | 34.000 |
| Aseo y cafetería | 600.000 | 50.000 |
| Elementos de papelería | 50.000 | 4.167 |
| Arriendo 20% | 1.200.000 | 100.000 |
| Publicidad | 4.200.000 | 350.000 |
| Mantenimiento equipo | 120.000 | 10.000 |
| Seguros | 1.200.000 | 100.000 |
| TOTAL | 12.188.000 | 1.015.667 |

Cuadro 105. Total gastos de administración.

| Concepto | Valor \$/mes | Valor\$/año |
|------------------------|--------------|-------------|
| Nomina | 3.976.093 | 47.713.121 |
| Depreciación | 52.833 | 634.000 |
| Amortización diferidos | 124.470 | 1.493.640 |
| Gastos generales | 1.015.667 | 12.188.000 |
| Total | 5.169.063 | 62.028.761 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.3.3 Gastos Financieros. Para cubrir las inversiones iniciales del proyecto se prevé la necesidad de un préstamo bancario por 8.000.000, porque los recursos de los inversionistas no son suficientes, a un plazo de 24 meses, con una tasa del 13.55%EA + DTF¹¹ (4,55%); el siguiente cuadro refleja la amortización de la deuda.

¹¹Bancolombia. Septiembre 22 de 2011

Cuadro 106. Amortización crédito.

| Periodo | Capital \$ | Intereses \$ | Cuota Total \$ | Saldo \$ |
|----------------|-------------------|---------------------|-----------------------|------------------|
| 1 | 283.109 | 111.200 | 394.309 | 7.716.891 |
| 2 | 287.044 | 107.265 | 394.309 | 7.429.847 |
| 3 | 291.034 | 103.275 | 394.309 | 7.138.813 |
| 4 | 295.080 | 99.229 | 394.309 | 6.843.733 |
| 5 | 299.181 | 95.128 | 394.309 | 6.544.552 |
| 6 | 303.340 | 90.969 | 394.309 | 6.241.212 |
| 7 | 307.556 | 86.753 | 394.309 | 5.933.656 |
| 8 | 311.831 | 82.478 | 394.309 | 5.621.825 |
| 9 | 316.166 | 78.143 | 394.309 | 5.305.659 |
| 10 | 320.560 | 73.749 | 394.309 | 4.985.099 |
| 11 | 325.016 | 69.293 | 394.309 | 4.660.083 |
| 12 | 329.534 | 64.775 | 394.309 | 4.330.549 |
| 13 | 334.114 | 60.195 | 394.309 | 3.996.435 |
| 14 | 338.759 | 55.550 | 394.309 | 3.657.676 |
| 15 | 343.467 | 50.842 | 394.309 | 3.314.209 |
| 16 | 348.241 | 46.068 | 394.309 | 2.965.967 |
| 17 | 353.082 | 41.227 | 394.309 | 2.612.885 |
| 18 | 357.990 | 36.319 | 394.309 | 2.254.895 |
| 19 | 362.966 | 31.343 | 394.309 | 1.891.929 |
| 20 | 368.011 | 26.298 | 394.309 | 1.523.918 |
| 21 | 373.127 | 21.182 | 394.309 | 1.150.792 |
| 22 | 378.313 | 15.996 | 394.309 | 772.479 |
| 23 | 383.572 | 10.737 | 394.309 | 388.907 |
| 24 | 388.907 | 5.406 | 394.313 | 0 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.3.4. Total capital de trabajo. Esta cifra está representada por el capital necesario o requerido para cubrir el primer mes de producción, del que hacen parte los costos de producción, gastos de administración y ventas; descontando depreciación, amortización de diferidos y la carga prestacional. (Ver cuadro 99)

Cuadro 107. Total capital de trabajo.

| Concepto | Valor\$/mes |
|-----------------------------------|--------------------|
| Costos de producción | 15.562.581 |
| Gastos de administración y ventas | 5.169.063 |
| (-) Depreciaciones | -128.017 |
| (-) Amortización de diferidos | -124.470 |
| Total | 20.479.157 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.4. Inversión total. La inversión total requerida para el montaje de la nueva empresa, dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir deportivas en san Alberto Cesar, es de 41.891.357 de los cuales 13.944.000 corresponden a la inversión fija, 7.468.200 a la inversión diferida y 20.479.157 son el capital de trabajo.(ver cuadro 106).

Cuadro 108. Inversión total.

| Concepto | Valor\$/mes |
|--------------------|--------------------|
| Inversión fija | 13.944.000 |
| Inversión diferida | 7.468.200 |
| Capital de trabajo | 20.479.157 |
| Total | 41.891.357 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.1.5. Fuentes de financiación.

Cuadro 109. Fuentes de financiación

| Recursos | valor \$ | porcentaje % |
|-------------------|-------------------|---------------------|
| Crédito bancario | 8.000.000 | 19,10% |
| Recursos propios | 28.891.357 | 68,97% |
| Subsidio Idesesar | 5.000.000 | 11,94% |
| Total | 41.891.357 | 100,00% |

Fuente: Autora del Proyecto

Habiendo realizado los cálculos pertinentes se inicia el proceso de consecución de los recursos para el montaje y puesta en marcha de la nueva empresa, teniendo en cuenta que el monto requerido es de \$41.891.357 y se cuenta con unos recurso propios de \$28.891.357 y por otra parte se encuentra en tramite la adjudicación de unos recursos por parte de la Gobernación del Cesar lo que se encuentra en la etapa de preselección de las microempresas se opta por la solicitud de un crédito bancario por el monto de \$8.000.000.

5.2. COSTOS.

Teniendo en cuenta la incidencia que tienen los costos para determinar valores como costos totales, costos unitarios y precios de ventase debe aclarar cuáles son los costos y gastos fijos y variables.

5.2.1. Costos y gastos fijos. Son los que permanecen constantes en cualquier momento de la empresa, es decir, vendase o no se venda; entre estos se encuentran la nómina, algunos costos indirectos como depreciación, amortización de diferidos y demás gastos.

Cuadro 110. Costos y Gastos fijos Totales.

| Descripción | Costo\$/ mes | Costo\$/ año |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|
| Nomina administración y ventas | 3.976.093 | 47.713.121 |
| Nómina de producción | 3.711.729 | 44.540.749 |
| Depreciación de producción | 77.533 | 930.400 |
| Depreciación de administración | 52.833 | 634.000 |
| Amortización de diferidos | 124.470 | 1.493.640 |
| Honorarios Contador | 300.000 | 3.600.000 |
| Arriendo | 500.000 | 6.000.000 |
| Publicidad | 350.000 | 4.200.000 |
| Mantenimiento administración | 10.000 | 120.000 |
| Elementos de papelería | 4.167 | 50.000 |
| Seguros admón. | 100.000 | 1.200.000 |
| Agua | 13.500 | 162.000 |
| Luz | 30.000 | 360.000 |
| Teléfono | 24.000 | 288.000 |
| Internet | 34.000 | 408.000 |
| Aseo y cafetería | 50.000 | 600.000 |
| Mantenimiento de producción | 38.767 | 465.200 |
| Gastos financieros | 88.521 | 1.062.257 |
| Seguro de producción | 7.753 | 93.040 |
| Total Gastos Fijos | 9.493.367 | 113.920.407 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.2.2. Costos variables. Estos corresponden a los costos relacionados con la cantidad de producción y venta, como son materias primas, mano de obra indirecta, materiales indirectos, insumos y servicios.

Cuadro 111. Costos y gastos variables totales.

| Descripción | Costo\$/ mes | Costo\$/ año |
|-----------------------|-------------------|--------------------|
| Materia Prima | 8.360.471 | 100.325.650 |
| Materiales indirectos | 422.221 | 5.066.650 |
| Costo ensamble | 2.396.367 | 28.756.400 |
| Energía | 151.500 | 1.818.000 |
| | 11.330.558 | 135.966.700 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 112. Total costos fijos y variables.

| Costo | Costo Mes \$ | Costo Anual \$ | % |
|-----------------------|---------------------|----------------------|----------------|
| Costos Fijos | 9.493.367 | 113.920.407 | 45,59% |
| Costos Variables | 11.330.558 | 135.966.700 | 54,41% |
| Costos Totales | \$20.823.926 | \$249.887.107 | 100,00% |

Fuente: Autora del Proyecto

5.2.3. Costos totales unitarios. Anteriormente se habían definido los costos para el total de la producción en el año; ahora cada prenda tendrá sus costos fijos y variables discriminados, para encontrar el costo total unitario.

Cuadro 113. Costos totales unitarios del pantalón deportivo.

| Talla | 0 -2-4 | 6 8 10 | 12-14-16 | S-M-L | Total |
|------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Prendas/año | 350 | 780 | 800 | 448 | 2.378 |
| Porcentaje de participación | 2,0% | 4,5% | 4,6% | 2,6% | 13,8% |
| Tela | 1.512.000 | 5.054.400 | 5.760.000 | 3.870.720 | 16.197.120 |
| Caucho | 56.000 | 156.000 | 176.000 | 107.520 | 495.520 |
| Marquilla | 10.500 | 23.400 | 24.000 | 13.440 | 71.340 |
| material indirecto | 102.987 | 229.513 | 235.398 | 131.823 | 699.721 |
| costo ensamble | 420.000 | 936.000 | 1.200.000 | 672.000 | 3.228.000 |
| energía | 36.953 | 82.353 | 84.465 | 47.300 | 251.072 |
| Total costo variable | 2.138.440 | 6.481.666 | 7.479.863 | 4.842.803 | 20.942.773 |
| Total costo fijo | 2.315.590 | 5.160.457 | 5.292.777 | 2.963.955 | 15.732.779 |
| Total costos por prenda | 4.454.030 | 11.642.124 | 12.772.640 | 7.806.758 | 36.675.552 |
| Costo unitario total | 12.726 | 14.926 | 15.966 | 17.426 | |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 114. Costos totales unitarios de la bermuda.

| Talla | 0 -2-4 | 6 8 10 | 12-14-16 | S-M-L | Total |
|------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Prendas/año | 227 | 1.200 | 1.200 | 600 | 3.227 |
| Porcentaje de participación | 1,3% | 7,0% | 7,0% | 3,5% | 18,7% |
| Tela | 653.760 | 5.184.000 | 6.912.000 | 4.320.000 | 17.069.760 |
| Caucho | 44.320 | 240.000 | 264.000 | 144.000 | 692.320 |
| Marquilla | 8.310 | 36.000 | 36.000 | 18.000 | 98.310 |
| material indirecto | 66.794 | 353.097 | 353.097 | 176.549 | 949.537 |
| costo ensamble | 272.400 | 1.440.000 | 1.800.000 | 900.000 | 4.412.400 |
| energía | 23.967 | 126.697 | 126.697 | 63.349 | 340.710 |
| Total costo variable | 1.069.551 | 7.379.794 | 9.491.794 | 5.621.897 | 23.563.037 |
| Total costo fijo | 1.501.825 | 7.939.165 | 7.939.165 | 3.969.583 | 21.349.739 |
| Total costos por prenda | 2.571.377 | 15.318.960 | 17.430.960 | 9.591.480 | 44.912.776 |
| Costo unitario total | 11.328 | 12.766 | 14.526 | 15.986 | |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 115. Costos totales unitarios del camibuso.

| Talla | 0 -2-4 | 6 8 10 | 12-14-16 | S-M-L | Total |
|------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Prendas/año | 600 | 3.624 | 3.500 | 3.890 | 11.614 |
| Porcentaje de participación | 3,5% | 21,0% | 20,3% | 22,6% | 67,4% |
| Tela | 1.632.000 | 14.785.920 | 19.040.000 | 26.452.000 | 61.909.920 |
| Cuello/puño | 96.000 | 724.800 | 770.000 | 933.600 | 2.524.400 |
| Marquilla | 18.000 | 108.720 | 105.000 | 116.700 | 348.420 |
| Broches | 36.000 | 217.440 | 315.000 | 350.100 | 918.540 |
| material indirecto | 176.549 | 1.066.353 | 1.029.867 | 1.144.623 | 3.417.392 |
| costo ensamble | 900.000 | 5.436.000 | 7.000.000 | 7.780.000 | 21.116.000 |
| energía | 63.349 | 382.626 | 369.534 | 410.710 | 1.226.218 |
| Total costo variable | 2.921.897 | 22.721.859 | 28.629.400 | 37.187.734 | 91.460.890 |
| Total costo fijo | 3.969.583 | 23.976.279 | 23.155.899 | 25.736.128 | 76.837.889 |
| Total costos por prenda | 6.891.480 | 46.698.138 | 51.785.299 | 62.923.861 | 168.298.779 |
| Costo unitario total | 11.486 | 12.886 | 14.796 | 16.176 | |

Fuente: Autora del Proyecto

5.2.4. Precio de venta. Después de hallados los costos unitarios totales se puede definir el precio de venta mediante la siguiente fórmula:

Precio de venta = Costo unitario total / (1 – margen de utilidad)

El margen de utilidad esperada para este proyecto es del 8%; de esa forma quedan los precios definidos en el siguiente cuadro:

Cuadro 116. Precio de venta de cada prenda.

| Prenda/Talla | 0 -2-4 | 6 8 10 | 12-14-16 | S-M-L |
|---------------------|---------------|---------------|-----------------|--------------|
| Pantalón deportivo | \$13.832 | \$16.224 | \$17.354 | \$18.941 |
| Bermuda | \$12.313 | \$13.876 | \$15.789 | \$17.376 |
| Camibuso | \$12.485 | \$14.006 | \$16.082 | \$17.582 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS.

Después de haber realizado los cálculos anteriores, se elaboran los presupuestos de ingresos y de egresos, se hace su respectiva proyección para los 5 primeros años de la nueva empresa. Las proyecciones se trabajarán en pesos constantes, y se incrementarán de acuerdo a la capacidad usada para cada año.

5.3.1. Ingresos Proyectados. Para determinar estos ingresos se tendrá en cuenta la capacidad utilizada para cada año, y el precio de venta del producto, los cuales se trabajarán en pesos constantes. En los cuadros siguientes se definen los ingresos año por año:

Cuadro 117. Ingresos por ventas año 1.

| | Tallas | # Prenda/año | Precio venta \$ | \$/Año 1 |
|---------------------------|---------------|---------------------|------------------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 350 | 13.832 | 4.841.337 |
| | 6 8 10 | 780 | 16.224 | 12.654.482 |
| | 12-14-16 | 800 | 17.354 | 13.883.304 |
| | S-M-L | 448 | 18.941 | 8.485.607 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 12.313 | 2.794.975 |
| | 6 8 10 | 1.200 | 13.876 | 16.651.043 |
| | 12-14-16 | 1.200 | 15.789 | 18.946.695 |
| | S-M-L | 600 | 17.376 | 10.425.522 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 600 | 12.485 | 7.490.739 |
| | 6 8 10 | 3.624 | 14.006 | 50.758.846 |
| | 12-14-16 | 3.500 | 16.082 | 56.288.369 |
| | S-M-L | 3.890 | 17.582 | 68.395.501 |
| Totales | | 17.219 | | 271.616.420 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 118. Ingresos por ventas año 2

| | Tallas | # Prenda/año | Precio venta \$ | \$/Año 2 |
|---------------------------|----------|---------------|-----------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 368 | 13.832 | 5.090.320 |
| | 6 8 10 | 819 | 16.224 | 13.287.207 |
| | 12-14-16 | 840 | 17.354 | 14.577.469 |
| | S-M-L | 470 | 18.941 | 8.902.311 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 238 | 12.313 | 2.930.414 |
| | 6 8 10 | 1.260 | 13.876 | 17.483.595 |
| | 12-14-16 | 1.260 | 15.789 | 19.894.030 |
| | S-M-L | 630 | 17.376 | 10.946.798 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 630 | 12.485 | 7.865.276 |
| | 6 8 10 | 3.805 | 14.006 | 53.293.987 |
| | 12-14-16 | 3.675 | 16.082 | 59.102.787 |
| | S-M-L | 4.085 | 17.582 | 71.824.068 |
| Totales | | 18.080 | | 285.198.262 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 119. Ingresos por ventas año 3

| | Tallas | # Prenda/año | Precio venta \$ | \$ Año 3 |
|---------------------------|----------|---------------|-----------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 386 | 13.832 | 5.339.303 |
| | 6 8 10 | 860 | 16.224 | 13.952.378 |
| | 12-14-16 | 882 | 17.354 | 15.306.343 |
| | S-M-L | 494 | 18.941 | 9.356.897 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 250 | 12.313 | 3.078.166 |
| | 6 8 10 | 1.323 | 13.876 | 18.357.775 |
| | 12-14-16 | 1.323 | 15.789 | 20.888.732 |
| | S-M-L | 662 | 17.376 | 11.502.826 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 662 | 12.485 | 8.264.782 |
| | 6 8 10 | 3.995 | 14.006 | 55.955.185 |
| | 12-14-16 | 3.859 | 16.082 | 62.061.947 |
| | S-M-L | 4.289 | 17.582 | 75.410.875 |
| Totales | | 18.985 | | 299.475.208 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 120. Ingresos por ventas año 4

| | Tallas | # Prenda/año | Precio venta \$ | \$/Año 4 |
|---------------------------|----------|---------------|-----------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 405 | 13.832 | 5.602.118 |
| | 6 8 10 | 903 | 16.224 | 14.649.997 |
| | 12-14-16 | 926 | 17.354 | 16.069.925 |
| | S-M-L | 519 | 18.941 | 9.830.424 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 263 | 12.313 | 3.238.230 |
| | 6 8 10 | 1.389 | 13.876 | 19.273.583 |
| | 12-14-16 | 1.389 | 15.789 | 21.930.800 |
| | S-M-L | 695 | 17.376 | 12.076.229 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 695 | 12.485 | 8.676.773 |
| | 6 8 10 | 4.195 | 14.006 | 58.756.446 |
| | 12-14-16 | 4.052 | 16.082 | 65.165.849 |
| | S-M-L | 4.503 | 17.582 | 79.173.507 |
| Totales | | 19.934 | | 314.443.880 |

Fuente: Autora del Proyecto

Cuadro 121. Ingresos por ventas año 5

| | Tallas | # Prenda/año | Precio venta \$ | \$/Año 5 |
|---------------------------|----------|---------------|-----------------|--------------------|
| Pantalón deportivo | 0 -2-4 | 425 | 13.832 | 5.878.766 |
| | 6 8 10 | 948 | 16.224 | 15.380.063 |
| | 12-14-16 | 972 | 17.354 | 16.868.215 |
| | S-M-L | 545 | 18.941 | 10.322.892 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 276 | 12.313 | 3.398.295 |
| | 6 8 10 | 1.459 | 13.876 | 20.244.893 |
| | 12-14-16 | 1.459 | 15.789 | 23.036.024 |
| | S-M-L | 729 | 17.376 | 12.667.009 |
| Camibuso | 0 -2-4 | 729 | 12.485 | 9.101.248 |
| | 6 8 10 | 4.405 | 14.006 | 61.697.770 |
| | 12-14-16 | 4.254 | 16.082 | 68.414.492 |
| | S-M-L | 4.728 | 17.582 | 83.129.545 |
| Totales | | 20.929 | | 330.139.212 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.3.2. Egresos Projectados. Primero, se toman los Costos Totales de Producción (desglosados), los Gastos de Administración y Ventas (GAV), y los gastos financieros encontrados para el primer año de producción. Para hacer la proyección de los siguientes años, se ajustan los CTP, de acuerdo a la proyección de la capacidad utilizada (Estudio Técnico), multiplicando la capacidad de cada año por cada ítem desglosado, cuando sea necesario.

Cuadro 122. Egresos proyectados

| Descripción | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Prendas/año | 17.219 | 18.080 | 18.985 | 19.934 | 20.929 |
| Nómina producción | 44.540.749 | 44.540.749 | 44.540.749 | 44.540.749 | 44.540.749 |
| Costo ensamble | 28.756.400 | 30.194.304 | 31.705.689 | 33.290.556 | 34.952.244 |
| Materia prima | 100.325.650 | 105.342.224 | 110.615.161 | 116.144.463 | 121.941.781 |
| Materiales indirectos | 5.066.650 | 5.319.997 | 5.586.291 | 5.865.532 | 6.158.309 |
| Energía | 1.818.000 | 1.908.905 | 2.004.456 | 2.104.653 | 2.209.706 |
| Depreciación | 930.400 | 930.400 | 930.400 | 930.400 | 930.400 |
| Mantenimiento | 465.200 | 465.200 | 465.200 | 465.200 | 465.200 |
| Arriendo 80% | 4.800.000 | 4.800.000 | 4.800.000 | 4.800.000 | 4.800.000 |
| Seguros de producción | 93.040 | 93.040 | 93.040 | 93.040 | 93.040 |
| Costos Totales Prod | 186.796.089 | 196.136.436 | 205.954.106 | 216.249.099 | 227.043.112 |
| Gastos admón. y ventas | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 |
| Gastos financieros | 1.062.257 | 401.163 | - | - | - |
| Total Egresos | 249.887.107 | 258.566.359 | 267.982.867 | 278.277.860 | 289.071.873 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.4. ESTADOS FINANCIEROS.

5.4.1. Flujo de caja proyectado

Cuadro 123. Flujo de caja proyectado

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Ventas | | 271.567.377 | 285.146.766 | 299.421.135 | 314.387.14 | 330.079.601 |
| Préstamo bancario | 8.000.000 | | | | | |
| Capital social | 33.891.357 | | | | | |
| TOTAL INGRESOS | 41.891.357 | 271.567.377 | 285.146.766 | 299.421.135 | 314.387.14 | 330.079.601 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Inversión fija | 13.944.000 | - | - | - | - | - |
| Inversión diferida | 7.468.200 | - | - | - | - | - |
| Costos totales producción | | 186.750.969 | 196.089.059 | 205.904.358 | 216.196.865 | 226.988.270 |
| Gastos de Admon y ventas | | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 |
| Gastos financieros | | 1.062.257 | 401.163 | - | - | - |
| Abono a capital | | 3.669.451 | 4.330.549 | - | - | - |
| Pago imp. (33%) | | - | 7.169.379 | 8.787.168 | 10.391.045 | 11.933.288 |
| TOTAL EGRESOS | 21.412.200 | 253.511.438 | 270.018.911 | 276.720.287 | 288.616.671 | 300.950.319 |
| SALDO Ingresos-Egresos | 20.479.157 | 18.055.939 | 15.127.855 | 22.700.848 | 25.770.433 | 29.129.282 |
| Amort. Diferida | | 1.493.640 | 1.493.640 | 1.493.640 | 1.493.640 | 1.493.640 |
| Amort. Capital trabajo | | | | | | 20.479.157 |
| Deprec. Act. Fijos | | 1.536.200 | 1.536.200 | 1.536.200 | 1.536.200 | 1.536.200 |
| Valor salvamento | | | | | | 6.263.000 |
| SALDO NETO CAJA | 20.479.157 | 21.085.779 | 18.157.695 | 25.730.688 | 28.800.273 | 58.901.280 |
| Saldo inicial de caja | | 20.479.157 | 41.564.937 | 59.722.631 | 85.453.319 | 114.253.592 |
| (-)Amort. Capital trabajo | | | | | | (20.479.157) |
| (-)Valor salvamento | | | | | | (6.263.000) |
| SALDO FINAL CAJA | 20.479.157 | 41.564.937 | 59.722.631 | 85.453.319 | 114.253.592 | 146.412.714 |
| Gastos financieros | | 1.062.257 | 401.163 | - | - | - |
| Abono a capital | | 3.669.451 | 4.330.549 | - | - | - |
| FLUJO CAJA LIBRE | (21.412.200) | 6.296.645 | 64.454.343 | 85.453.319 | 114.253.592 | 146.412.714 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.4.2. Estado de Resultados proyectado

Cuadro 124. Estado de resultados proyectado

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Ventas | 271.616.420 | 285.198.262 | 299.475.208 | 314.443.880 | 30.139.212 |
| (-) Costos totales de producción | 186.796.089 | 196.136.436 | 205.954.106 | 216.249.099 | 227.043.112 |
| Utilidad Bruta | 84.820.332 | 89.061.826 | 93.521.103 | 98.194.781 | 103.096.100 |
| (-) Gastos de Admon y Ventas | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 | 62.028.761 |
| Utilidad Operacional | 22.791.571 | 27.033.065 | 31.492.342 | 36.166.020 | 41.067.339 |
| Gastos financieros | 1.062.257 | 401.163 | - | - | - |
| Utilidad antes de Imp | 21.729.314 | 26.631.902 | 31.492.342 | 36.166.020 | 41.067.339 |
| (-) Impuestos (33%) | 7.170.673 | 8.788.528 | 10.392.473 | 11.934.787 | 13.552.222 |
| Utilidad Líquida | 14.558.640 | 17.843.374 | 21.099.869 | 24.231.234 | 27.515.117 |
| (-) Reserva Legal (10%) | 1.455.864 | 1.784.337 | 2.109.987 | 2.423.123 | 2.751.512 |
| UTILIDAD EJERCICIO | 13.102.776 | 16.059.037 | 18.989.882 | 21.808.110 | 24.763.605 |

Fuente: Autora del Proyecto

5.4.3. Balance general

Cuadro 125. Balance general

| DETALLE | AÑO 1 |
|----------------------------------|-------------------|
| ACTIVO | |
| ACTIVO CORRIENTE | |
| Caja y bancos | 41.564.937 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 41.564.937 |
| ACTIVO FIJO | |
| Maquinaria y Herramientas | 8.080.000 |
| Muebles y Enseres producción | 942.000 |
| Equipo de oficina | 2.650.000 |
| Muebles y enseres administración | 1.990.000 |
| Diferidos | 7.468.200 |
| (-) Amortización acumulada | 1.493.640 |
| (-) Depreciación acumulada | 1.536.200 |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 18.100.360 |
| TOTAL ACTIVO | 59.665.297 |
| PASIVO | |
| PASIVO CORRIENTE | |
| Impuesto de renta | 7.169.379 |

| DETALLE | AÑO 1 |
|--------------------------------------|------------|
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | 7.169.379 |
| PASIVO NO CORRIENTE | |
| Obligaciones financieras | 4.330.549 |
| TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | 4.330.549 |
| TOTAL PASIVO | 11.499.928 |
| | |
| PATRIMONIO | |
| Capital social | 33.891.357 |
| Reserva legal | 1.455.601 |
| Utilidad acum. ejercicios anteriores | - |
| Utilidad del ejercicio | 13.100.410 |
| TOTAL PATRIMONIO | 48.447.369 |
| | |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 59.947.297 |

Fuente: Autora del Proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Al diseñar un proyecto emprendedor, se debe buscar la optimización de los recursos y lograr la recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, a su vez generar las utilidades que satisfagan las expectativas de los inversionistas. Sin embargo, la puesta en marcha de cualquier idea de negocio, también lleva consigo una cuota de responsabilidad social y ambiental.

En este capítulo se hará la evaluación del punto de equilibrio, del impacto social o Responsabilidad Social Empresarial, del impacto ambiental y financiero del proyecto.

El primero definirá el número de prendas que se deben vender para que la empresa aunque no genere ganancias, tampoco produzca pérdidas, también se dará en pesos.

El segundo, tendrá en cuenta aspectos como el aporte que hace al desarrollo regional, y la generación de empleo.

El tercero, la preservación de los recursos renovables y no renovables, mediante el cumplimiento de las normas ambientales vigentes.

El cuarto, se determinará el VPN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión, y el análisis de las razones financieras básicas.

6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este instrumento financiero, permite definir el nivel mínimo de ventas de prendas, de tal manera que se cubran todos los costos, y por consiguiente, no haya pérdidas en el ejercicio de la actividad comercial. Cualquier venta adicional, generará utilidades para la empresa.

Para calcularlo se aplica la siguiente fórmula, donde se requiere conocer el Costo Fijo (CF), el Precio de venta unitario (Pvu) y el Costo variable unitario (Cvu):

$$Qu = CF / (Pvu - Cvu)$$

Donde:

Qu = punto de equilibrio

CF = Costo Fijo

Pvu= Precio de venta unitario

Cvu= Costo variable unitario

Como se está trabajando con tres tipos de prendas y cada una de ellas en cuatro tallas diferentes, se hace necesario determinar el porcentaje de participación que tiene cada tipo y talla en el total de unidades producidas; dicho porcentaje permitirá prorratear los costos fijos totales, para poder aplicar la fórmula anterior.

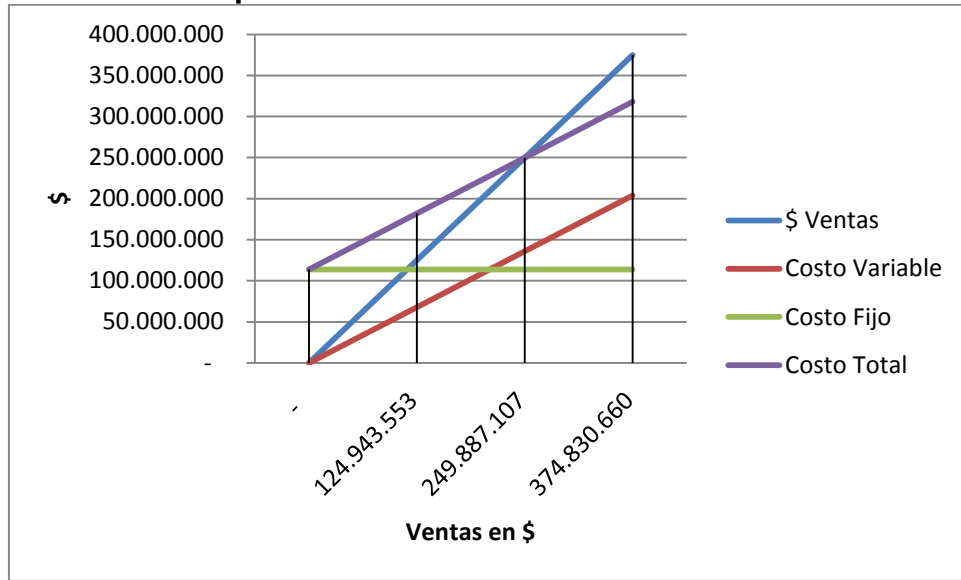
En el siguiente cuadro se detalla cuántas unidades de cada talla y tipo es necesario vender para alcanzar el punto de equilibrio. En pesos se define la necesidad de vender \$249.887.107, porque es ahí donde se encuentra el punto de equilibrio: se cubren los costos fijos totales y los costos variables totales, no generando ni pérdidas ni ganancias para la empresa.

Cuadro 126. Punto de equilibrio

| | | Unid/a ño | % partic | costo fijo prorrat | Prec venta | Costo var.Unit | Ptoeq.u n. | Ptoeq. en \$ |
|------------------------------------|--------------|---------------|---------------------|-----------------------|---------------|-------------------|---------------|--------------------|
| Pantalón deportiv o | 0 -2-4 | 350 | 2,03% | 2.315.590 | 13.832 | 7.526 | 367 | 5.079.301 |
| | 6 8 10 | 780 | 4,53% | 5.160.457 | 16.224 | 8.828 | 698 | 11.319.586 |
| | 12-14- 16 | 800 | 4,65% | 5.292.777 | 17.354 | 9.443 | 669 | 11.609.831 |
| | S-M-L | 448 | 2,60% | 2.963.955 | 18.941 | 10.306 | 343 | 6.501.506 |
| Bermuda | 0 -2-4 | 227 | 1,32% | 1.501.825 | 12.313 | 6.699 | 268 | 3.294.290 |
| | 6 8 10 | 1.200 | 6,97% | 7.939.165 | 13.876 | 7.550 | 1.255 | 17.414.747 |
| | 12-14- 16 | 1.200 | 6,97% | 7.939.165 | 15.789 | 8.591 | 1.103 | 17.414.747 |
| | S-M-L | 600 | 3,48% | 3.969.583 | 17.376 | 9.454 | 501 | 8.707.373 |
| Camibus o | 0 -2-4 | 600 | 3,48% | 3.969.583 | 12.485 | 6.793 | 697 | 8.707.373 |
| | 6 8 10 | 3.624 | 21,05% | 23.976.279 | 14.006 | 7.621 | 3.755 | 52.592.536 |
| | 12-14- 16 | 3.500 | 20,33% | 23.155.899 | 16.082 | 8.751 | 3.158 | 50.793.012 |
| | S-M-L | 3.890 | 22,59% | 25.736.128 | 17.582 | 9.567 | 3.211 | 56.452.805 |
| Totales | | 17.219 | 100,00 % | 113.920.407 | | | 16.025 | 249.887.107 |

Fuente: Autora del Proyecto

Figura 33. Punto de equilibrio



Fuente: Autora del Proyecto

6.2. IMPACTO SOCIAL

Los habitantes del municipio de San Alberto podrán beneficiarse con la nueva empresa porque ella les podrá suministrar prendas de vestir a precios más asequibles, en las tallas y diseños que requieran; además porque la nueva empresa generará nuevas fuentes de empleo: 7 empleos directos, 2 de ellos en la parte administrativa, 1 en las ventas, y 4 en la operativa; personal que será escogido de los diferentes barrios que componen el municipio de San Alberto Cesar.

Este mismo número de empleos, beneficiará a las familias respectivas, al poder contar con unos ingresos estables y dignos, y con los programas de salud, de vivienda, de recreación y de educación que las EPS, ARP, SENA, Cajas de Compensación, Fondos de pensiones y cesantías, e incluso el ICBF, podrán desarrollar en la región.

Mejorará los ingresos económicos de los proveedores de materias primas, insumos, bienes, equipos, y servicios.

Por medio del pago de los impuestos que se aplican a esta actividad, los gobiernos nacional, departamental y municipal, podrán desarrollar sus propios proyectos de inversión social.

6.3. IMPACTO AMBIENTAL

6.3.1. Efectos sobre el medio ambiente natural

6.3.1.1. Agua ambiental de la empresa. Es un recurso hídrico suministrado por la empresa de servicios públicos del municipio Emposanal S.A. E.S.P. y es utilizado diariamente por el personal que labora en la empresa, en actividades tales como: sanitarios, aseo en las instalaciones y la cafetería.

- **Efecto:** Por su uso, ésta se transforma en aguas residuales para luego ser arrojada por el alcantarillado.
- **Política:** controlar el consumo de agua mediante el ahorro y buen uso del líquido, además usando limpiadores biodegradables.

6.3.1.2. Aire. Es contaminado por el efecto de las motas y pelusas de residuos textiles.

- **Efecto.** Enfermedad respiratoria (bisinosis) producida por el polvo textil.
- **Política.** Utilizar implementos de protección (Tapabocas), extractor de polvo textil dirigido a una bolsa biodegradable.
- **Normatividad:** Decreto 3075.

6.3.1.3. Ruido: Es producido por las máquinas.

- **Efecto:** causan enfermedades auditivas
- **Política:** Utilizar implementos de protección(tapa oídos)
- **Normatividad.** Resolución 08321 de agosto de 1983 Decreto 1228 del 6 de mayo de 1997 Por medio del cual se modifica parcialmente el Decreto 948 de 1995 que contiene el Reglamento de Protección y Control de la Calidad del Aire.

6.3.1.4. Suelo. La planta física de la empresa se encuentra ubicada en el centro de la ciudad y se ajusta a las normas del Plan de Ordenamiento Territorial.

6.3.1.5. Biota. El proyecto no ejerce efecto sobre el medio ambiente que rodea la empresa.

Efecto. Los residuos de polvo textil son recogidos en el área de procesos por el extractor. Por otra parte los sobrantes de tela son recolectados por personal de la tercera edad y desplazados, quienes los transforman en colchas, almohadas, cojines y tapetes.

6.3.1.6. Energía eléctrica. Este recurso proviene del agua, y es suministrado por la empresa de energía eléctrica de Santander ESSA, y es utilizada para la iluminación de las instalaciones de la empresa, en las máquinas de coser aires acondicionados, equipos de oficina y la cafetería.

- **Efecto.** Contaminación electromagnética por los equipos de cómputo en la oficina, emisión de gases de los fluorescentes y bombillas. El alto consumo de este recurso afecta al medio ambiente, debido al consumo del agua en las hidroeléctricas.
- **Política.** Uso de bombillas ahorradoras y decorar la oficina con cactus.

Normatividad LEY 697 DE 2001. (octubre 3) mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones.

6.3.2. Como mitigar el impacto. Al implementar prácticas más ecológicas, la empresa busca competitividad en el corto y largo plazo mediante beneficios como gastos operacionales y minimización de riesgos logrando metas empresariales responsables en cuanto a la relación con el medio ambiente

6.4. EVALUACION FINANCIERA

Cuadro 127. Saldo neto de caja

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| SALDO NETO CAJA | (21.412.200) | 21.117.903 | 18.188.720 | 25.761.854 | 28.831.588 | 58.356.502 |

Fuente: Autora del Proyecto

6.4.1. Valor presente neto. Este valor se calcula a partir del Saldo neto de caja proyectado a 5 años, es decir la diferencia entre los ingresos y egresos reales de efectivo, y el valor de la inversión inicial (Año 0).

Los inversionistas esperan una tasa de oportunidad del 15% (tasa aplicada a la oportunidad de invertir en otro proyecto).

A dicha tasa, se le suma el factor de riesgo del 10% (tasa para actividad productiva), mediante la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} &= [(1 + \text{tasa TIO}) \times (1 + \text{Factor riesgo}) - 1] * 100 \\ &= [(1 + 0,15) (1 + 0.1) - 1] * 100 \\ &= 26,50\% \end{aligned}$$

A la anterior tasa se le descuenta la tasa de inflación (3,27% a agosto de 2011¹²) dadas las proyecciones a precios constantes, mediante la siguiente fórmula, para lograr la tasa de evaluación:

$$\begin{aligned} \text{Tasa de evaluación} &= \{[(1 + \text{tasa con riesgo}) / (1 + \text{tasa inflación})] - 1\} * 100 \\ &= \{[(1 + 0,20) / (1 + 0.0327)] - 1\} * 100 \\ &= 22,49\% \end{aligned}$$

El VPN se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$\text{VPN} = \sum (X) (1 + i)^{-t}$$

Donde:

¹²<http://www.banrep.gov.co/>. Septiembre 23 de 2011

X = Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)
i = Tasa de evaluación =22,49%
t = Período de 0 hasta 5 años

Reemplazando estos valores en la fórmula anterior se obtiene, mediante la hoja de cálculo de Excel, que el VPN del proyecto es el siguiente:

$$\text{VPN} = \$ 55.930.979$$

Este valor indica que al traer al presente los ingresos y egresos proyectados a 5 años, la empresa obtiene un saldo positivo, implicando que el proyecto es atractivo. Este valor obtenido es la verdadera utilidad marginal del capital invertido y se dará siempre que las utilidades se reinviertan en el desarrollo del mismo.

6.4.2. Tasa interna retorno TIR. Esta tasa de descuento hace que el VPN sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática:

$$\text{VPN} = \sum (X) (1 + r)^{-t}$$

Donde:

VPN = 0
X = Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)
r = TIR =?
t = Período de 0 hasta 5 años

Aplicando y reemplazando estos valores en la fórmula se obtiene por la hoja de cálculo de Excel, que la TIR del proyecto es:

$$\text{TIR} = 37,42 \%$$

Este valor encontrado significa que, por cada peso que se invierte en la empresa, retornará \$0,3742.

Al darse una TIR encontrada mayor que la Tasa de Evaluación, este proyecto se considera atractivo.

6.4.3. Periodo de recuperación. Cuando se desea conocer el periodo de recuperación de la inversión inicial, se toman los valores del saldo neto de caja que se proyectó a 5 años, trayendo cada valor al VPN, y posteriormente se usa la regla de tres simple:

Cuadro 128. Valores presentes netos

| SALDO NETO CAJA (VPN) | |
|-----------------------|--------------|
| AÑO 0 | (21.412.200) |
| AÑO 1 | 18.363.394 |
| AÑO 2 | 13.753.285 |
| AÑO 3 | 16.938.837 |
| AÑO 4 | 16.484.554 |
| AÑO 5 | 29.013.495 |

Fuente: Autora del Proyecto

| | |
|-----------------------------------|---------------|
| Recuperado año 1 | \$ 18.363.394 |
| Por recuperar | \$ 3.048.806 |
| Recuperado Año 2 (12 meses) (VPN) | \$ 13.753.285 |
| x | \$ 3.048.806 |

$x = 2,7$ meses

| | |
|-------|---------|
| 1 mes | 30 días |
| 0,7 | x |

X = 20 días

Según lo anterior, el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 1 año, 2 meses y 20 días; esto demuestra que el proyecto es atractivo para los inversionistas porque la recuperación se hace antes de los 5 años del horizonte del mismo.

6.4.4. Análisis de las razones financieras. Las razones financieras son fundamentales en todo análisis financiero, estas resultan de establecer una relación numérica entre dos cantidades: las cantidades relacionadas corresponden a diferentes cuentas de los estados financieros de una empresa.

El análisis por razones o indicadores permite observar puntos fuertes o débiles de una empresa o un proyecto, indicando también probabilidades y tendencias, pudiendo así determinar qué cuentas de los estados financieros requiere de mayor atención en el análisis.

El adecuado análisis de estos indicadores permite encontrar información que no se encuentra en las cifras de los estados financieros.

Las razones financieras por sí mismas no tienen mucho significado, por lo que deben ser comparadas con algo para poder determinar si indican situaciones favorables o desfavorables.

Para evaluar este proyecto se tendrán en cuenta las razones de liquidez, miden la habilidad de la empresa para pagar sus deudas a corto plazo (Razón corriente); las de actividad, miden la eficiencia de la empresa en la administración de sus activos (Rotación de los activos totales); las de rentabilidad, miden el éxito de la empresa en un período determinado, desde el punto de vista financiero (Rendimiento Sobre la Inversión); y las de cobertura, ayudan a evaluar la solvencia de la empresa (Razón de deuda).

Cuadro 129. Razones financieras

| RAZÓN FINANCIERA | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Rotación de activos totales | 4,56 | 3,82 | 3,08 | 2,55 | 2,17 |
| Rendimiento sobre inversión | 31,61% | 38,74% | 45,81% | 52,61% | 59,73% |
| Razón Corriente | 5,74 | 6,75 | 8,19 | 9,55 | 10,78 |
| Razón de deuda | 19,32% | 11,77% | 10,68% | 9,69% | 8,90% |

Fuente: Autora del Proyecto

6.4.4.1 Rotación de los activos totales.

$$\text{Rotación de los activos totales} = \text{ventas anuales} / \text{activos totales}$$

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas, por lo general, cuanto mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de sus activos; esta medida es quizá la más importante para la gerencia porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes en el aspecto financiero.

Para el primer año se obtendrán 4,56 veces ingresos equivalentes a la inversión en activos. Esta razón disminuye en la medida que aumentan los activos, y éstos han aumentado por los activos corrientes que tiene la empresa año tras año.

6.4.4.2. Rendimiento Sobre la Inversión

$$\text{ROI} = \text{Utilidad Neta} / \text{Inversión}$$

Esta razón aumenta cada año, desde un 31,61% en el primer año, hasta un 59,73% en el quinto año; esto representa el porcentaje que la empresa gana sobre su inversión. Es la eficacia de la empresa para generar utilidades con la inversión que posee, midiendo la proporción de la inversión que se convierte en utilidades.

6.4.4.3. Razón corriente.

$$\text{Razón corriente} = \text{Activo corriente} / \text{pasivo corriente}$$

La empresa dispone de 5,74 de activos corrientes por cada peso de pasivo corriente, durante el primer año, representando las veces que el activo corriente podrá cubrir al pasivo corriente. Se observa que en todos los años del horizonte del proyecto la empresa tiene liquidez, y esta razón aumenta todos los años.

6.4.4.4. Razón de deuda.

$$\text{Razón de deuda} = \text{Pasivos totales} / \text{Activos totales}$$

Mide la proporción de los activos totales financiados por los acreedores de la empresa; cuanto más alta sea esta razón, mayor será la cantidad de dinero prestado por terceras personas que se utiliza para tratar de generar utilidades.

El activo total está financiado en 19,32% con recursos externos, los que tienen que ver con el crédito otorgado por un banco, y los impuestos por pagar a la DIAN. Éstos disminuyen cada año en virtud que se cancela la deuda al banco, y están muy por debajo del tope máximo aceptado por otros acreedores potenciales.

Esta razón ayuda a establecer la importancia de los acreedores en la empresa y para determinar la calidad y resistencia de la situación financiera.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

- **CONCLUSIONES**

La realización de los estudios anteriores ayuda a definir la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir deportivas en San Alberto cesar.

En el primer capítulo, Generalidades, se pudo concluir que existe una gran oportunidad de satisfacer las necesidades de los habitantes del municipio mediante las prendas que producirá la nueva empresa.

En el estudio de mercados se detectó que el consumo aproximado de pantalones al año es de 9347 lo que equivale a un 88% de la población objetivo, el consumo aproximado de bermudas al año es de 9477 equivalentes a un 90%de la población objetivo, y el consumo aproximado de camibuses al año es de 9188 equivalente al 87% de la población objetivo.

Para penetrar el mercado objetivo se hace necesario realizar una campaña de lanzamiento del producto, se tienen algunas estrategias como: precios especiales, descuentos por compras mayores a \$100.000= y un desfile de modas donde se exhibirán las prendas confeccionadas en la nueva empresa.

Para el primer año de operaciones, la empresa tiene una capacidad utilizada de 17.219 prendas de vestir entre los tres tipos: pantalón, bermuda, y camibuso; esta capacidad se incrementará anualmente en 5%, hasta llegar a 20.929 unidades, para el quinto año.

La nueva empresa, contará con un talento humano compuesto por 7 personas, 2 en la parte administrativa, 1 en ventas, y 3 en la operativa, sumando la prestación de servicios del contador.

Este talento se ajustará al perfil de cada cargo y su remuneración será superior al S.M.L.M.V. En su vinculación y permanencia en la empresa, se cumplirán todas las normas laborales vigentes que están establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo.

En el municipio de San Alberto, se encuentran los candidatos necesarios para cubrir dichos puestos de trabajo.

La empresa será una Sociedad por Acciones Simplificada compuesta por accionistas fundadores, y nuevos accionistas que aporten el capital requerido; los socios fundadores realizarán todos los trámites pertinentes para la constitución y funcionamiento de la misma, ante las autoridades nacionales y locales competentes.

Según los cálculos financieros realizados, se necesita una inversión total de \$41.456.110 que serán aportados por los socios accionistas con recursos propios, más un crédito bancario de \$8.000.000.

El capital de trabajo será de \$20.043.910, presupuesto necesario para el primer mes de operaciones de la empresa, con el fin de evitar posibles problemas de iliquidez.

En la evaluación del proyecto, el impacto social será positivo por la generación de nuevas fuentes de trabajo, con condiciones laborales que favorecerán a los empleados y sus familias, y con productos que cubrirán, en gran parte, la necesidad de la población objetivo.

La empresa ha analizado el manejo de los recursos naturales, comprometiéndose con preservarlos mediante actividades prácticas y de concientización de su talento humano. Toda empresa afecta el medio ambiente, pero se buscará que dicha afectación sea lo más mínima posible, buscando estar por debajo de los estándares nacionales.

La evaluación financiera establece que el punto de equilibrio está dado en \$249.887.107 para el primer año, inferior a las ventas presupuestadas para ese mismo año.

La recuperación de la inversión se hará en 1 años, 2 meses, y 20 días.

Para este proyecto, el Valor Presente Neto es positivo (\$55.930.979), con una Tasa de evaluación del 22,49%, y una TIR de 37,42%.

El análisis de las razones financieras (Rotación de activos totales, Rendimiento sobre inversión, Razón Corriente, Razón de deuda), indica que el proyecto no solo es viable, sino también muy atractivo.

- **RECOMENDACIONES**

Una vez que se esté satisfaciendo la necesidad del mercado objetivo se puede ampliar la zona de cobertura a otros municipios vecinos, para lo que será necesario aumentar la fuerza de ventas.

La imagen corporativa de la empresa deberá ser ajustada a las tendencias del momento, de manera que no envejezca, más bien que muestre solidez, juventud, y energía.

Este proyecto debe ser presentado a las entidades que respaldan el emprendimiento (Fondo Emprender, Cesar Emprende, Idecasar, Destapa Futuro, etc.), con el fin de buscar recursos alternos al crédito bancario.

BIBLIOGRAFIA

GARCIA S. OSCAR LEON. Administración Financiera. Fundamentos y aplicaciones. Tercera Edición 1999.

MAYORGA DIAZ GONZALO. Contabilidad II. Primera Edición, Julio de 2002.

MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias administrativas. 4ª. Edición. Editorial Limusa S.A. 2.006.

SUMERS, Dona C.S. Administración de la Calidad. Pearson Educación. México 2.006.

VARGAS MANTILLA JORGE ENRIQUE, Preparación y evaluación de Proyectos. Primera Edición Agosto de 1987.

Páginas internet

<http://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-la-posmodernidad.htm>visitado 10-05-2011

http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/081_Sector%20Textil%20y%20Confecciones.pdf10-05- 2011

http://gel.veryteloutsourcing.com/contenido_ciudadanos_general.aspx?conID=339
13 15-05-2011

<http://www.sanalberto-cesar.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mlxx-1-&m=f10-05-> 2011

<http://medellin.olx.com.co/compro-ropa-al-por-mayor-bermudas-camisetas-pantalones-lycras-deportivas-iiid-103420841> visitada 05-22-11

<http://www.tacif.com/info/images/taller-de-patronaje4.jpg>

<http://imageshack.us/photo/my-images/504/dsc8946bc4.jpg/sr=1>

<http://www.fcovillar.com/files/brother-innovis-900.jpg>

http://2.bp.blogspot.com/_Y6ENbdFHcDk/SCYS5kHPDII/MM/n4PWTF_Ra28/s400/07-05-2008+Ropa+empacada+002.JPG

<http://es.scribd.com/doc/10584306/Ley-125808-Sociedad-Por-Acciones-Simplificada> visitada junio 28-2011

www.monografias.com/trabajos13/mipy.shtml visitado 28-06-2011

ANEXOS

Anexo A. Formato Encuesta Demanda

| | |
|---|--|
|  | <p>UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA GESTION EMPRESARIAL CUESTIONARIO DE INVESTIGACION DE MERCADOS</p> |
|---|--|

Objetivo: Realizar una investigación de mercados con el fin de recopilar información relacionada con el comportamiento, hábitos, gustos, preferencias, gustos, nivel de aceptación, y aptitud de compra de las personas comprendidas en un rango de edad entre los 18 y 60 años de San Alberto Cesar respecto a las prendas de vestir deportivas.

Datos personales

Nombre: _____ Edad _____ Genero _____ Fecha _____

Por favor responda las siguientes preguntas

1. **¿Practica usted algún deporte?**
 - a. Si -----
 - b. No-----

2. **¿Qué tipo de ropa acostumbra usar cuando hace deporte?**
 - a. Deportiva-----
 - b. De calle-----
 - c. Casual-----

3. **¿Qué tipo de prenda deportiva usa con mas frecuencia?**
 - a. Sudadera _____
 - b. Bermuda _____
 - c. Camibuso _____

4. **¿De los siguientes materialesCuál es la tela preferida en la ropa deportiva que usted usa?**
- telas en algodón
 - telas sintéticas
5. **¿Con qué frecuencia compra usted ropa deportiva?**
- Mensual-----
 - Anual -----
 - Ocasional_____
6. **¿Habitualmente Dónde compra su ropa deportiva?**
- Por catálogos-----
 - En los almacenes-----
 - Talleres de confección-----
7. **¿Habitualmente cuántos pantalones deportivos adquiere cada vez que compra?**
- Uno_____
 - Dos_____
 - Tres_____
8. **¿Cuándo compra su ropa deportiva, cuántas bermudas adquiere?**
- Una_____
 - Dos_____
 - Tres_____
9. **¿Cuándo compra su ropa deportiva, cuántos camibuses adquiere?**
- Uno_____
 - Dos_____
 - Tres_____
10. **¿De los siguientes aspectos, a cual le da usted mayor importancia a la hora de comprar ropa deportiva?**
- Tela-----
 - Confección-----
 - Precio-----
 - Versatilidad_____

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un pantalón deportivo?

- a. 25.000
- b. 28.000
- c. 35.000

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una bermuda?

- a. 20.000_____
- b. 25.000_____
- c. 30.000_____

13. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un camibuso?

- a. 20.000_____
- b. 25.000_____
- c. 30.000_____

14. ¿Está satisfecho con la ropa deportiva que adquiere actualmente en su sitio de compra?

- a. Si_____
- b. No_____

15. ¿Las temporadas del año en las que usted más demanda prendas de vestir deportivas es?

- a. Enero a marzo _____
- b. Abril a junio. _____
- c. Julio a agosto _____
- d. Septiembre a diciembre _____

16. ¿Estaría dispuesto a apoyar una empresa dedica a la producción y comercialización de ropa deportiva En San Alberto?

- a. Si-----
- b. No-----

Muchas gracias por su colaboración, ha sido de gran importancia.

Anexo B. Publicación de las Ideas Ganadoras concurso Cesar Emprende.



25 IDEAS SELECCIONADAS



| No. | IDEA DE NEGOCIO | EMPREDEDOR | CADENA PRODUCTIVA | SECTOR | MUNICIPIO |
|-----|--|-----------------------------------|-----------------------|--------------|---------------------|
| 1 | UNIDAD DE RECUPERACION Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS SOLIDOS URBANOS DE AGUACHICA | HECTOR CAMILO ALVERNIA VERJEL | TRANSVERSAL | AMBIENTAL | AGUACHICA |
| 2 | TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACION DEL CAFÉ QUE SE PRODUCE EN EL SUR DEL CESAR | YINET MILENA ROYERO | AGROINDUSTRIA | ALIMENTOS | AGUACHICA |
| 3 | PREFABRICADOS DEL CESAR | ANDERSON BELTRAN RIVEROS | TRANSVERSAL | CONSTRUCCION | AGUACHICA |
| 4 | PLAN DE MEJORAMIENTO EDUCATIVO AL ALCANZE DE TODOS PLAMET | WILDER ANTONIO DE LA HOZ FRANCO | TRANSVERSAL | SOFTWARE | AGUACHICA |
| 5 | IMPULSOLAR, Energía solar y Cercas eléctricas | ORLANDO REALES | TRANSVERSAL | AMBIENTAL | BOSCONIA |
| 6 | Casa de DISGRAF | JHON EDINSON GONZALEZ MACHADO | TRANSVERSAL | OTRO | BOSCONIA |
| 7 | LITOGRAFIA TIPOGRAFIA | HUGO ALBERTO URIBE FERNANDEZ | TRANSVERSAL | OTRO | BOSCONIA |
| 8 | COMPUBORDADOS BOSCONIA | DINA MARIA ANAYA DE LA ROSA | TEXTIL Y CONFECCIONES | CONFECCIONES | BOSCONIA |
| 9 | CENTRO DE RECREACION, CULTURA, DEPORTE, GASTRONOMIA Y SPA | YASIRA CUDRIZ NARVAEZ | TURISMO | TURISMO | LA JAGUA DE IBIRICO |
| 10 | BIOFABRICA DE CAFÉ ORGANICO Kía | GUSTAVO ALBERTO ARIAS PEREZ | AGROINDUSTRIA | ALIMENTOS | PUEBLO BELLO |
| 11 | ELABORACION DE CARNES MADURADAS Y EMBUTIDOS EMPACADOS AL VACIO, EN EL NODO GANADERO DE SAL ALBERTO CESAR | DIEGO ANDRES DUARTE MARTINEZ | AGROINDUSTRIA | ALIMENTOS | SAN ALBERTO |
| 12 | CREACIONES ARCO IRIS | PATRICIA ELENA CARVAJAL | TEXTIL Y CONFECCIONES | CONFECCIONES | SAN ALBERTO |
| 13 | EDUCACION AMBIENTAL POR MEDIO DEL RECICLAJE | HENRI VARELA USTARIZ | TRANSVERSAL | AMBIENTAL | SAN DIEGO |
| 14 | ACORDEONES GRANADOS | OVIDIO RAUL GRANADOS CORDOBA | TURISMO Y CULTURA | OTRO | VALLEDUPAR |
| 15 | Ba Vi Pro M M Barreras Vivas Protectoras de los Municipios Mineros del cesar | AUGUSTO ARTURO ARIAS ANTUN | TRANSVERSAL | AMBIENTAL | VALLEDUPAR |
| 16 | Producción de espárragos orgánicos tipo exportación en el departamento del Cesar | Pablo Cesar Guevara Barbosa | ALIMENTOS | ALIMENTOS | VALLEDUPAR |
| 17 | ACADEMIA DE DANZAS BALLET | ANA KARINA AYAZO DIAZ | TRANSVERSAL | CULTURA | VALLEDUPAR |
| 18 | ABONO ORGÁNICO ZAZARE | GABRIEL FERNANDO RENGIFO LUQUE | AGROINDUSTRIA | AMBIENTAL | VALLEDUPAR |
| 19 | DISCASEO | ALBEIRO FAUSTINO CASTRO HERNANDEZ | TRANSVERSAL | OTRO | VALLEDUPAR |
| 20 | STEMALÚ: TURISMO DEL CESAR | STEFANI YULEIS JIMÉNEZ MORA | TURISMO | TURISMO | VALLEDUPAR |
| 21 | MODAS Y DISEÑOS TATY | LILIANA TERESA QUINTERO | TEXTIL Y CONFECCIONES | CONFECCIONES | VALLEDUPAR |
| 22 | RECUPERACION DE POLIPROPILENO Y POLIETILENO DE ALTA DENSIDAD | FRANKLIN ORTIZ VACA | TRANSVERSAL | AMBIENTAL | VALLEDUPAR |
| 23 | CONCENTRADO PARA JUGO DE ESPINACAS, ACELGA Y MORA | JESUS EMILIO CARDENAS MOLINA | ALIMENTOS | ALIMENTOS | VALLEDUPAR |
| 24 | MALETAS Y ACCESORIOS (NEUMATICO) | JOSE CARLOS LONDOÑO MARCHENA | TRANSVERSAL | CONFECCIONES | VALLEDUPAR |
| 25 | CENTRO DE DESARROLLO PRODUCTIVO JAELPA | ELKI JAVIER PALOMINO FRANCO | TEXTIL Y CONFECCIONES | CONFECCIONES | VALLEDUPAR |

Anexo C. Reconocimiento de la Gobernación del Cesar.



Cesar
emprende

Programa de
Gobernación del
Cesar
Al alcance de todos

La Gobernación del Cesar y el Nodo Cesar, estrategia de emprendimiento 'Al alcance de todos', hace un reconocimiento a la idea:

CREACIONES ARCO IRIS

Es una idea GANADORA del concurso en su segunda versión
29 de septiembre de 2010

Concurso dirigido a la comunidad cesarense para la identificación de oportunidades de negocios del departamento del Cesar


Cristian Moreno Panezo
Gobernador del Cesar


María Liliana Gallego Yepes
Directora Ejecutiva Creame



creame
CESAR
ALCANZANDO LA CALIDAD

Anexo D. Cotización máquinas.



DIMARCOLS
DISTRIBUIDORA DE MARCAS EN COLOMBIA DISTRIBUIDOR
AUTORIZADO



Señora
PATRICIA CARVAJAL GIL
Ciudad

Atendiendo su amable solicitud me permito cotizar la siguiente mercancía:

| ARTICULO | REFERENCIA | MARCA | VALOR UNITARIO |
|----------------------------|-------------------|--------------|-----------------------|
| MAQUINA PLANA | L818-M1 | SIRUBA | 1.190.000 |
| MAQUINA PLANA | V8900 | VANNY | 890.000 |
| MAQUINA COLLARIN | F007 | SIRUBA | 3.504.000 |
| MAQUINA COLLARIN | V8568 | VANNY | 2.039.000 |
| MAQUINA FILETEADORA | F757 | SIRUBA | 2.880.000 |
| MAQUINA FILETEADORA | V766 | VANNY | 1.227.000 |
| BORDADORA | 20U109 | SINGER | 1.538.000 |

GARANTIA DE UN (1) AÑO. IVA INCLUIDO.
Agradezco la atención prestada.

Atentamente,

CESAR AUGUSTO BASTOS
Asesor Comercial
Tel. 6303705 - 3168798154