vigente a hasta la liquidación del contrato o hasta la prolongación de sus efectos. Esta póliza deberá amparar el cumplimiento general del contrato. Por una suma equivalente al diez por ciento (10 %) del valor total del contrato, por el plazo del mismo y dos (2) meses más. **SEPTIMA: PENAL PECUNIARIA** - En caso de incumplimiento o declaratoria de caducidad, las partes acuerdan como indemnización a favor de **MILENIUN E.U** una suma equivalente al diez por ciento (10 %) del valor total den contrato. En caso de que **EL CONTRATISTA** no pague la suma correspondiente por este concepto dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de su notificación. **MILENIUM E.U** hará efectiva la póliza de cumplimiento del contrato o la deducirá de cualquier cantidad que adeude a **EL CONTRATISTA** por razón de este contrato, lo cual autoriza expresamente. **PARÁGRAFO PRIMERO** – el valor de la cláusula penal que se haga efectivo se considerará como pago parcial de los perjuicios ocasionados a **MILENIUN E.U**, quedando éste facultado para reclamar por la vía judicial y extrajudicial, los perjuicios que excedan el monto de la cláusula penal. **OCTAVA: GASTOS** – Los gastos que ocasione la legalización del contrato, será a cargo de **EL CONTRATISTA**.

Para constancia se firma en Armenia Quindío. ----------

MARTHA LILIANA GAVIRIA CARVAJAL	**ARLEY FORERO SIERRA**
MILENIUN E.U	EL CONTRATISTA
	C.C. No.

CONTRATO No. 001

CLASE: PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CONFECCIÓN JENAS PARA DAMA

CONTRATISTA: TALLER CENTRO DE LA CONFECCIÓN

VALOR: 3.865.500 INCLUID LOS DESCUENTOS DE LEY

PLAZO: QUINCE DÍAZ (15)

FECHA DE LEGALIZACIÓN ----------

Los suscritos **MARTHA LILIANA GAVIRIA CARVAJAL**, identificado (a) con la cédula de ciudadanía No. 24.498.517 expedida en Armenia, obrando en nombre y representación de la fabrica **JEANS MILENIUM**, en su carácter de representante legal, según Resolución No. 0491 de marzo 4 del 2003 y en ejercicio de las facultades que le confiere la resolución 0753 de 28 de marzo de 2003, quien en el texto de este documento se denominara contratante, y de la otra, **ARLEY FORERO SIERRA**, identificado con cédula de ciudadanía que aparece al pie de su firma, actuando en nombre del taller **CENTRO DE LA CONFECCIÓN Y LA MODA**, como su representante legal, según resolución No. 2460 de febrero 28 del 2000, quien en adelante se denominará **EL CONTRATISTA**, hemos acordado celebrar el presente Contrato de Prestación de servicios de **CONFECCIONAR JEANS PARA DAMA**, que se regirá por las cláusulas que más adelante se señalan previa las siguientes consideraciones: 1) que para los efectos de este contrato, su ejecución y liquidación, se regirá por la ley 80 de 1993, sus decretos reglamentos, y demás normas contratantes. 2) Que se contrata en forma directa con fundamento en el artículo 13 del decreto 2170 de 2002, previa justificación de la necesidad de contratación, la cual hace parte del contrato. 3) Que la representante de **MILENIUM E.U** certificó que no existe en la actualidad quien pueda satisfacer las obligaciones a cargo de la empresa en procura de cumplir cabal y satisfactoriamente su cometido. 4) que para amparar este contrato se cuenta con el certificado de disponibilidad presupuestal No. 11 de fecha 29 - abril-03, negocio: **CONFECCIÓN**. 5) Que el control y vigilancia de la ejecución de este contrato la ejercerá la empresa **MILENIUM E.U** a través de la representante legal. 6) Que **EL CONTRATISTA** manifiesta que no se encuentra incurso en ninguna causal de inhabilidad o incompatibilidad prevista en la ley que le impidan celebrar y ejecutar este contrato, y que en caso de sobrevenir alguna de ellas durante el desarrollo del mismo, procederá conforme lo dispone el artículo 9o de la Ley 80 de 1993. 7) Que **EL CONTRATISTA** para efectos del presente contrato allega los siguientes documentos vigentes para la fecha de su suscripción: Registro cámara de comercio para verificar legalidad del taller. Que conforme a lo anterior, las partes acuerdan**: PRIMERA: OBJETO – EL CONTRATISTA** reobliga para con **MILENIUM E.U** a prestar los servicios requeridos por la empresa y que concretan en: 1 Trazar los modelos y cantidades solicitadas. 2 Cortar las cantidades y tallas requeridas. 3 realizar el proceso de coser las diferentes prendas. 4. realizar el proceso de inspección a proceso y prenda. 5 Realizar el proceso de planchado. 6 Proceso de etiquetado y empacado 7 Trasladar las prendas desde el taller a los diferentes distribuidores o compradores; cumplir las obligaciones descritas en los numérales anteriores, de conformidad con la programación establecida en común acuerdo con el pleno cumplimiento por el objeto señalado. **SEGUNDA. PLAZO DEL CONTRATO** – El término del presente contrato es hasta de quince (15) días, contados a partir de la firma del mismo, previo al registro presupuestal y la aprobación de la garantía única. **TERCERA: VALOR** - el valor del presente contrato es hasta por la suma de $ $ 3.865.500,oo incluidos los descuentos de ley. **CUARTA: FORMA DE PAGO – MILENIUM E.U** cancelará al contratista un pago inicial al 10 % del valor total $ 386.550,oo y el valor restante $ 3.478.950,oo al termino del mismo. QUINTA**: DESPLAZAMIENTO DE LA MERCANCIA** – El contratista se compromete a trasladar el producto terminado a los diferentes compradores corriendo con los gastos de transporte y flete requerido según el caso. **SEXTA: GARANTIA** – Con el fin de avalar el cumplimiento de las obligaciones conforme al presente contrato **EL CONTRATISTA** se compromete a constituir a su costa y a favor de **MILENIUM E.U** garantía única consistente en póliza expedida por compañía de Seguros legalmente autorizada para funcionar en Colombia, o garantía bancaria, la cual se entenderá

¿Por qué?----------

6. ¿Qué marca prefiere a la hora de comprar jeans?

Bosi ____ Ross____ Used____ Pigmento____ Otras ____

¿Por qué?----------

7. ¿En qué sitio prefiere comprar?

Punto de Fabrica ____ Tiendas de ropa ____ Boutique ____ Comercio en general ____

¿Por qué?----------

8. Características que la impulsan a la compra

Confección _ Color_ Marca _ Diseño_ Calidad _ Precio_ Necesidad _

9. ¿Qué precio paga por los jeans? Valor miles en pesos.

20 a 30 _ 31 a 40_ 41 a 50_ 51 a 60 _ 61 a 72_ 71 a 80_

10. ¿Esta de acuerdo con la creación de una empresa de jeans en La Tebaida?

Si _____ No _____ ¿Por qué?----------

Su opinión es de gran ayuda.

Gracias.

JEANS PARA DAMA MILENIUM E.U

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTIÓN EMPRESARIAL
JEANS PARA DAMA

Encuesta aplicada a 147 mujeres de los estratos 3, 4 y 5 del municipio de La Tebaida, sobre gustos en cuanto a uso y compra de jeans.

- Seleccione sólo un respuesta, responda con claridad y de explicación solo donde se le solicite.

Preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia compra jeans en el año?

1 a 3____ 4 a 6 ____ 7 a 9 ____ 10 a 12____ 13 a 15____

¿Por qué?----------

2. ¿En qué ciudad compra los jeans?

Medellín ____ Pereira____ Bogotá ____ Quindío ____

¿Por qué?----------

3. ¿Qué estilo prefiere?

Clásico ____ Descaderado____ Desteñido____ Todas las anteriores____

4. ¿Qué tipo de tela prefiere?

Lycra Cross ____ Oporto Lycra____ Twill Elástico ____ Lycra Caribe ____

¿Por qué?----------

5. ¿Qué tono de colores le gusta más en los jeans?

Pastel ____ Fuerte____ Estampado____ rayado____

ANEXOS

- de Santander – Bucaramanga. Editorial Instituto de Educación a Distancia

- Código de comercio – decreto 1080 de 1996

- Constitución Política de Colombia – 1991. Laverde Ospina José Jesús. Armenia.

- Geografía Política y Económica del Quindío – 1995

- MÉNDEZ A Carlos E, Metodología. 2° edición – Megraw – Hill

- Investigación Educativa Universidad Pontificia Javeriana. BASTOS J Antonio – 1996.

- Conozcamos el Quindío. SÁNCHEZ CÁCERES Belén – Gobernadora – 1996.

- La Investigación pedagógica – LA FRANCESCA. Giovanni M. Santa Fe de Bogotá. Edición Libros y Libros S.A – 1998.

- Investigación de Mercados. INSEL PRADILLA ARDILA Humberto. Editorial Instituto de Educación a Distancia 200.

- Quindío características Geográficas. Agustín Codazzi – 1990.

CORREOS ELECTRÓNICOS

- Superintendencia de sociedades, Normatividad y Leyes.

- www.confecciones.com

- www.frabricajeans.com

- www.textil-confeccion.com.co , Sistema de orientación tecnológica

- www.protocolo.com, Historia y origen del jeans.

- www.jltolin.com, el sitio de la confección

- Magazines revista moda Web-com-archivos (Historia del Jean)

BIBLIOGRAFÍA

- CIDEIBER Centro de información y documentación empresarial sobre Ibero América, Colombia - La economía - Evolución reciente.htm

- ECHEVERRI ECHEVERRI, José Fernando. Evolución de la Empresa en la Región. Diciembre del 2.000

- GALLEGO F, Cesar Augusto, Aporte a una Pequeña industria de la Confección. (Servicio Nacional de Aprendizaje SENA) Armenia 1987

- GARCÍA Pineda Oscar y MORALES Cañizales Gustavo, Formulación y evaluación de proyectos de inversión.

- LÓPEZ MONTAÑO, Cecilia. Análisis General del sector de la Confección Textil en Colombia. Bogotá 1997.

- MÉNDEZ Carlos, metodología de investigación.

- VARGAS ÁLVAREZ, Mauricio - Perspectiva de la automatización industrial en Colombia

- Estadísticas DANE

- Expopyme (cámara de Comercio Armenia)

- Ley FOMIPYMES

- Ley Quimbaya

- Ministerio de desarrollo, Política nacional para el fomento del espíritu empresarial y la creación de las empresas.

- Superintendencia de sociedades, Normatividad y Leyes.

- PADILLA ARDILA Humberto, Investigación de mercados, Universidad Industrial

CONCLUSIONES

- Al vender de contado, se debe comprar de contado
- Al comprar a plazos y vender de contado, se genera una liquidez artificial, pues no corresponde a generación interna.
- Al emparejar los plazos de venta y de compra, se debe vender a plazos.
- Si se vende a plazos, se cobra un interés mayor al que se le carga por financiación.
- No se debe financiar activos fijos con créditos a corto plazo.
- Cuando se este corto de efectivo, se considera el leasing, siempre y cuando se tenga oportunidades contables de donde deducir los cánones de arrendamiento.
- No se debe mantener efectivo ocioso, se puede pagar con el pasivo costoso. Se puede elegir el reparto de utilidades al forzar la caja, se obliga a cobrar cartera o a bajar inventarios, las cajas abundantes dan sensación de solvencia y relajan la administración.
- Al tomar todos los elementos por pronto pago se representa una economía mayor al costo del dinero. En la práctica casi todos deben tomarse, se debe hacer de ellos una norma de la empresa y forzar su cumplimiento.
- Se debe proteger la cartera, exigiendo garantías, que además de proteger puedan servir para endosar, también como garantías cuando se requiere la solicitud de crédito.
- No se debe comprometer efectivos en adquirir activos en la etapa inicial del negocio, se deben reservar algunas adquisiciones para cuando el negocio este acreditado y sólido.
- Cuando se presentan varias alternativas de igual rentabilidad, se debe escoger la que mayor liquidez asegure.

El valor presente neto significa que el proyecto es viable, que proporciona el 14 % de interés deseado y genera una utilidad de $ 593.195.104 anual.

6.3.2 Tasa Interna de Retorno

Reemplazando la ecuación con diferentes tasas de interés, es decir al método de prueba y error se tiene.

$$TIR = \frac{142.157.640}{(1+0.35)^1} + \frac{132.537.204}{(1+0.35)^2} + \frac{121.875.933}{(1+0.35)^3} + \frac{112.601.756}{(1+0.35)^4} + \frac{104.022.571}{(1+0.35)^5} - 20.000.000$$

$$TIR = \frac{142.157.640}{(1+0.40)^1} + \frac{132.537.204}{(1+0.40)^2} + \frac{121.875.933}{(1+0.40)^3} + \frac{112.601.756}{(1+0.40)^4} + \frac{104.022.571}{(1+0.40)^5} - 20.000.000$$

(40.35) (-242.336.889 - 265.503.170)

(40 – TIR) (-242.336.889 – 0)

= -507.840.059

$$40 - TIR = \frac{(5) * (-242.336.889)}{- 507.840.059} = 37,61\ \% \ / \ 14\ \%$$

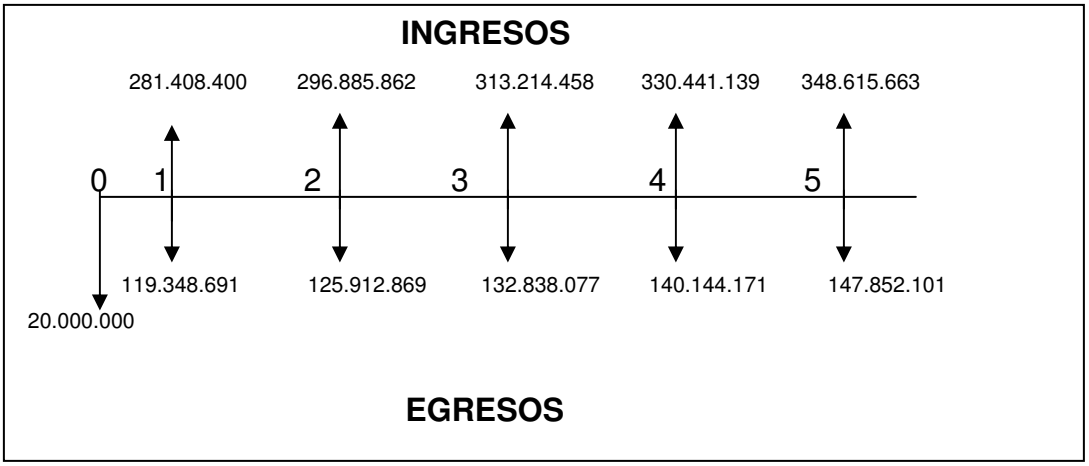
TIR = 2,69 %

La tasa interna de retorno, es la tasa óptima, donde en el proyecto no se gana ni se pierde, hay un equilibrio entre los ingresos y los egresos del proyecto.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor Presente Neto

Para el valor presente neto se utilizan los flujos de caja proyectados y la tasa de oportunidad del 14 %, ya que se considera por encima del DTF convirtiéndose en una tasa atractiva para los posibles inversionistas. (Valor en Pesos)



Vpn (i) → i = i + f + i * f = Donde i = a la tasa promedio de inflación (5.5 %)
Y f = a la tasa de riego del proyecto (8 % anual).
i = 0,055 + 0,08 + 0,055 * 0,08 = 0,1394
Tasa del 13,94 % se aproxima = 14 %

CALCULO DEL VALOR PRESENTE NETO. (Valor en pesos)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 6
TOTAL INGRESOS	281.408.400	296.885.862	313.214.458	330.441.139	348.615.663
TOTAL EFECTIVO DISPONIBLE	281.408.400	296.885.862	313.214.458	330.441.139	348.615.663
TOTAL EGRESOS	119.348.691	125.912.869	132.838.077	140.144.171	147.852.101
EFECTIVO FINAL	162.059.709	170.972.993	180.376.381	190.296.968	200.763.562
VALOR PRESENTE NETO	142.157.640	132.537.204	121.875.933	112.601.756	104.022.571

El aspecto positivo del proyecto es que contribuye al fortalecimiento y desarrollo industrial, con la generación de empleos contribuyendo a generar bienestar en la población, en la medida en que los sectores de la economía establezcan un equilibrio y permitan una evolución de la estructura económica en la región.

La creación de empresas es una necesidad real y sentida de la población por cuanto la concentración de la población en el área urbana, el desplazamiento, la violencia, la cultura de la desesperanza han traído consecuencias económicas y sociales difíciles, si a ello se le suma la problemática cafetera, la distribución desigual de las tierras la carencia de tecnología en el campo.

Es necesario fortalecer la industria en la región, ampliar el comercio, diversificar la producción y tecnificar los cultivos, en aras de favorecer la actividad económica y crear una interacción de desarrollo social, económico y cultural.

Por otra parte el aspecto negativo del proyecto radica en los altos costos de las telas colombianas ya que se especializan más en exporta acrecentando costos y obligando a la industria textil importar las telas para minimizar los costos, y el hecho de que las prendas se venden más en temporadas.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

La empresa solo manejará papel de reciclaje que se venderá y servir para gastos ocasionales, por otra parte el taller con el que se subcontrate producirá desechos, tales como retazos que venderán por kilos a entidades sociales que los utilizaran para hacer traperos , rellenar colchones, colchas de retazos contribuyendo de esta manera a mejorar el medio ambiente.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 ANÁLISIS DE EXTERNALIDADES

En el aspecto económico, la empresa de jeans para damas, beneficia a la población por cuanto genera 4 empleos directos y 10 indirectos dando cumplimiento al 20 % de la capacidad del mercado y contratando solo con un taller al momento de satisfacer el 100 % de la demanda requerida se generaran 50 empleos indirectos contratando con 5 talleres satélites permitiendo así mejorar la calidad de vida de sus beneficiados.

De acuerdo a la información económica de la región, el sector secundario presenta carencias en cuanto a la industria, lo que ocasiona poca rentabilidad, mercadeo, disponibilidad, organización contable, comercio, empleo e inversión de capitales entre otros. En la región, la mayoría de las industrias sólo emplean un número reducido de personas, si la comparamos con otras ciudades del país. La principal industria, la constituyen la de agroalimentos, esto es por ser una región fundamentalmente agrícola. Es importante tener en cuanta, que el Quindío y los municipios que lo conforman, en particular tienen condiciones favorables para el desarrollo industrial como son:

- Adecuada infraestructura vial y de servicios.
- Recurso humano calificado
- Recurso monetario que puede brindar efectivo apoyo financiero.
- Abundancia de recursos naturales
- Excelente ubicación geográfica que favorece el intercambio comercial

Todo lo anterior hace factible y adecuado iniciar un proceso de industrialización

5.8.6 SITUACIÓN DE LA EMPRESA

La forma como se presenta la empresa, demuestra que posee activos con tendencia al aumento, los indicadores económicos muestran un grado de solidez y solvencia positivo; Como esta dado el manejo del presupuesto se debe mantener el cobro de interés del 1.5 % sin rebajarlo, pues se presentarían perdidas.

5.8.3 SOLIDEZ: Nivel de endeudamiento

$$\text{Formula: } \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = 16\%$$

Significa que el total de activos (los recursos que tiene Milenium, el 16 % corresponde a los acreedores.

5.8.4 RAZÓN DE CAPITAL ACTIVO:

$$\text{Formula: } \frac{\text{Capital Total}}{\text{Activo Total}} = 81\ \%$$

Lo anterior nos indica que para el 31 de diciembre del año 2002, de los bienes que posee Milenium, el 81 % es de propiedad de la empresa.

5.8.5 RAZÓN DE CAPITAL PASIVO:

$$\text{Formula: } \frac{\text{Capital Contable}}{\text{Pasivo Total (Excluyendo el diferido)}} = \$\ 2.8$$

Mide la fortaleza financiera de la empresa y refleja la solución a largo plazo, significa que los asociados de Milenium han invertido 2.8 por cada peso invertido en los acreedores.

Capital de trabajo 2004	2 : 1	Recursos económicos que tiene la empresa para ejecutar sus actividades.
Endeudamiento 2004	45 %	Del total utilizado el 45 % proviene de acreedores externos.
Rotación cuentas por cobrar	90	días aproximadamente para recuperar cartera.
Margen de utilidad	30%	Por cada 1$ de venta la empresa recibe una utilidad final de 30 % sobre total de ventas.

5.8 Cálculo de Razón Financiera

5.8.1 SOLVENCIA: Nos muestra la forma de medir la capacidad de funcionamiento de la empresa.

$$\text{Formula: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \$\ 3./1$$

Nos indica que cada peso que la empresa debe a corto plazo, dispone de $ 3.10 para respaldar esa obligación.

5.8.2 LIQUIDEZ: Llamada también índice de solvencia inmediata, indica la facilidad de convertir en efectivo los valores de cobro inmediato y realización fácil, teniendo en cuenta que una relación favorable es de 100 %.

$$\text{Formula: } \frac{\text{Activo Disponible}}{\text{Pasivo Corriente}} = 35\ \%$$

RELACIONES DE ACTIVIDAD O ROTACIÓN

Mide la eficiencia en la utilización de recursos y la habilidad de la administración para lograr las máximas utilidades.

$$\text{Rotación de cuentas:} \quad \frac{\text{Cuentas por cobrar por 100 días}}{\text{Ventas}}$$

Indica los días en que la empresa se demora en recuperar la cartera.

RELACIONES DE RENTABILIDAD

Miden la efectividad de la administración a través del rendimiento generado sobre ventas y la inversión.

$$\text{Margen de utilidad:} \quad \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Refleja el margen de utilidad por cada peso vendido.

RAZONES FINANCIERAS	PARÁMETRO	ANÁLISIS
Razón corriente 2004	3 : 1	Capacidad para generar en corto plazo $3 por cada $1 que adeuda. Tiene liquidez y disponibilidad de efectivo.
Prueba ácida 2004	1 : 1	Posee $ 1 para pagar inmediatamente cada $ 1 que debe, sin utilizar sus inventarios.

RELACIONES DE LIQUIDEZ

DISPONIBILIDAD DE RECURSOS A CORTO PLAZO PARA CANCELAR DEUDAS A CORTO PLAZO.

1. Corriente: $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = 3/1$ Mide liquidez o capacidad oportuna de la empresa en Un momento dado.

2. Prueba ácida: $\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}} = 1/1$ Mide la disponibilidad para cancelar las deudas a corto plazo, sin liquidar sus Inventarios.

3. capital de trabajo: Activo corriente – Pasivo corriente.

Mide la disponibilidad Económica, sin tener que recurrir a utilidades Obtenidas

RELACIONES DE APALANCAMIENTO

IDENTIFICAR LAS OBLIGACIONES CREDITICIAS Y LA ESTRUCTURA DE CAPITAL

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

Proporción en la que se ha utilizado el endeudamiento para financiar la actividad.

Pasivos y Patrimonio	
Pasivos	
Impuestos por Pagar	31.355.000
Total Pasivos	31.355.000
Patrimonio	
Capital 1 y 2	27.102.103
Utilidad por Distribuir	59.431.874
Total patrimonio	79.431.874
Total Pasivo y Patrimonio	117.888.977

ANÁLISIS DEL ESTADO FINANCIERO

En el análisis de los estados financieros, las herramientas más utilizadas son la razones financieras, las cuales convierten las cifras básicas en dichos estados; en relaciones que permitan destacar el desempeño de la empresa. Estas razones ponen de manifiesto ciertas características como: Liquidez, rentabilidad y apalancamiento que utiliza la empresa.

El análisis financiero permite determinar:

- Si es satisfactoria o no la situación de al empresa.
- La capacidad de pago que tiene para cancelar obligaciones.
- Si el capital es propio o lo debe a terceros.
- Como se mueve la cartera y cuanto hay invertido en ella.
- Si es alta o baja la inversión en activos fijos.
- Si el capital invertido genera las utilidades que se espera.
- Si los gastos son excesivos o normales.

Aunque existen varias razones, se enumeran las más importantes para el empresario.

Egresos

Impuestos Nacionales	35.655.756
Compras	163.405.081
Gastos de Personal	56.988.765
Gastos generales	116.290.995
Total egresos	372.340.597
Disponible a Dic 31/2006	14.489.624

5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2004
EMPRESA DE JEANS PARA DAMA MILENUM E.U

Ventas		451.440.000
- Descuentos y Rebajas en Vtas.		-
Ingresos Netos		451.440.000
- Costos de Ventas		217.536.000
Inventario Inicial	-	
Compras	217.536.000,00	
- Inventario Final	-	-
Utilidad Bruta en Ventas		233.904.000
- Gastos Operacionales		-143.117.126
Gastos de Personal	43.369.114,00	
Gastos Generales	99.035.000,00	-
Gastos Depreciación	713.012,00	90.786.874
Utilidad Operacional		-
+ Otros Ingresos		-
- Otros Egresos		-
Utilidad Antes de Impuestos		90.786.874
Impuestos de Renta		-31.355.000
Utilidad Neta		59.431.874

5.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO 2004

Activos	
Caja Bancos	111.009.989
Inventarios	-
Cuentas por...	4.010.000
Muebles y enseres	602.000
Equipos de Oficina	2.980.000
Gastos depreciación	-713.012
Total Activos	117.888.977

5.5.2.FLUJO DE CAJA PROYECTADO 2004

Ingresos	
Saldo Disponible a Dic 31/2003	111.009.989
Ingresos por ventas 2004	296.885.862
Ingresos Financieros	4.220.000
Total Ingresos	412.115.851

Egresos	
Impuestos Nacionales 2004	32.035.000
Activos Fijos	20.000.000
Compras	146.811.690
Gastos de Personal	51.201.694
Gastos Generales	104.481.925
Total Egresos	354.530.309
Sobrante a Dic 31/2004	57.585.542
	412.115.851

5.5.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO 2005

Ingresos	
saldo Disponible Dic 31/2004	57.585.542
Ingresos por Ventas 2005	313.214.458
Otros Ingresos	4.642.000
Total Ingresos	375.442.000

Egresos	
Impuestos Nacionales	33.796.925
Compras	154.886.333
Gastos de Personal	54.017.787
Gastos generales	110.228.431
Total egresos	352.929.476
Disponible a Dic 31/2005	22.512.524

5.5.4. FLUJO DE CAJA PROYECTADO 2006

Ingresos	
saldo Disponible Dic 31/2004	22.512.524
Ingresos por Ventas 2006	330.441.139
Otros Ingresos	4.897.310
Total Ingresos	357.850.973

La proyección se representara con un índice promedio de inflación del 5.5 % anual.

EMPRESA DE JEANS PARA DAMA MILENIUM E.U

TABLA DE INGRESOS 2004

2003	2004	2005	2006	2007
281.408.400	296.885.862	313.214.458	330.441.139	348.615.663

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en el cual el volumen de venta permite cubrir todo los costos sin utilidad o pérdida alguna.

EMPRESA DE JEANS PARA DAMA MILENUM E.U
PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{\text{Costo total fijo}}{\text{Precio de venta - Costo variable}}$$

$$PE = \frac{202.428.504}{27.300 - 6.313} \qquad 9.645 \text{ unidades}$$

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

5.5.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 2003

Ingresos	
Saldo disponible a 31 dic 2003	20.000.000
Ingresos por Ventas 2003	281.408.400
Total Ingresos	301.408.400
Egresos	
Activos Fijos	3.582.000
Compras	139.158.000
Gastos de Personal	48.532.411
Gastos Generales	99.035.000
Total Egresos	290.307.411
Total Disponible Dic 31/2003	111.009.989

Honorarios	1.200.000
Impuestos municipales	1.200.000
Gastos servicios públicos	2.640.000
Transporte 859*21.000+500	18.039.5000
Papelería y útiles de oficina	1.000.000
Servicios de confección 859*4.500	46.376.000
Marquillas	360.780
Total gastos generales	119.348.691

5.3.1.1 Se deben proyectar para los 5 años, del proyecto con su índice de crecimiento que puede ser igual al promedio de la inflación para los 5 años.

La proyección se representara con un índice promedio de inflación del 5.5 % anual.

EMPRESA DE JEANS PARA DAMA MILENIUM E.U

TABLA DE EGRESOS 2004

2003	2004	2005	2006	2007
119.348.691	125.912.869	132.838.077	140.144.171	147.852.101

5.3.2 Ingresos

5.3.2.1 Ingresos anuales

Aportes de Capital	20.000.000
Ventas Netas de Producción	281.408.400

10308 unidades vendidas a $ 27.300 c/u.

5.3.2.2 Proyección de ingresos

Se debe proyectar para los 5 años con un índice de crecimiento que puede ser el promedio de la inflación para los cinco años. (Asesor del proyecto LUIS ERNESTO PEREZ)

5.2.2.Costos variables

Costos por Gastos de Administración	2.213	
Costos Indirectos	3.000	
Fletes	1.100	
Total Costos variables	6.313	
5.2.3.Costos Totales por Unidad Producida		25.951

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS 2004

5.3.1.Egresos

Inversiones

Muebles y enseres	602.000
Equipo de Oficina	2.980.000
Total inversiones	3.582.000

Compras

Compra Materia Prima	139.158.000
Total Compras	139.158.000

Gastos de Personal	
Sueldos y Salarios	33.072.000
Subsidio de Transporte 36.000 c/u * 2	864.000
Primas	664.000
Cesantías	2.754.898
Vacaciones	1.375.795
Interés Cesantías	330.720
Salud	3.968.640
Pensión	2.484.000
Parafiscales	2.484.000
Riesgos Profesionales 1.044 %	334.358
Total Gastos de Personal	48.532.411

EMPRESA JEANS PARA DAMA MILENIUM
5.1.4.BALANCE INICIAL
DICIEMBRE DE 2003

Activos		
Caja Bancos		20,000.000
Total Activos		20,000.000
Pasivos y Patrimonio		
Pasivos	-	
Total Pasivos	-	
Patrimonio		
Capital 1	10.000.000	
Capital 2	10.000.000	
Total Patrimonio	20.000.000	
Total Pasivo y Patrimonio	20.000.000	

5.1.5.Fuentes de Financiación

5.1.5.1.Recursos Propios 100 % por Aportes de Capital

5.2 COSTOS

5.2.1.Costos Fijos por Producto

Materia Prima	13.500
Mano de Obra Directa	4.500
Comisión en Ventas *	1.638
Total Costos fijos	19.638

* La comisión en ventas sale:

- Costo de venta del producto 27.300 * el 6 & = 1.638

* Salario de administración comprende las siguientes actividades:

- Gerente
- Secretaria
- Vendedor
- Contador por honorarios

Gastos en ventas 6 % Vr. Vta. unidad	1.260
Fletes	1.100
Total Costos Vta de Producto	25.573

* Comprende las siguientes actividades: Se toma por prenda

- Pago de la confección	$ 2300
- Pulir prenda	$ 100
- Planchado	$ 50
- Flete	$ 1100
- Pegado Botones	$ 200
- Empaque	$ 700
- etiquetada	$ 50
Total……..	$ 4500

Gastos generales	
Arrendamientos	2.400.000
Honorarios	1.200.000
Impuestos municipales	1.200.000
Gastos servicios públicos	2.640.000
Transporte 859*21.000+500	18.039.500
Papelería y útiles de oficina	1.000.000
Servicios de confección 859*4.500	46.376.000
Marquillas	360.780
Total gastos generales	73.216. 280
Total egresos	263.606.484
Total	263.606.484

* Comprende las siguientes actividades: Se realizo por mes

- Gerente $ 664.000
- secretaria $ 332.000
- Vendedor (1) $ 332.000

La estructura salarial se define con base en salario para cargos similares en la región con las prestaciones sociales incluidos.

* Los Subcontratos comprenden los siguientes aspectos:
- Prendas a producir por mes 859 * 4.500 valor confección = 3.865.500

La materia prima comprende los siguientes aspectos: Valor por unidad

- Tela 13.500 * 10.308 cantidad prendas año = 139.158.000

5.1.3.1 Costos del producto: Por un mes

Tela 1 mt $ 11.650 + IVA	$ 13.500
CONFECCIÒN *	4.500
INSPECIÒN A PROCESO Y PRENDA	2.500
sub. Total	$ 20.500
+ PUBLICIDAD	500
Total	**$ 21.000**
Venta por mayor 30 %	$ 27.300

5.1.3.2.Gastos de administración y Ventas

Salarios de Administración* 2.213

Total Gastos Administración 2.213

Cuadro de depreciación.

DEPRECIACIÓN	PERIODO	PAAG	VR.ACTUAL	AJUSTE	DEPRECIACIÓN	AJUSTE DEPRE	DEPREC ACULULADA
EQUIPOS	0	10%	2.980.000	0	0	0	0
(5AÑOS)	1	10%	3.278.000	298.000	655.600	0	655.600
	2	12%	3.671.360	393.360	734.272	78.672	1.468.544
	3	12%	4.111.923	440.563	822.385	176.226	2.467.155
	4	12%	4.605.354	493.431	921.071	296.058	3.684.284
	5	12%	5.157.996	552.642	1.031.600	442.116	5.158.000
MUEBLES Y	0	10%	602.000	0	0	0	0
ENSERES	1	10%	662.200	60.200	66.220	0	66.220
(10AÑOS)	2	12%	741.664	79.464	74.166	7.946	148.332
	3	12%	830.664	88.999	83.066	17.800	249.198
	4	12%	930.343	99.680	93.034	29.904	372.136
	5	12%	1.041.985	111.641	10.420	330.456	713.012

Fuente: Las autoras

5.1.2.Inversión Diferida

Gastos de Constitución (Legalización y publicidad)	750.000
Seguros	1.500.000
Papelería	500.000
Total Inversión Diferida	2.750.000

5.1.3. Inversión Capital de Trabajo

Mano de obra directa (Un mes)*	15.936.000
Mano de Obra (Indirecta subcontratos con los talleres satélites mensual)*	46.386.000
Materia Prima (Ver 3.1.1)	139.158.000
Activos Fijos	3.582.000
Inversión Diferida	2.750.000
Total Inversión	207.812.000

EMPRESA DE JEANS PARA DAMA MILENIUM

ESTUDIO FINANCIERO AÑO 2003

5.1 Inversiones

5.1.1.Inversión en Activos Fijos

5.1.1.1.Maquinaria y Equipo	- 0 -
Total Maquinaria y Equipo	- 0 -
5.1.1.2.Muebles y Enseres	
Estanterías (1)	150.000
Sillas Rimax (2)	72.000
Escritorios (2)	300.000
Sillas Giratorias (1)	80.000
Total Muebles y Enseres*	602.000
5.1.1.3.Equipo de Oficina	
Computo	2.800.000
Calculadora eléctrica	180.000
Total Equipo de Oficina*	2.980.000
5.1.1.4.Total de Inversión x Activos Fijos	3.582.000

* La depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina comprende las siguientes actividades:

$$\text{Depreciación L.R} = \frac{\text{Muebles y enseres y equipo de oficina}}{10 \text{ años}}$$

$$\text{Depreciación L.R} = \frac{\$\ 3.582.000}{10 \text{ años}} = \$\ 358.200$$

5. ESTUDIO FINANCIERO

Como antecedente, la nueva empresa trabajara con el esquema de subcontratos en los servicios de confección de las prendas, en el taller satélite que están debidamente dotados de la maquinaria y equipo; se usan para llevar a cabo dicha actividad con calidad y eficiencia.
Por lo tanto la inversión en activos fijos se limita a la adquisición de inmuebles, enseres y equipos para la dotación del local de donde se coordinaran las distintas actividades mercantiles.

Por lo tanto el servicio de subcontratación contiene los siguientes aspectos:
Ver cuadro No. 5.1.3.1

- **Artículo 38. Derecho de aspiración**. Libre derecho de asociación para el desarrollo de las distintas actividades que realizan las personas en Sociedad.
- **Artículo 333**. **Iniciativa Privada y libertad de Empresa**. La Actividad Económica y de iniciativa Privada son libres, dentro de los límites del bien común.
- **Decreto 2649 de 1993**. Reglamento General de la Contabilidad.

4.4 ANÁLISIS LEGAL

Para funcionar legalmente se deben realizar los siguientes trámites:

- Registrarse en la cámara de Comercio como Sociedad unipersonal. El valor cobrado por este trámite se hace sobre el valor de los activos sin tener en cuenta los ajustes integrales por inflación.
- Seguidamente en la Secretaria de Hacienda Municipal se hace la respectiva Matrícula..
- En Bomberos se solicita el certificado de seguridad.
- En el Instituto seccional de Salud, la Licencia sanitaria.
- Inscribirse en el seguro Social como Patrono.
- En la DIAN se solicita el NIT.

4.4.1 ASPECTOS JURÍDICOS.

LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA de 1991, consagra en su artículo 333 del Régimen económico y de la Hacienda Pública, lo siguiente:

"La **actividad Económica y la iniciativa privada** son libres dentro del bien común. Para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos sin autorización de la Ley".

LA EMPRESA, como base de desarrollo tiene una función Social que implica Obligaciones. El Estado fortalecerá a las Organizaciones Solidarias y estimulará el desarrollo Empresarial.
La Ley determinará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés Social, el ambiente y el Patrimonio cultural de la Nación.
Queda pues claro que la dirección y manejo de la Economía, las Empresas del Estado Mixtas o Privadas serán del resorte de la misma.

1. EDUCACIÓN: Ser Diseñador de modas
2. ESPERIENCIA: De 1 a 2 años

RESPONSABILIDAD:

1. SUPERVISIÓN: Se contratara por eventos y tiene la responsabilidad de dejar moldes de lo que realiza y no piratearlos

4.3.3 Estructura salarial mensual.

La estructura salarial se define con base en salario para cargos similares en la región.

Gerente General	Asignación Mensual	$ 664.000
Secretaria	Asignación Mensual	$ 332.000
Vendedor Mensual *	Asignación Mensual	$ 332.000
Contador *	Asignación Mensual	$ 100.000

De 51.541 prendas que acepta el mercado en La Tebaida, la empresa producirá el 20 % que equivale a 859 prendas en el mes, el costo por prenda sale en $ 21.000 por 30 % de utilidad $ 27.300 lo cual se multiplica por la cantidad de prendas a vender al mes 27.300 + 859 = 23.450.700 + el 6 % de comisión = 1.407.042

* Las ventas comprenden las siguientes características: cada departamento maneja sus propias políticas de cobro.

- a 30 días comisión del 2 %
- a más de de treinta hasta 100 días el 3 % comisión
- a más de 100 días pierde la comisión.

* El pago del contador se efectúa por honorarios o eventos según las necesidades contables y legales de la empresa.

FUNCIÓN PRINCIPAL: Proceso legal, financiero y contable de la empresa
DETALLE DE FUNCIONES: - Mantener al día la parte legal de la empresa - Mantener al día con los diferentes impuestos de exigido por la ley - Supervisión de contratos con los talleres y personal de la empresa
HABILIDAD: 1. EDUCACIÓN: Ser contador publico 2. ESPERIENCIA: De 1 a 2 años RESPONSABILIDAD: 1. SUPERVISIÓN: Se contratara por eventos y tiene la responsabilidad de acudir cuando la empresa a si lo requiera.

Nombre del cargo: DISEÑADIOR DE MODAS	
División: ADMINISTRATIVA	Departamento: DISEÑADOR
FUNCIÓN PRINCIPAL: Se encargara de diseñar los diferentes modelos y tallas de las prendas	
DETALLE DE FUNCIONES: - Diseño de estilos - Realizar la moldearía por talla - Tener ideas en modelos o estilos originales	
HABILIDAD:	

Nombre del cargo: VENDEDOR	
División: ADMINISTRATIVA	Departamento: VENTAS Y PUBLICIDAD
FUNCIÓN PRINCIPAL: Comercializar y promocionar el producto, para posicionar en el mercado.	
DETALLE DE FUNCIONES: - Ofrecer el producto a los compradores mayoristas. - Establecer relación entre la oferta y la demanda - Tener sentido de pertenencia y cumplir con los objetivos, misión y visión de la empresa.	
HABILIDAD: 1. EDUCACIÓN: Ser bachiller 2. ESPERIENCIA: De 1 a 2 años en el medio de la confección RESPONSABILIDAD: 2. SUPERVISIÓN: Tiene la responsabilidad de verificar la calidad de las prendas, solicitar a tiempo a la empresa y cumplir a los clientes las fechas de entrega, colaborar con la organización de las facturas para los posteriores cobros.	

4.3.1.2 Personal Indirecto.

Nombre del cargo: CONTADOR PUBLICO	
División: ADMINISTRATIVA	Departamento: CONTABILIDAD

HABILIDAD:

1. EDUCACIÓN: Ser profesional en gestión empresarial
2. ESPERIENCIA: De 1 a 2 años en labores realizadas según su perfil profesional

RESPONSABILIDAD:

1. SUPERVISIÓN: Por los contratos realizados con los talleres, equipos y manejo de elementos y demás valores de la empresa

2. En este caso es el Gerente – Propietario, encargado de velar por el bienestar económico y Social de la Empresa, es la persona que planea, organiza y velar, controla y ejecuta las diferentes acciones de la Empresa.

Nombre del cargo: SECRETARIA GENERAL	
División: ADMINISTRATIVA	Departamento: SECRETARIA
FUNCIÓN PRINCIPAL: Trabajar de la mano con la gerencia para lograr las metas propuestas	
DETALLE DE FUNCIONES: - Recibido y despacho de documentación - Colaborar con la supervisión de los contratos - Contestar y dejar recado de las llamadas - Archivar las facturas y demás documentos de contabilidad - Atención al cliente	
HABILIDAD: 1. EDUCACIÓN: Secretariado auxiliar contable con énfasis en sistemas 2. ESPERIENCIA: De 1 a 2 años en labores realizadas según su perfil profesional RESPONSABILIDAD: 1. SUPERVISIÓN: Por todo lo relacionado a papelería, archivo, sistemas y control del local.	

4.3.1 Descripción de los Cargos.

En el estudio Técnico se determino que la cantidad necesaria de personal sería la siguiente:

4.3.1.1 Personal Directo

Nombre del cargo: GERENTE GENERAL	
División: ADMINISTRATIVA	Departamento: GERENCIA
FUNCIÓN PRINCIPAL: Previsión, organización, dirección, coordinación y control.	
DETALLE DE FUNCIONES: - visualizar el futuro y trazar el programa de acción para los subcontratos con los talleres satélites - Construir tanto el organismo material como social de la empresa - Guiar y orientar al personal - Ligar, unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos para lograr posicionar el nombre de la empresa en el mercado - Vigilar y verificar que todo suceda conforme a las metas establecidas y a las ordenes dadas. - Ordenar y Autorizar las compras de materiales, equipos e insumos de la Empresa. - Contratar directamente las Ventas y pedidos por cualquier cuantía. - Efectuar las cobranzas. - Elaborar Informes Mensuales y trimestrales de su gestión. - Representar a la Empresa en las controversias laborales y ser su representante legal en cualquier tipo de actos Administrativos y Jurídicos. - Las demás funciones asignadas en los Estatutos de la Empresa.	

acuerdo a orden alfabético, y se mantendrá un listado actualizado de precios al por mayor y al detal para decidir en un futuro las compras.

- **Forma de Pago:** Se adoptará una Política de pagos a 30 días calendario, solo se incrementará a 45 días por fuerza mayor.

- **El Nivel de Inventarios:** Se adoptará de acuerdo a la rotación de Materia Prima, Productos terminados, al final de cada Proceso.

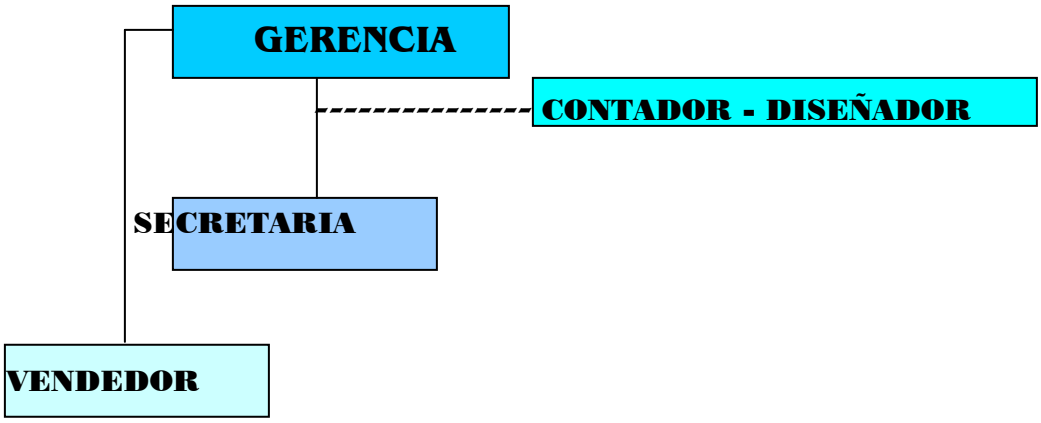
4.2.4.3 Políticas de Ventas:

"Milenium", por ser una Empresa naciente, de carácter privado, que funciona con capital propio, emanado de una Sociedad unipersonal, no podrá presentar problemas de liquidez iniciando labores, por tanto la política de crédito no podrá ser superior a 30 días calendario por los compromisos adquiridos en su conformación estatutaria.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

"Milenium", empresa Comercial, será de carácter privado y tendrá como objeto social, la confecciones y comercialización de jeans para dama

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE MILENIUM E.U



4.2.3.2 Objetivos específicos

- Dar a la empresa una visión de organización satélite que quiere progreso comercial y económico en la región.

- Aplicar conocimientos teóricos adquiridos a través del proceso educativo en Gestión Empresarial.

- Posicionar los productos de la región en los mercados nacionales.

- Establecer pautas de mercado continuo que garanticen en éxito y estabilidad de la empresa.

- Liderar en la región y el país el comercio de mercados nacionales como imagen corporativa de la empresa de confecciones de jeans para dama.

4.2.4 Políticas.

4.2.4.1 Políticas de Personal.

La selección de personal se hará en base a Políticas básicas, teniendo en cuenta que función a desempeñar, es decir se buscan los mejores candidatos y luego se escogen y se recomiendan para los puestos más acorde con sus cualidades. Milenium contara con poco personal directo y las socias se encargaran de la parte administrativa de ahí que se facilitara la contratación de las demás persona a laborar.

4.2.4.2 Políticas de Compras: Entre las principales políticas de compras tendremos las siguientes**:**

- Se realizara un listado con todos los Proveedores que comercialicen y expendan nuestra materia Prima y Materiales e Insumos, se clasificaran de

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

Una vez constituida la Empresa, registrada en la Comercio de Armenia, haber conseguido el Nit. de la DIAN, y haber elaborado los registros de Impuestos de Industria y Comercio, se elaborarán los Principio , Políticas y demás elementos que la Identificarán en su Actividad Comercial e Industrial como son:

4.2.1 Visión

Convertir a “Milenium E.U” en una importante opción para el mercado por calidad, innovación, eficiencia y excelente servicio, con productos desarrollados acorde a las necesidades de nuestros clientes.

4.2.2 Misión

- Ofrecer a los trabajadores y clientes los mejores servicios, con ética, responsabilidad y calidad, para contribuir al desarrollo integral de la sociedad.
- Contribuir al desarrollo empresarial del país, brindando valor agregado al servicio.
- Contribuir a mejorar la calidad de vida del trabajador y el cliente con una empresa productiva social y económicamente.

4.2.3 Objetivos

4.2.3.1 Objetivo general

Crear una empresa de confecciones de jeans para dama en el municipio de La Tebaida con proyección en el mercado regional y nacional.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa de jeans para dama “Milenium”, estará constituida por dos socios (a) las cuales aportaran un capital inicial de $ 10.000.000,oo cada una, por lo tanto es una sociedad unipersonal (Dos socias), conformada de la siguiente manera: La razón social es “Microempresa de confecciones jeans para dama Milenium E.U” y los representantes legales se suscribirán con nombres propios y documento de identidad. Los muebles y enseres, y el equipo de oficina en su mayoría será un aporte extra ya existente; en la parte de maquinaria debido a la modalidad de subcontratación no es necesario invertir en maquinaria. La empresa será creada para el sector productivo de la confección en el departamento del Quindío, con el propósito de generar empleo y mejorar el nivel de vida de los involucrados en ella.

4.1.1 Tramites.

- Escrituras públicas
- Matricula de registro mercantil
- Licencia: Patente de sanidad
- Pago de impuesto de industria y comercio
- Inscripción en la cámara de comercio
- Escritura o contrato

Se relaciona cuadro de algunos sitios donde se adquiere materia prima e insumos.

NOMBRE	CIUDAD	MATERIAL
BOGOTANA TEXTEIL	BOGOTA	TELAS
ENFOQUE TEXTIL LTDA	BOGOTA	TELAS
PERLATEX S.A.	PEREIRA	TELAS
GLOBAL LTDA	PEREIRA	BOTONES HILOS
ERRAGES Y ADORNOS	PEREIRA	INSUMOS

Fuente: Fabrica de Jean Frigot

La ventaja de subcontratar con talleres satélites es que se genera empleo, cuentan con la experiencia en el mercado de la confección, conocen la calidad de las telas, los insumos y los sitios de compra y sobre todo cuentan la tecnología necesaria y apropiada para confeccionar con calidad y lo más importante demanda menos gastos para la empresa ya que se ahorra en mano de obra, maquinaria y prestaciones sociales entre muchos otros.

La maquinaria utilizada para la fabricación de los jeans se relaciona a fin de brindar la idea de la cantidad de maquinaria que se necesita y el ahorro que la empresa tendrá con los contratos de Outsourcing.

MAQUINARIA
CERRADORA DE CODO
OJALADORA
EMPRETINADORA
PRESILLADORA
DOBLE AGUJA
FILETEADORA
CORTADORA
RECUBRIDORA COLLARIN
PLANAS
PLANCHA INDUSTRIAL
TIJERAS
MESA DE CORTE
MESA DE TERMINADO
TOTAL

Fuente: Fabrica de Jeans Frigot

3.5 CONCLUSIONES TÉCNICAS SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

Es una gran alternativa para todas las mujeres, porque le va a permitir un cambio de imagen con calidad y costos a apropiados, si bien no existe una Tecnología definida debido a la forma de contratación de la empresa, se observa que en la medida que la misma crezca se podrá implementar procesos más adecuados de trazado, cortado, empaques, que faciliten y optimicen los costos.

Por los volúmenes que se van a manejar en las ventas de jeans, proyectados a largo plazo se prevé que el Proyecto es técnicamente viable y rentable para las aspiraciones de sus creadoras y el Departamento del Quindío.

3.3.4.4 Recurso Logístico

La empresa en su recurso logístico y por su sistema de contratación solo requiere de:

Equipo de cómputo

Escritorios (2)

Estanterías (1)

Sillas rimax (2)

Silla giratoria sin brazos (1)

3.3.4.5 Distribución de planta

Esta distribuida de manera apropiada a la necesidad y manejo de la empresa, minimizando gastos en maquinaria, espacio y arrendamientos, la empresa solo requiere de:

El medio de contratación la manufactura de las prendas con talleres satélites, permite que el proyecto no requiera de local para producción, reduciéndose las áreas a un pequeño local donde se coordinaran tosa las actividades administrativas y de comercialización. Dicha oficina se ubicara de acuerdo a la microlocalización en la calle 13 No. 7-63 debido a las ventajas ya estudiadas como punto de ubicación zona céntrica del municipio, facilidad de transporte a los talleres y materia prima etc.

3.4 TECNOLOGÍA DEL PROYECTO.

La confección se hará mediante contratos de Outsourcing o subcontratación con talleres satélites los cuales cuentan con la tecnología apropiada para brindar servicios oportunos y de excelente calidad; la empresa de invertir en tecnología tales como: Local, equipo de cómputo, escritorios (2), estantería, sillas rimax (2), silla giratoria sin brazo y una buena gerencia.

3.3.4.2 Recurso Físico.

La empresa contará con un local para la logística.

3.3.4.3 Recursos de Insumos.

Los Insumos son la materia prima con la que se fabrican los jeans; tales como telas, hilos, cremalleras, botones, marquillas entre otras; pero los subcontratos se realiza incluyendo hilos, broches y demás insumos según los modelos, la empresa solo entrega las telas, marquillas y los llaveros con que se promocionaran los jeans.

CUADRO INSUMOS

NOMBRE	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/TOTAL
Tela jean	1031 mts * 859 prendas	13.500	13.761.180
Confección *	859 prendas	4500	3.865.500
Inspección a proceso y prenda	859 prendas	2500	2.147.500
cremallera	859 prendas	500	429.500
Total		21.000	20.203.680

Fuente: Autoras

* Comprende las siguientes actividades: Se toma por prenda

- Pago de la confección $ 2300
- Pulir prenda $ 100
- Planchado $ 50
- Flete $ 1100
- Pegado Botones $ 200
- Empaque $ 700
- etiquetada $ 50

Total…….. $ 4500

Para un mejor entendimiento se realizara una descripción, pero la empresa Milenium no requiere de todo el proceso ya que se realizara por Outsourcing o subcontratos, evitando incurrir en altos costos en mantenimiento de maquinaria, mano de obra, seguridad social etc.

Para la confección de un jeans para dama se empieza con el diseño, donde se elige materia prima e insumos y todo lo referente a material de empaque, igualmente en esta etapa se realiza el patronaje, el escalado de tallas y se hacen los ensayos; posteriormente se realiza el trazado y corte, separándose por tallas y colores, se sigue con el ensamble de las partes, la terminación y la presentación del producto.

3.3.3 Control de calidad.

En las minutas que se firman con los talleres se incluye todo el proceso relacionado a continuación, los estándares son manejados según los criterios de los talleres y su cumplimiento se realiza con contrato.

- Recepción de la tela
- Trazado
- Corte
- Pegado o montaje de las diversas partes del jeans a la parte principal
- Empaque

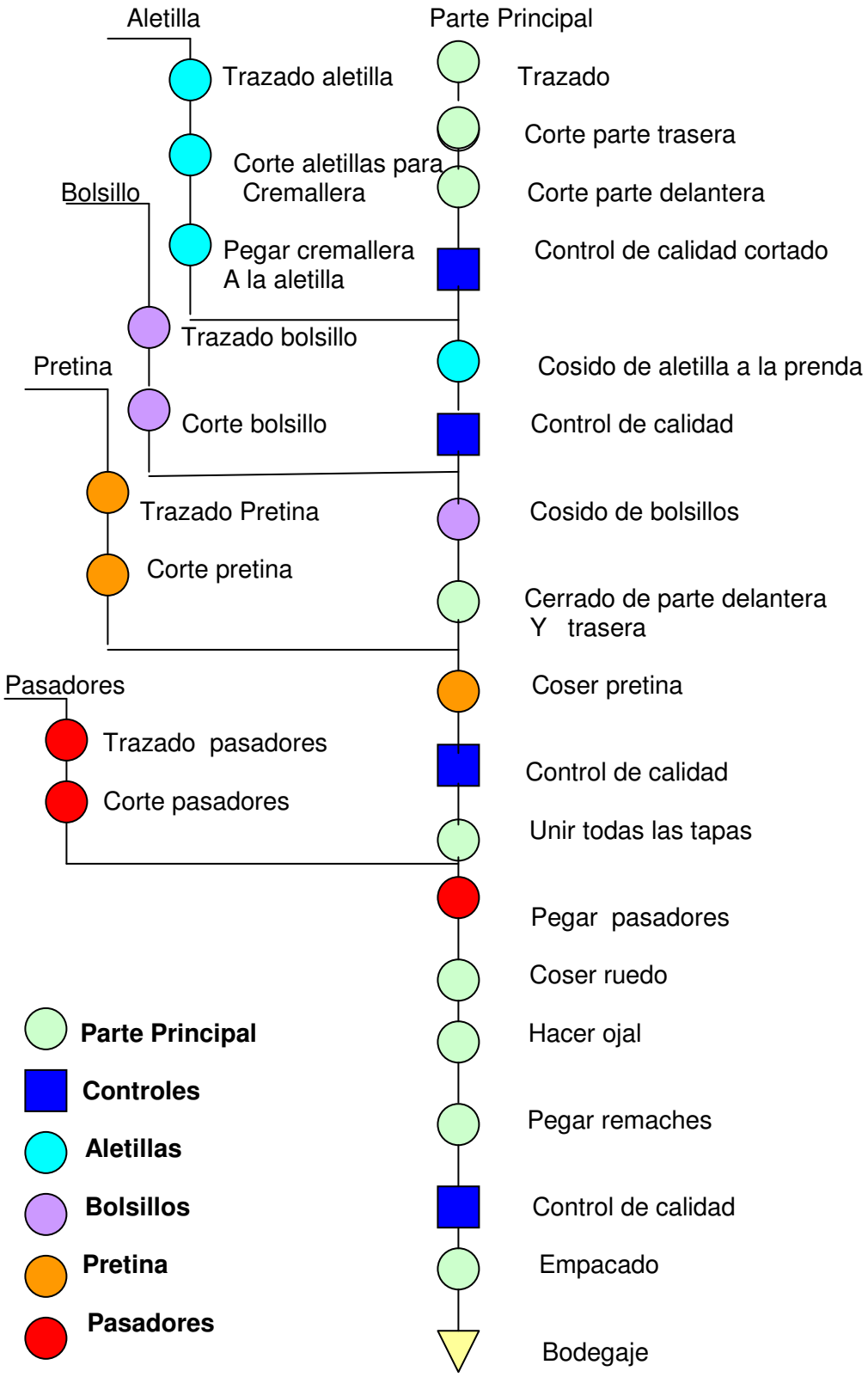
3.3.4 RECURSOS.

3.3.4.1 Recurso Humano.

Mano de Obra Directa: Gerente general, secretaria, vendedor.

Mano de Obra Indirecta: Contador Público y diseñador, contratado por evento.

3.3.2 Diagrama de operaciones: Cursograma Sinóptico de Proceso



- Organizar, planear, ejecutar, revisar, controlar, medir, comprar, transferir información, evaluar y decidir entre otras.

- Manejo de documentación, recibido y despacho de correspondencia, mensajes para la gerencia, atención al cliente entre otras.

- Mercadeo, control de calidad, ventas y publicidad

- Confección y embalaje de las prendas

- Parte legal, proceso financiero y contable de la empresa (Labora por eventos)

- Diseños y moldes de las diferentes tallas y estilos de jeans (Labora por eventos)

A manera de ilustración, se presenta el esquema básico de la confección de un jean, que es el proceso que realizaría el taller con el que se subcontrate para la confección de las prendas, son las etapas que deben realizar la unión de cada parte del jean; los procesos no se codifican ya que el taller no solo subcontrata con Milenium sino con otras empresas y el volumen de la confección depende directamente del manejo que ellos le den.

El taller después de tener el producto en bodega lo distribuye a los diferentes puntos de ventas indicados previamente por la gerencia y el vendedor de la empresa Milenium se encarga de verificar.

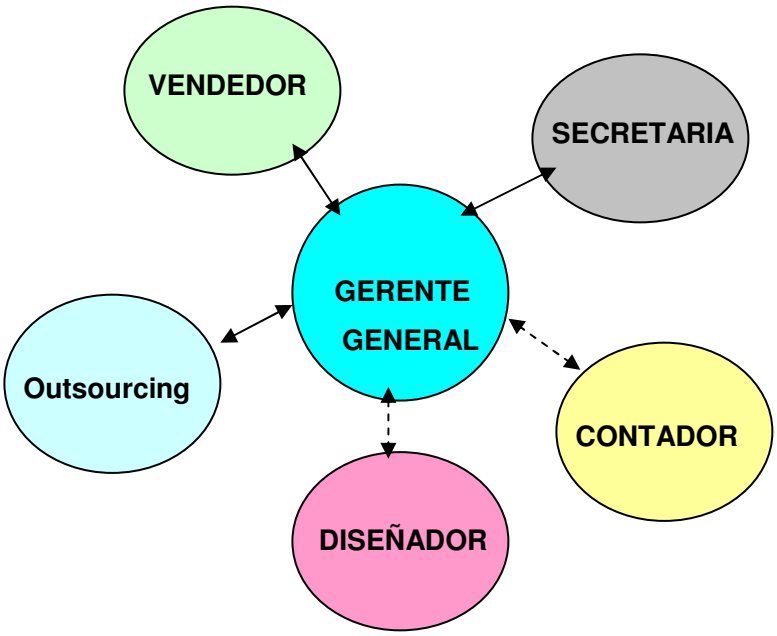
3.2.2.9 Influencia del clima

El Municipio de La Tebaida esta ubicado al sur oriente del valle del cauca, lo que lo hace tener uno de los mejores climas del departamento, y los terrenos donde se encuentra ubicado son planos, el promedio del clima es de 23 grados con una precipitación de 1.000 Mm.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

3.3.1 Descripción Técnica del Proceso.

El proyecto ha contemplado la estrategia de subcontratar los servicios de los talleres satélites del ramo, ubicados en la ciudad de Armenia k m. 3 vía jardines con lo cual se reducen ostensivamente los costos fijos, y la inversión inicial.



h. Construcción del centro internacional de negocios del eje cafetero.

3.2.2.7 Presencia de actividades empresariales.

Las Actividades Empresariales, se desarrollan a través de la Ley Quimbaya con incentivos Tributarios, para las nuevas Empresas que se radiquen en el Quindío, después de sismo del 25 de Enero de 1.999.
Otras Actividades que se pueden desarrollar es a través de la Zona Franca, ubicada en la Tebaida, como puerto de libre llegada para las Importaciones y las exportaciones, la cual puede adquirir gran desarrollo a raíz de los tratados de libre comercio.

Las principales entidades que se dedican al manejo y comercialización están Cenexpo, las ferias artesanales, Proexpo, etc. y radicación de varias fabricas en la zona rural del municipio tales como: Cicolsa, Printes, Colcafe, Fabrica de Juguetes entre otras.

3.2.2.8 Disponibilidad de recursos.

La presencia en la zona de varios talleres satélites para la confección, facilitan las actividades de la nueva empresa, ya que reducen la inversión en activos fijos, así mismo se dispones de un capital Inicial de $ 20.000.000. M/te, aportado por dos socios (a) en partes iguales, los costos en que incurrirá la empresa de jeans para dama Milenium, se refieren a Mano de Obra Directa, Costos Indirectos de Fabricación, Costos de Administración y costos de Inversión, se tienen calculados para el Estudio Económico y Financiero y su disponibilidad estará garantizado con el Aporte en Capital y en Equipos de la Sociedad.

Cobertura: Según las proyecciones de Gases del Quindío ESP se espera que al finalizar el presente año se disponga de infraestructura para servir a 8.000 suscriptores, cubriendo inicialmente viviendas de estratos 1,2 y 3 correspondientes a los barrios ubicados en los sitios alejados del centro del municipio.

3.2.2.6 Tendencias de desarrollo del municipio.

Entre las principales tendencias de Desarrollo se encuentran las siguientes:

a. **Ampliar la malla vial:** El Municipio, ampliación de vías rurales para descongestionar de embotellamiento de vehículos en las horas pico y pavimentación de vías urbanas para mayor afluencia de vehículos y mejoramiento urbanístico para los turistas.

b. **Terminación de obras de infraestructura:** Dejadas por el Forec, con dineros del Gobierno Nacional y recursos propios.

c. Continuar con el **Plan de desarrollo y los programas de interés Social**, a los Barrios de estratos bajos, como el sisben, el desayuno y los Uniformes escolares, etc.

d. Ampliar la **Cobertura Educativa**, y mejorar ostensiblemente los **servicios de Salud.**

e. **Estímulos Tributarios** a los nuevos Comerciantes y las Empresa que se radiquen en el Quindío, de acuerdo a la **ley Quimbaya.**

f. Ampliación de la **Cobertura de los servicios Públicos** en lo que se refiere al agua , Acueducto, Aseo y alcantarillado, energía , Telefonía, Urbana y rural, gas domiciliario, etc.

g. Manejo y adecuación de **Planes de Viviendas de Interés Social** y su cobertura en servicios Públicos.

Cobertura: La empresa tiene una cobertura del 100% en Armenia y del 95% en el Departamento del Quindío, y es la única en el mercado a nivel local.

⇒ **Servicio de telefonía urbana y rural:** "COLOMBIA TELE COMUNICACIONES" es La empresa que presta los servicios de comunicaciones, en el municipio brinda un permanente servicio. Actualmente la empresa se dedica a la prestación del servicio de telefonía, la comercialización de los servicios suplementarios, Internet, sistema de información por selección, inversión en telefonía celular, correo de voz y tele buzón.

Calidad del servicio: Prestar un servicio de buena calidad, continuo, sin interferencia, oportuno y confiable.

Cobertura: Cuenta con una cobertura no muy amplia en el área urbana debido al desorden en el crecimiento urbano, y de buena calidad en la parte rural.

Servicio de Tevecable: El servicio es prestado por Cable Unión de Occidente, el cual acapara todo el mercado municipal.
Cobertura: Cuenta con 76 canales y prestan un servicio con calidad y puntualidad.
Gases del Quindío: GASES DEL QUINDÍO ESP. Empresa de Servicio Públicos de Economía Mixta; Servicios que presta: Distribución y suministro de gas natural por Red Domiciliaria.

La Empresa Gases del Quindío ESP, realizará obras de instalación y suministro de gas a otros Municipios fuera de La Tebaida. De acuerdo al contrato celebrado con el Ministerio de Minas y Energía el día 26 de abril de 1997, el costo aproximado de la inversión es de 20.000 millones de pesos .

Centro Internacional de Gestión Logística y el Parque Industrial. Este complejo se encuentra ubicado a 11 Km. de la capital del Quindío Armenia, a 3 Km. del Aeropuerto el Edén y se fortalece con la confluencia del corredor vial Bogotá - Buenaventura con la vía férrea del Pacífico. El puerto Seco será un terminal de transporte intermodal, con conexión directa por vía férrea al puerto de Buenaventura; todo lo anterior hace de la región el lugar ideal para el establecimiento de una sólida red industrial y comercial.

⇒ **Servicio de aseo**: El servicio de aseo está compuesto por tres actividades, cada una con su especificidad: Barrido, recolección y transporte y disposición final. Con relación a la disposición final se realizan actualmente los estudios para definir el Plan de Manejo Ambiental y el uso de los terrenos ocupados del botadero actual el cual se convertirá en relleno, igualmente se concertará con el Plan de Ordenamiento Territorial la ubicación de los posibles sitios del relleno sanitario, debido a que el actual cuenta con una vida útil de 2 años.

Calidad del servicio: El servicio es continuo y suficiente en cuanto a cantidad. Existen interrupciones solamente cuando se realizan reparaciones o mantenimiento.

Cobertura: La zona urbana y rural de del municipio con un abastecimiento del 100%.

⇒ **Servicios de energía eléctrica:** La empresa de Energía Eléctrica del Quindío EDEQ, recientemente efectúo la ampliación del sistema a 115.000 voltios y construyo una nueva subestación, con 40 mega - volta - amperios de potencia completando una capacidad instalada de 160mega - vatios, disponiendo aproximadamente del 50 % de la capacidad instalada para atender la demanda creciente que se presente como consecuencia del proceso de industrialización de la región.

Calidad del servicio: El servicio de energía eléctrica se viene prestando en buenas condiciones.

- MODO AÉREO

La ciudad cuenta con un terminal aéreo de orden nacional, ubicado sobre el área rural a 18 Km del centro, en cercanías al municipio de La Tebaida. Posee una pista con una longitud de 1900 m y un ancho de 36 m, en regular estado por falta de mantenimiento. Presenta ciertas ondulaciones y algunos agrietamientos.

El aeropuerto cuenta con uno de los mejores equipos de bomberos para emergencias de todos los terminales aéreos del país. En este terminal prestan servicio de transporte de pasajeros dos empresas nacionales: ACES y AVIANCA, regidas por el Departamento Administrativo de la Aeronáutica Civil. La primera cubre las rutas Armenia – Medellín y viceversa y Armenia – Bogotá y viceversa, hoy se encuentran configuradas en una que incluye a SAM, y que se denomina Alianza SUMA.

El 56.02% de las operaciones realizadas durante el año anterior correspondieron a aterrizajes y decolajes de vuelos comerciales. Así mismo, para los meses de Enero y Febrero del presente año, las operaciones aéreas conservan una proporción similar igual al 58.00%. Por último, el aeropuerto El Edén no cuenta con terminal de carga ni bodegas para almacenamiento de mercancías. La carga que mueve es relativamente insignificante.

3.2.2.5 Infraestructura y servicios Públicos disponibles.

Cuenta con excelente infraestructura interna (Vías secundarias, cobertura de electrificación y demás servicios públicos) con condiciones de seguridad y orden publico apropiados, toda vez que se conserva como un territorio de paz.

Actualmente se adelanta en el municipio de La Tebaida [19], sobre la vía panamericana, la construcción del Centro Internacional de Negocios del Eje Cafetero, conformado por: La Zona Franca del Eje Cafetero, el Puerto Seco, el

[19] Proyecto ampliación alcaldía municipal

tuberías para el nuevo acueducto por gravedad, y vías alternas por las veredas y fincas aledañas al municipio, La Tebaida dentro de la zona urbana cuenta con trasportes de Taxis, Colectivos de Trans Armenia y Trans Tebaida, Buses Armenia y Nuevo Rápido Quindío.

3.2.2.4.2 Diagnóstico del transporte

- MODO CARRETERO

El departamento del Quindío cuenta con un terminal[18] intermunicipal de pasajeros legalmente constituido, el cual se localiza al sur de la ciudad capital Armenia a un costado de la Cra. 19 (Calle 35). Se construyó en 1984. Su infraestructura alberga actualmente a 25 empresas de transporte, las cuales poseen un parque automotor constituido por buses, busetas, microbuses y automóviles, que tienen cubrimiento de rutas Inter- departamentales y nacionales.

- MODO FÉRREO

En la actualidad no opera este servicio. Se están haciendo viajes de prueba entre el Terminal Férreo de La Tebaida y Buenaventura llevando café trillado de exportación. Sin embargo, se cuenta con el Puerto Seco, Zona Franca y Terminal Férreo. La misión de PROMINEX SA es promover la formulación, evaluación, inversión y ejecución de proyectos de infraestructura para el comercio exterior, en el orden regional, nacional e internacional. Consolidarse como promotora líder en proyectos de infraestructura para el comercio exterior, basados en la potencialización de sus ventajas comparativas y en la construcción de ventajas competitivas, proyectando al Departamento del Quindío hacia la cuenca del Pacífico. El Terminal Ferroviario tiene un área de 44.475 m^2 y un área construida de 25.600 m^2. Se construyeron tres líneas férreas, una principal, dos de cargue y descargue, para las maniobras de patios se construyó un triángulo de inversión.

[18] Planeación municipal

- **Vías de orden Departamental**

El Departamento del Quindío posee una red vial total de *2.074.33* Km. De este total, 40 corredores viales permiten la conexión directa de la capital con las demás cabeceras municipales del mismo y con otras regiones del país como la antigua vía del Valle. Dichos corredores están a cargo de la Secretaría de Obras Públicas Departamentales y tienen una longitud total de *420.46* Km., lo cual equivale al 82.76% de la red vial urbano - regional. En general presentan un buen estado, se hallan pavimentados el 36.62% de su longitud total (153.96 Km.); en afirmado el 51.75% (217.58 Km) y en pavimento – afirmado el 10.87% (45.72 Km); 3.20 Km en tierra.

Es importante destacar que actualmente, el Departamento del Quindío cuenta con una red de conexión intermunicipal parcial, por ejemplo Quimbaya – Montenegro – Circasia, Quimbaya – Montenegro – La Tebaida; pero se plantea como proyecto la construcción del llamado Anillo del Café, el cual conectará todos los municipios del Departamento entre sí con excepción de los llamados de la "Cordillera", los cuales son Génova, Buenavista, Pijao y Córdoba. Por otra parte, se tiene el corredor Armenia – Montenegro – Quimbaya – Alcalá – Cartago, que se constituirá en el acceso principal a largo plazo de la región a la Troncal del Cauca y consecuentemente del centro del país al puerto de Tribugá de acuerdo con los proyectos del INVIAS.

- **Vías de orden Municipal**

El municipio de La Tebaida cuanta con cinco entradas principales totalmente pavimentadas y en buen estado, como lo es la estrada de la Estación por vía al Valle, la entrada por el coliseo vía panamericana, las Quintas de San Esteban vía club Campestre, la vía el Caimo y la vía aeropuerto el Edén.

En la parte urbana el estado de las carreteras están en regulares condiciones, debido precisamente a la reparación de las calles principales por cambio de

NOMBRE	CIUDAD	MATERIAL
COATS CADENA	PEREIRA	HILOS
CACHARRERIA BOMBONA	PEREIRA	ELEMENTOS DE DISEÑO, EMPAQUES Y OTROS
COMERCIALIZADORA OLR	CALI	BOLSAS Y ROLLO PAPEL
GLOBAL LTDA	PEREIRA	BOTONES HILOS
ENFOQUE TEXTIL LTDA	BOGOTA	TELAS

Fuente: "Fachas Sport" y "Fabrica de Jeans Frigot"

3.2.2.4 Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte.

El Departamento del Quindío posee buenas vías de penetración, cuenta con 12 municipios entre ellos el de La Tebaida, uno de los mejor ubicado geográficamente de ahí que es conocido como el edén tropical del Quindío[17], La Tebaida limita a un kilómetro por el occidente con el Aeropuerto el Edén, al oriente con vía panamericana y al noroccidente con la capital de Colombia.

3.2.2.4.1 Diagnóstico de la situación vial.

- **Infraestructura:**

Debido a la estratégica posición geográfica del Departamento dentro de la región y a sus excelentes condiciones viales, se configura como el ordenador vial del país. Para el caso de Armenia, dada su localización dentro de lo que puede considerarse el centro de gravedad del departamento del Quindío, y del llamado triángulo de oro del país (Bogotá – B/ventura – Medellín), ha facilitado la construcción de cierta infraestructura vial que le permite convertirse en articuladora de proyectos tales como la conexión de Venezuela con el Océano Pacífico y del sur del país con el centro del mismo. La red urbana – regional se halla dividida en dos grandes grupos:

[17] Planeación municipal "Historia de La Tebaida

La ubicación geográfica del proyecto es el departamento del Quindío zona del municipio de La Tebaida, por su posición geográfica, vías de comunicación y cercanía a la zona franca.

3.2.2 Microlocalización.

Los factores económicos, productivos y sociales se tuvieron presente para llevar a cabo este análisis tales como:

3.2.2.1 Costo de transporte de insumos y productos.

Las negociaciones de materia prima y accesorios generalmente se hacen con fletes incluidos. Los insumos llegaran directamente a los talleres ubicados en la zona industrial de Armenia Km. 3 vía Jardines con los que se realizaran las subcontrataciones.

3.2.2.2 Ubicación de los consumidores o usuarios.

Como se mencionó anteriormente los consumidores son las ejecutivas, estudiantes, secretarias y mujeres en general de la región.

3.2.2.3 Localización de la materia prima y demás insumos.

Los subcontratos con los talleres se realizan incluyendo insumos la empresa solo suministra las telas las cuales los proveedores entregan directamente a los talleres ubicados en la ciudad de Armenia k m 3 vía jardines.

En el siguiente cuadro se relaciona algunos sitios donde se puede adquirir materiales e insumos.

3.1.3.3 Capacidad utilizada

La empresa tiene como meta cumplir el objetivo de las 856 prendas mes por lo cual su capacidad utilizada estaría determinada por los pedidos realizados, de igual manera los talleres subcontratan con otras empresas y la capacidad de ellos depende exclusivamente de los contratos que realicen para efectos de cumplimiento se firman minutas para determinar fechas de entrega y pago.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 Macrolocalización

3.1.3 Capacidad del proyecto

Las cantidades de prendas anuales a confeccionar en la empresa de jeans para dama, se proyectan dependiendo del crecimiento de la población (Ver 2.6.1.2) y un 5 % de acuerdo al promedio de ajuste salarial tomada del periódico portafolio; se muestra en el siguiente cuadro.

PRODUCTO JEAN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pobl. Mujeres	7.630	7.758	7.881	7.996	8.101
Prenda/Año	51.541	51.669	51.792	51.907	52.12
Aumento 5%	10.308	10.823	11.364	11.932	12.530

3.1.3.1 Capacidad total diseñada.

Es la que expresa el fabricante y con la cual se compromete pensando en una productividad del 100 % sin que haya desperfectos y contra tiempos; la capacidad diseñada en este caso depende de la cantidad de contratos que realicen los talleres con las diferentes empresas. El mercado de La Tebaida, según las encuesta tiene capacidad para 51.541 prendas anuales, la empresa se compromete inicialmente a fabricar el 20 % que equivale a 859 prendas mensuales en el municipio de La Tebaida.

3.1.3.2 Capacidad instalada

Los contratos Outsourcing son realizados por los talleres dependiendo de los pedidos realizados por los clientes, esto quiere decir sobre pedido; de todas maneras la empresa generaría 3 empleo directos y al subcontratar con el taller y este trabajara al 100% de su capacidad instalada generaría 12 empleos más.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.

La producción se realizara por medio de contratos Outsourcign o subcontratos, así se minimizarán los costos tales como; Infraestructura, maquinaria, contratación de personal, prestaciones sociales entre otros. **(Anexo 2: Copia Minuta).**

El estudio de mercado arrojo que el mercado acepta 51.541 prendas al año y el objetivo de la empresa es producir el 20 % que equivaldría a 859 jeans al mes, con la posibilidad de aumentar las ventas con algunos otros departamentos del territorio nacional.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del Proyecto.

Teniendo en cuanta el estudio de mercado la demanda del producto es mayor a la capacidad que tendrá la empresa para atender el sector objetivo, igualmente la ventaja con la que cuenta Milenium es el sistema de Subcontratación lo que nos permitirá realizar las ventas sobre pedido aumentando según las temporadas y aprovechando la ubicación del punto para vías de comunicación y transporte, otra ventaja es que los proveedores ofrecen créditos hasta 120 días, lo que hace más atractivo invertir en este tipo de proyectos.

estrategia en el mercadeo.

- A través de la utilización de la promoción, una compañía incrementa las ventas de sus productos, para ofertar la elasticidad de la demanda del producto.

- La demanda del jeans es cada día más amplia en el mercado debido a la diversidad de telas, colores y estilos ya que es una prenda cómoda, de fácil adquisición y se puede lucir en cualquier ocasión.
- La oferta se facilita por los ahorros en los costos de la fabricación pues la empresa no incurre en la mayoría de gastos que acarrea si los fabricara la misma, etc. permitiendo cubrir gran parte de la demanda por parte del mercado.

- El precio se asigna a las necesidades del consumidor final ya que la contratación Outsourcing con los talleres nos da la ventaja de menor inversiones en maquinaria, personal etc.; permitiendo mayores ganancias y por ende mejores precios del mercado.

Al producto terminado llevará una marquilla, y todos los medios que se utilicé para la publicidad como: Bolsas, Llaveros y otros medios.

La publicidad corporativa se hace a través de los medios masivos de comunicación, especialmente radio y prensa por ser más económicos y de amplia cobertura, obsequios tales como llaveros, bolsas bien elaboradas y promociones.

2.12 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.

- Los consumidores compran bienes o servicios, para satisfacer una necesidad propia o familiar no relacionada con negocios, lo que se constituye en un mercado de consumidores.
- El mercado meta de un fabricante de ropa, esta dirigido a mujeres, teniendo en cuanta ingreso, edad y género, ya que son ellas las llamadas a adquirir ropa de moda, de marca conocida y llamativa.
- El tamaño de la empresa puede medirse mediante factores como volumen de ventas y puntos de ventas.
- La creación de una empresa de confecciones de jeans para dama “Milenium”, se cataloga como un mercado local, por estar en un área geográfica restringida que acerca su producto a la comunidad.
- Los confeccionistas y quienes producen para vender deben conocer las necesidades y características de los consumidores para motivarlos a comprar.
- Para que el producto tenga gran aceptación por parte de los consumidores, debe tener requisitos como: calidad, precio y facilidad de adquisición.
- El volumen de ventas de una empresa, depende de la efectividad de la

venta del producto hasta llegar al consumidor final y etapas intermedias, estos porcentajes permanecen constantes en el mercado local, solo varían cuando el producto se va a exportar, pues se eliminan algunos intermediarios.

2.11 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

La promoción y publicidad son herramientas valiosas de comunicación entre la empresa y el mercado.

La publicidad constituye el mayor desafió de la historia de la comunicación humana en las sociedades modernas en un campo tan basto que se relaciona con muchas otras disciplinas como la economía, la sociología, la creatividad y el diseño, la estadística y el Marketing; esencialmente la actividad comercial esta centrada en el esfuerzo por acercar los productos a los consumidores. Desde este punto de vista la publicidad se ocupa de todos los medios de acercamiento psicológico. El aspecto que merece mayor atención en una empresa es la comunicación entre ellas y sus clientes.

2.11.1 Decisiones en la Publicidad

- Establecimiento de objetivos
- Decisiones del presupuesto
- Decisiones del mensaje
- Decisiones de medios
- Evaluación de la Campaña

2.11.2 Objetivos de la Campaña

- Aumentar la demanda
- Crear sentido de pertenencia y lealtad hacia la marca
- Facilitar las ventas

CUADRO: Costo de fabricación (1 prenda)

Tela 1 mt $ 11.650 + IVA	$ 13.500
CONFECCIÒN *	4.500
INSPECIÒN A PROCESO Y PRENDA	2.500
sub. Total	$ 20.500
+ PUBLICIDAD	500
Total	**$ 21.000**
Venta por mayor 30 %	$ 27.300

* Comprende las siguientes actividades: Se toma por prenda

- Pago de la confección	$ 2300
- Pulir prenda	$ 100
- Planchado	$ 50
- Flete	$ 1100
- Pegado Botones	$ 200
- Empaque	$ 700
- etiquetada	$ 50
otal……..	$ 4500

Cuadro Composición del precio en el jeans para dama empresa a crear.

AGENTE	PRECIOS INDIVIDUALES
MAYORISTA	$ 35.490
MINORISTA	$ 27.500
PROMOCIÓN	$ 20.700
BODEGA	$ 20.000
UNITARIO	$ 27.300

Fuente: Fachas Sport

Para la elaboración del anterior cuadro se tuvo en cuenta el valor de un jeans terminado de buena calidad para la comercialización, analizando el valor desde la

ganancia con que trabajas los almacenes 60 % para un estimado de venta al publico de $ 61.333.

2.10.1 ANALISIS DE LOS PRECIOS DE LA OFERTA

Tabla promedio y rango

Los costos de los jeans de las marcas en referencia son de fabrica, para tal efecto manejaremos precios estándar.

JEANS	OFERTA		
	BOSI	**ROSS**	**USED**
DAMA	38.000	35.000	42.000

Promedio = $ 115.000 / 3 = 38.333

$ 38.333 $\pm$ $ 7.000 = $ 31.333 ó $ 45.333

Para el análisis de lo anterior se tomó el precio de costo de fabricación de las marcas de competencia sumando los 3 precios ($32.000, $32.000 y $30.000) y se halla la media, al resultado se le resta nuevamente el mayor y el menor; Lo que nos da de esta operación se suma y se divide en dos; este resultado se toma como base para obtener el mayor o menor precio sumando o restando a la media, dando como resultado un estimado del precio que debe ponerse en el mercado para estar acorde con la competencia.

y hay diversidad de calidades, productos y precios, tal como lo muestra la siguiente operación.

DI =DP-DA entonces

DI = 51.541* 0.83 % = 428

DI = 428

Esto quiere decir que cuando un bien no es de primera necesidad y tiene sustitutos, su demanda se hace relativamente elástica, lo cual es de gran utilidad en la formulación de políticas para la fijación de precios a nivel de la empresa..

2.9 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

Debido al sistema de contrato Outsourcing o subcontratación, el producto llegara directamente a los puntos de venta desde las empresas satélites o talleres y distribuidos según las ventas relazadas por los vendedores de la empresa en proyecto, así el traslado del producto a los puntos de ventas no representan ningún tipo de cargo económico para la empresa en fletes y otros gastos.

2.10 PRECIO

La fijación de precios a un bien es importante para el beneficio de toda empresa; el proyecto pretende competir en un mercado donde hay marcas excelentes como Bosi, Ross, Used etc. con años de experiencia y establecidas en un mercado.

En el estudio de mercados, se ha analizado los precios de la competencia, como también la calidad de los jeans. La propuesta es sacar al mercado un producto con características diferenciales y propio, la fijación del precio depende de los costos de producción que se tengan, por tanto el precio se especificara en el estudio financiero. El rango de precio venta consumidor, preferido esta entre los $ 50.000 y $ 60.000 equivalente el 29 % de las encuestas y el precio de venta al por mayor de la empresa seria de $ 38.333 a este se le aumenta el porcentaje de

de mercado, observando el grafico; de que impulsa a la compra del producto, para las mujeres es más importante el color (24%) que el precio (19%), lo que nos da a entender que compran más por necesidad (28%), por lo tanto dan más valor a otros detalles más que al valor de la prenda. Se le da un valor de 4 a la calidad sobre el precio.

Calidad con respecto a la publicidad: De acuerdo al grafico que muestra las preferencias de marcas, que las personas que se encuestaron no es tan importante la publicidad (En este caso nos guiamos por las marcas más representativas del mercado), se observo que un porcentaje (38%) mínimo tienen preferencias por las marcas por lo tanto se puede realizar más publicidad y posicionar la marca nueva.

Se da un valor de 4 a la calidad sobre la publicidad.

Calidad con respecto al canal de distribución: Debido a los altos precios en la venta de jeans en nuestro departamento, la encuesta muestra como el 29 de la población prefiere trasladarse a la ciudad de Pereira y el 24% a la ciudad de Medellín lugar donde la gran mayoría de comerciantes compran los diferentes tipos de mercancía a bajos costos y las venden hasta por el doble del valor real. Se da un valor de 4 a la calidad sobre la distribución.

Calidad con respecto a la tecnología: Si existe un buen nivel tecnológico, y excelente calidad ambos son aspectos importantes para el sostenimiento de la empresa por lo tanto se le da valor de 4 a la calidad y nivel tecnológico.

2.8 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Los estudios realizados arrojaron como resultado que el 83% de la población elegida en la muestra, comprar la prendas jean en otras ciudades, lo mismo sucede con las tiendas de ropa por consiguiente esta población se encuentra insatisfecha ya que consideran que los jeans son más favorables en otras partes

2.7.3 Proyección de la oferta.

Para analizar la oferta en cuanto a la proyección se toman factores tan importantes, observados en el estudio de la demanda que igualmente se pueden comparar con la competencia y realizarse un estudio minucioso para afirmar la viabilidad del proyecto. Dentro de estos factores encontramos: La Calidad, el precio, la publicidad, canales de distribución y el nivel de tecnología.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO.

Empresa / Factor	Ponderado Empresarial	Bosi		Ross		Used	
		Clasificac.	Res. Pond.	Clasificac.	Res. Pond.	Clasificac.	Res. Pond.
CALIDAD	0,4	4	1,6	4	1.6	4	1,6
PRECIO	0,2	3	0,6	3	0.6	2	0,4
PUBLICIDAD	0,1	2	0,2	2	0.2	2	0,2
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	0,3	2	0,6	4	1.2	2	0.6
NIVEL TECNOLOGICO	0,4	4	1,6	4	1.6	4	1,6
TOTAL			**4,6**		**5.2**		**4,4**

Fuente: Autoras

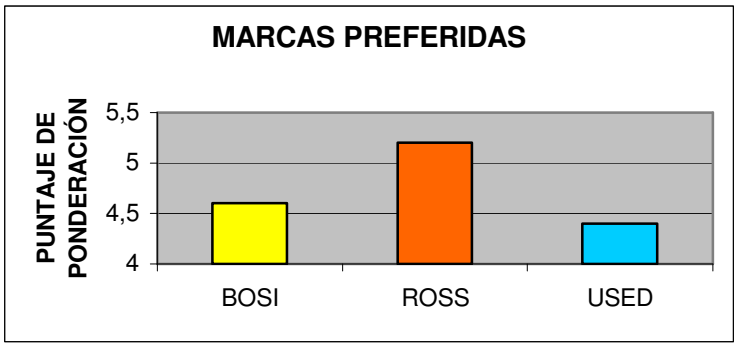
Asignación Numérica al Factor clave del éxito:

Debilidad 1

Mínima Debilidad 2

Mínima Fortaleza 3

Fortaleza 4



Fuente: Autoras

Calidad con respecto al precio: Los resultados arrojados por la investigación

Según el estudio realizado a través de las encuestas, se observa que la población atendida por cada una de las marcas que son las más competitivas y representativas del mercado corresponde a:

BOSI	31 %
ROSS	44 %
USED	20 %
PIGMENTO	6 %

Según el estudio realizado a través de las encuestas, se observa que la población atendida por cada una de las marcas que son las más competitivas y representativas del mercado corresponde a:

BOSI	31 %
ROSS	44 %
USED	20 %
PIGMENTO	6 %

Lo que corresponde al 100% de la población que se encuesto (Grafica7), cuando se les pregunto si tenían marca preferida (Grafica 6) el 62 % respondió que no, convirtiéndose en demanda insatisfecha y clientes potenciales para la nueva empresa.

2.7.2 Grado de la competencia.

La demanda del producto es alta a nivel de la región, puesto que el jeans es una prenda de uso diario, informal y para toda ocasión; a demás se ha ido imponiendo cada día entre los jóvenes y adultos, se sostiene la moda y aunque sus precios son relativamente altos se espera que con la empresa esto se reduzca y faciliten su adquisición. Es también de alta durabilidad y resistencia por ello, se espera que la demanda del producto a nivel local y regional esté entre aceptable y buena.

2.7 ANÁLISIS DE LAS INFORMACIÓN DE LA OFERTA.

2.7.1 Situación actual de la competencia

CUADRO COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

EMPRESA / FACTOR	BOSI	ROSS	USED	PIGMENTO
CALIDAD	Telas: Lycra Cross, Oporto Lycra, Twill Elástico y Lycra Caribe. Utilizan telas importadas de Fines Italian Fabrics (Italia), Auki (Japonesa), Weatherproof (Korea). Son de excelente calidad y acabado, los hilos son nacionales de Koats Cadena.	Telas: Lycra Cross, Oporto Lycra, Twill Elástico, Lycra Caribe y Índigo. En mayor porción utilizan telas importadas de: Cotoficio (Italia), Vitalie Barbeis, Auki (Japonesa) entre otras. Se caracteriza por sus diseños exclusivos y creatividad, alto control de calidad.	Telas: Lycra Cross, Oporto Lycra, Twill Elástico, Lycra Caribe. Utilizan telas importadas de Fines Italian Fabrics (Italia), Auki (Japonesa), Venezuela y en algunas ocasiones telas Nacionales. Son de excelente calidad y acabado, los hilos son también importados.	Telas: Lycra Cross, Oporto Lycra, Twill Elástico, Lycra Caribe. Utilizan telas importadas de Fines Italian Fabrics (Italia), Auki (Japonesa), Venezuela y en algunas ocasiones telas Nacionales. Son de excelente calidad y acabado, los hilos son también importados.
PRECIO	Entre $ 85.000 hasta $ 98.000	Entre $ 90.000 hasta $ 110.000	Entre $ 85.000 hasta $ 96.000	Entre $ 70.000 hasta $ 90.000
PUBLICIDAD	Folletos en el almacenes exclusivos, bolsas con logotipo, llaveros.	Catálogos, cuñas, revistas, bolsas, llaveros. Venta en Boutiques exclusivas.	Folletos, catálogos, puntos de ventas exclusivos, bolsas.	Cuñas radiales, folletos, vendedores con catálogos, puntos exclusivos.
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	Comercializan con tiendas exclusivas.	Almacenes exclusivos	Almacenes exclusivos	Distribuidores autorizados.
MERCADO O PLAZA	Fábrica en Medellín. Distribuido por almacenes exclusivos en varios puntos del país y exportaciones	Fabrica en Medellín, dos quebradas, y exportaciones a Venezuela, Panamá entre otros. Distribuye a almacenes exclusivos.	Fabricas en Medellín. Distribuido a almacenes exclusivos.	Fabricas en Medellín. Distribuidos a almacenes exclusivos.
NIVEL TECNOLOGICO	Maquinaria importada y diseños computarizados.	Maquinaria importada y diseños computarizados	Maquinaria importada y diseños computarizados	Maquinaria importada y diseños computarizados
FORTALEZAS	Posición del producto, cobertura y calidad	Posición del producto, cobertura, puntos de venta y calidad	Posición del producto, cobertura y calidad	Posición del producto, cobertura y calidad
DEBILIDADES	Falta de fabricas y almacenes en el departamento del Quindío, alto precio.	Falta de fabricas y almacenes en el departamento del Quindío. Alto precio.	Falta de fabricas y almacenes en el departamento del Quindío. Alto precio.	Falta de fabricas y almacenes en el departamento del Quindío. Alto precio.

han incluido dentro de sus colecciones prendas realizadas en índigo, la tela con que se confeccionan los jeans.

2.6.1.2 Proyección de la demanda.

Se halla el índice poblacional en la población femenina en edades de 12 a 45 de los estratos 3, 4 y 5 de La Tebaida Quindío año 2003[9], (763o).

Año 2003 ⟶ 7630 * 1.76 % = 7764

Año 2004 ⟶ 7764 * 1.68 % = 7894

Año 2005 ⟶ 7894 * 1.58 % = 8019

Año 2006 ⟶ 8019 * 1.46 % = 8136

Año 2007 ⟶ 8136 * 1.32 % = 8243

	Incremento población	Demanda población Mujeres	Unidades/Año demandadas	Cantidades demandadas por año	% Incremento en cant. Demandadas
Año 1	1,76	7.630	-	51.541	
Año 2	1,68	7.758	128	51.669	0,2%
Año 3	1,58	7.881	123	51.792	0,2%
Año 4	1,46	7.996	115	51.907	0,2%
Año 5	1,32	8.101	106	52.012	0,2%

Fuente: Autoras

[9] Planeación Municipal La Tebaida, 2003.

2.6.1.1 Evolución histórica de la demanda producto/servicio.

El nombre, Jean, viene de la palabra Génova, y es que de allí era traída la tela, una dura y resistente loneta de color marrón con la que se confeccionaron los primeros pantalones. Anchos y con tirantes, fueron un gran éxito de venta y afianzaron la empresa de Levi. Solo faltaba un detalle y este le fue aconsejado por un sastre de Carson City: remaches en los puntos de tensión. Con esto nació el Jean que conocemos hoy día.

En los años ochenta el jeans sufrió más de un traspié ya que la tendencia era un look más nítido. Se ensayaba con nuevas telas y en general el jeans fue execrado de muchos closet. Las ventas bajaron preocupantemente y las estrategias de mercadeo se hicieron sentir. Salieron al mercado numerosas formas de acabado como el nevado y el lavado químico que le confirieron un nuevo estilo y las ventas repuntaron de nuevo para respiro de los industriales del sector.

La idea de desteñir los pantalones surgió para salvar una producción de una gran cantidad de Denim que había resultado dañado por causa de una inundación, Se les ocurrió aplicarle un bajo de lejía y reaprovechar el material. Resultado, Pantalones azules claro. La industria textil en Colombia ha sido factor determinante del desarrollo industrial del país. Ella ha construido una compleja y diversa cadena productiva, generando una importante contribución al crecimiento económico, a las exportaciones y al empleo durante más de 80 años.

El Jean[8] es la prenda democrática por excelencia. La han llevado desde las grandes estrellas de cine hasta el más sencillo de los mortales.

Desde su creación han pasado ya 125 años, y de ser una prenda de trabajo ha pasado a ser el estándar de la moda, e incluso casi todos los grandes diseñadores

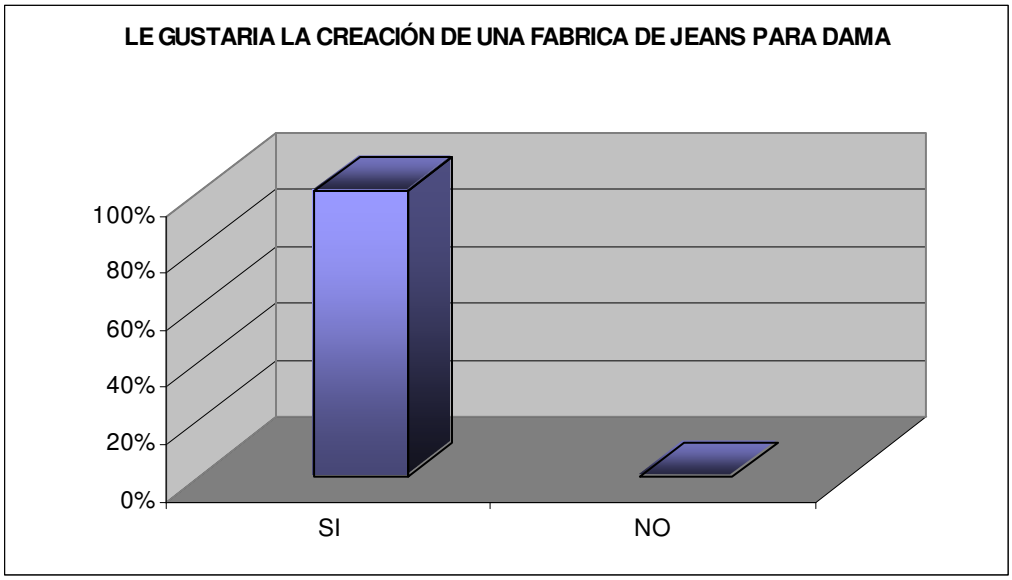
[8] Magazín revista moda Wab-com.archivo (historia del jean)

¿Compra de una fabrica de jeans para dama ubicada en La Tebaida?.

Tabla 11

FABRICA QUINDIANA	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
SI	147	100%
NO	0	0%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 11



Fuente: Encuesta

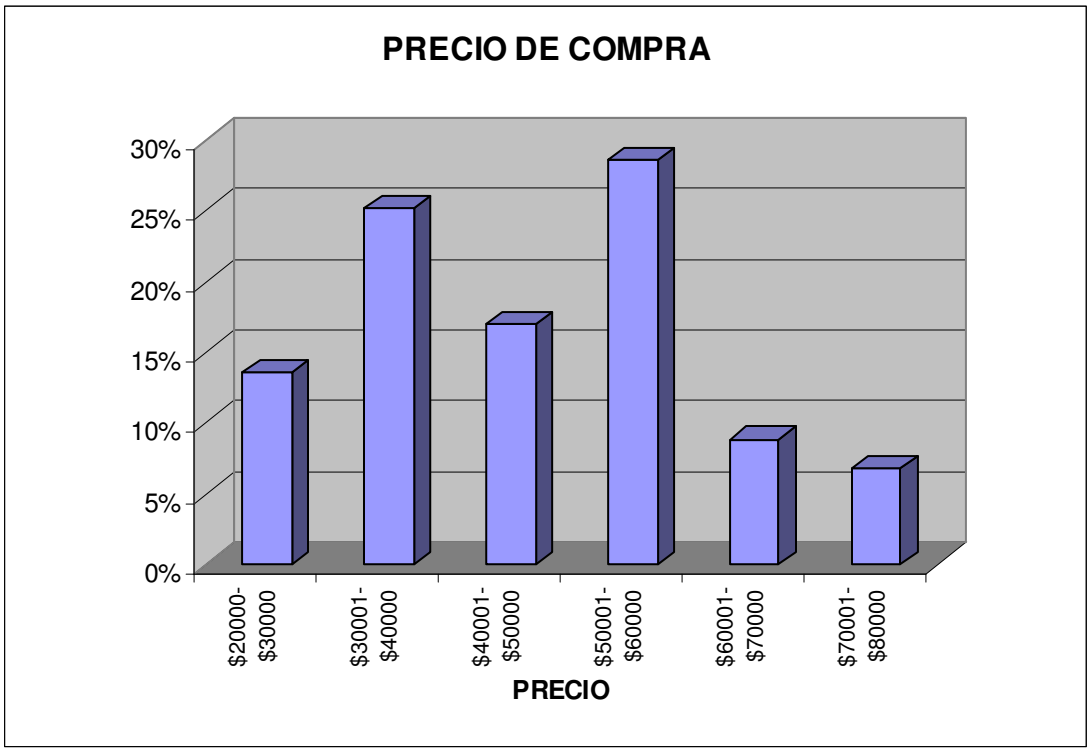
El total de la población femenina de las encuestas están de acuerdo con la creación de una empresa de jeans exclusiva para damas, porque genera empleo, por costos y por regionalismo.

Valor que pagaría por un jeans.

Tabla 10

PRECIO	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
$20000-$30000	20	14%
$30001-$40000	37	25%
$40001-$50000	25	17%
$50001-$60000	42	29%
$60001-$70000	13	9%
$70001-$80000	10	7%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 10



Fuente: Encuesta

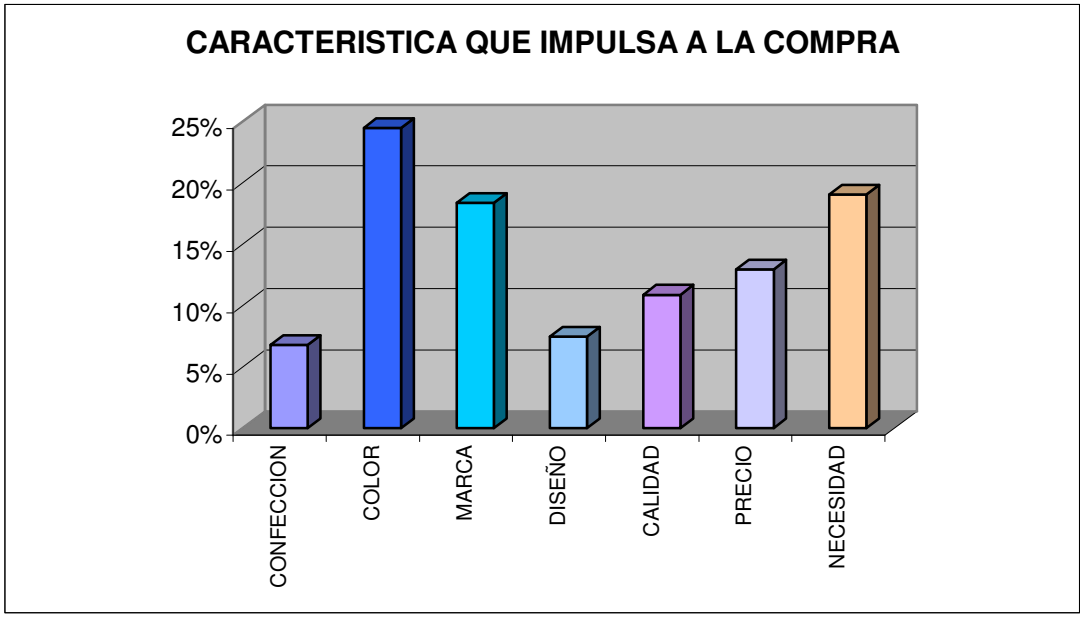
En cuanto a valor para la compra de jeans, el 29% invierten entre $ 50.000 y $ 60.000, por ser un valor cómodo para su bolsillo y se adquieren jeans de buena calidad y durabilidad.

Características que impulsan a la compra.

Tabla 9

CARACTERISTICAS	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
CONFECCION	10	7%
COLOR	36	24%
MARCA	27	18%
DISEÑO	11	7%
CALIDAD	16	11%
PRECIO	19	13%
NECESIDAD	28	19%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 9



Fuente: Encuesta

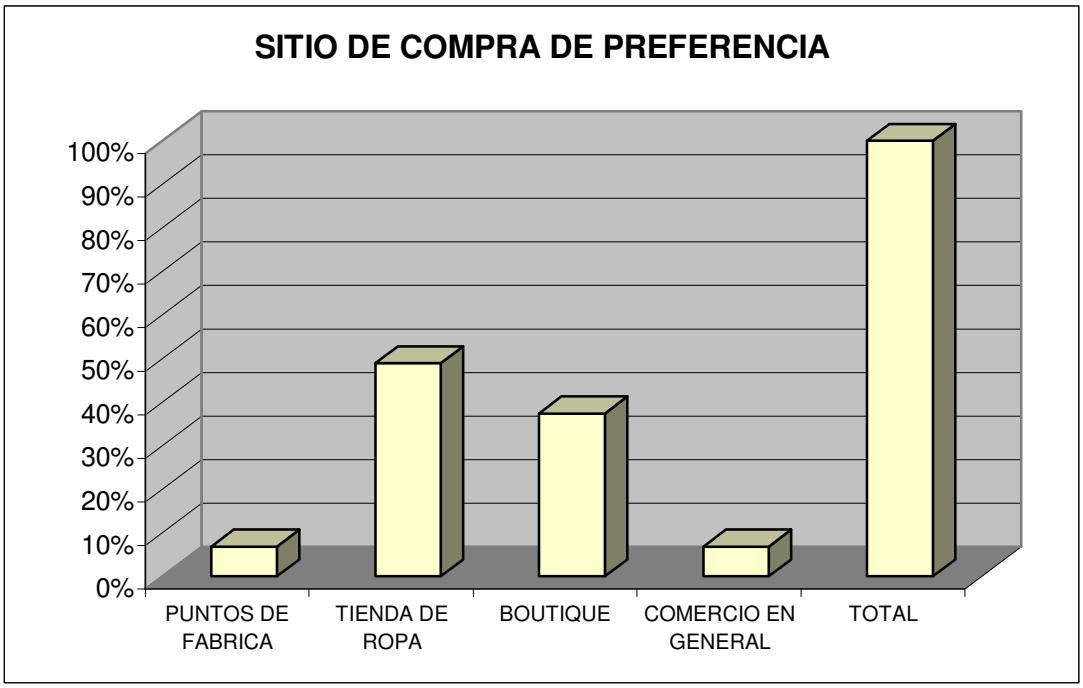
Aunque el color y la necesidad son las dos características que más impulsan a comprar jeans según los encuestados, se debe incluir todo los anteriores factores dentro del rango de prioridad para la empresa, ya que cada uno de ellos (Confección, marca, diseño, calidad y precio), dan clase y distinción al producto.

Lugar preferido de compra.

Tabla 8

LUGAR COMPRA	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
PUNTOS DE FABRICA	10	7%
TIENDA DE ROPA	72	49%
BOUTIQUE	55	37%
COMERCIO EN GENERAL	10	7%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 8



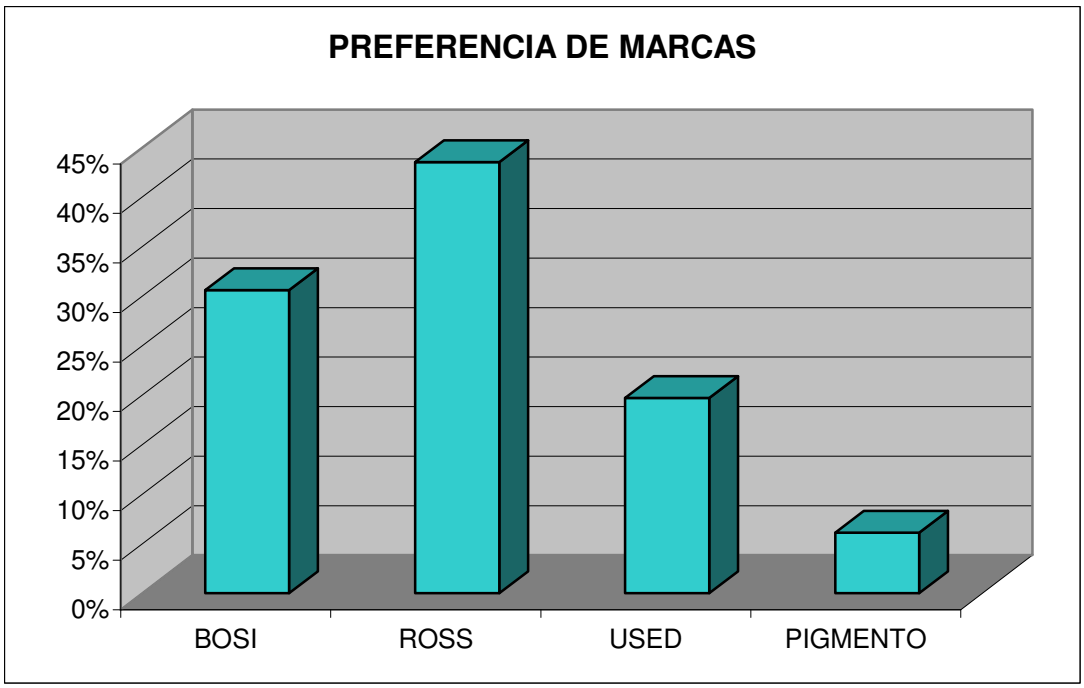
Fuente: Encuesta

De acuerdo a lo anterior se puede observar la preferencia por comprar en Tiendas de Ropa un porcentaje del 49% y Boutiques 55% , por exclusividad, comodidad, calidad, empaques, promociones y precios.

Tabla 7

MARCAS	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
BOSI	45	31%
ROSS	64	44%
USED	29	20%
PIGMENTO	9	6%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 7



Fuente: Encuesta

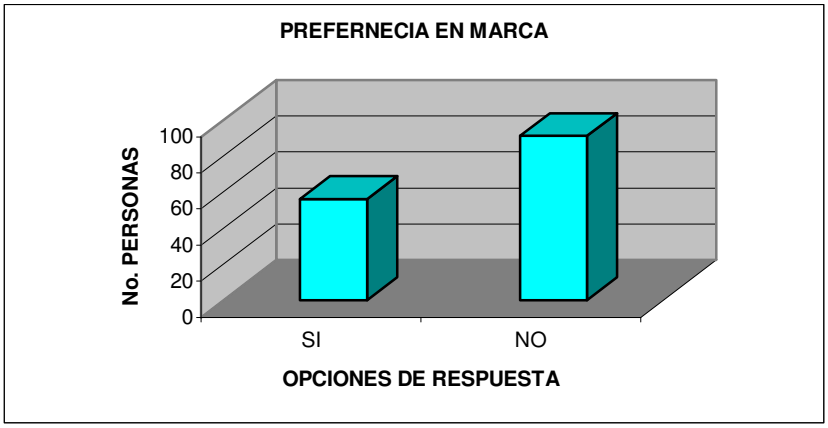
El 44% sin embargo preferencia por la marca Ross por calidad, comodidad y acabado. El rango mínimo obtenido es de 1027 jeans y el rango máximo de 1459 jeans, en la grafica 6 se pudo observar que el 38% no dio importancia a la marca pero aun así entre las dadas como referencia la Ross obtuvo el mayor porcentaje.

Preferencia en marcas.

Tabla 6

PREFERENCIA EN MARCA	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
SI	56	38%
NO	91	62%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 6



Fuente: Encuesta

Esta grafica nos muestra que el 62% no tiene preferencia por algún tipo de marca en jeans de las muchas que existen en el mercado y por lo contrario el 38% prefieren marcas reconocidas por calidad y durabilidad, la nueva empresa puede aprovechar la circunstancia para ampliar el mercado posicionando una nueva marca con calidad.

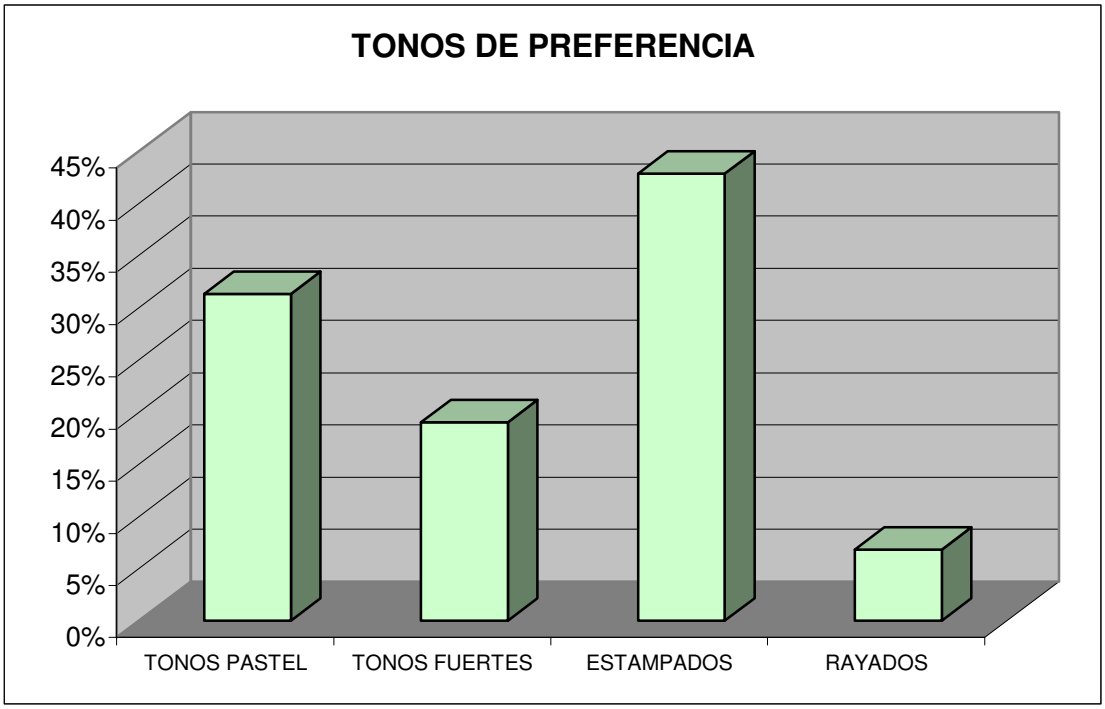
Las marcas de referencia puestas a consideración en la encuesta se tomaron por ser las mas significativas en el mercado y de mayor calidad para obtener una información más acertada de la competencia.

Tonos de preferencia a la hora de comprar.

Tabla 5

COLOR	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
TONOS PASTEL	46	31%
TONOS FUERTES	28	19%
ESTAMPADOS	63	43%
RAYADOS	10	7%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 5



Fuente: Encuesta

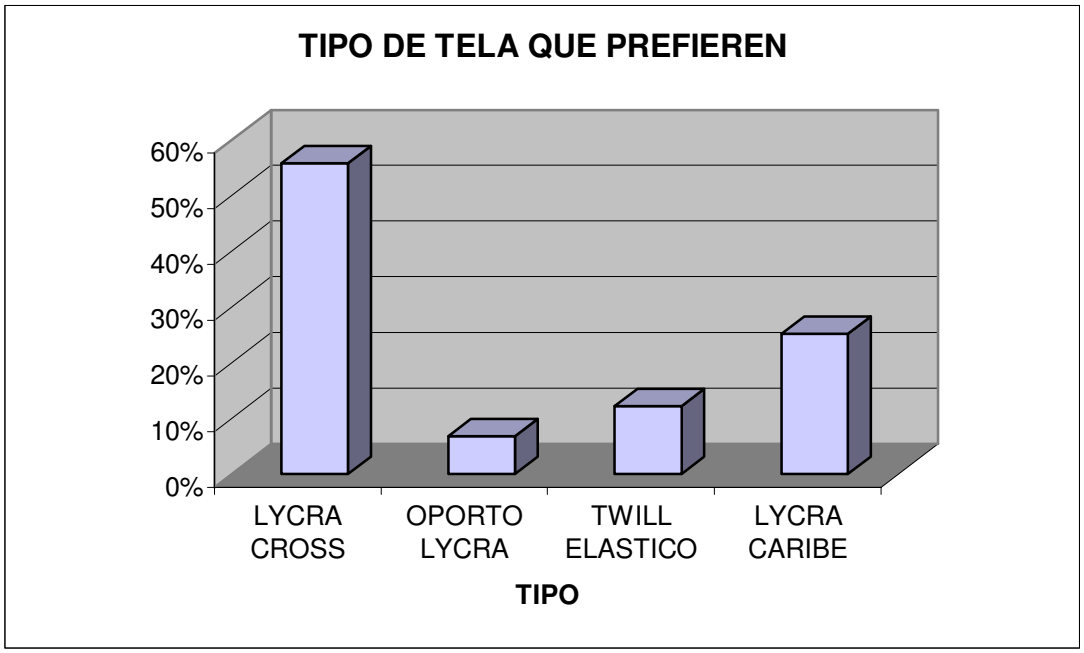
Se observa mayor preferencia en los jeans estampados con un 43% y tonos pastel de 31% para un rango mínimo de 1657 jeans y máximo de 2353, sin embargo los jeans rallados no son muy llamativos pues son más difíciles de combinan con otras prendas y menos serios para llevar a algunos eventos.

Variedad de telas preferidas.

Tabla 4

TIPO TELA	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
LYCRA CROSS	82	56%
OPORTO LYCRA	10	7%
TWILL ELASTICO	18	12%
LYCRA CARIBE	37	25%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 4



Fuente: Encuesta

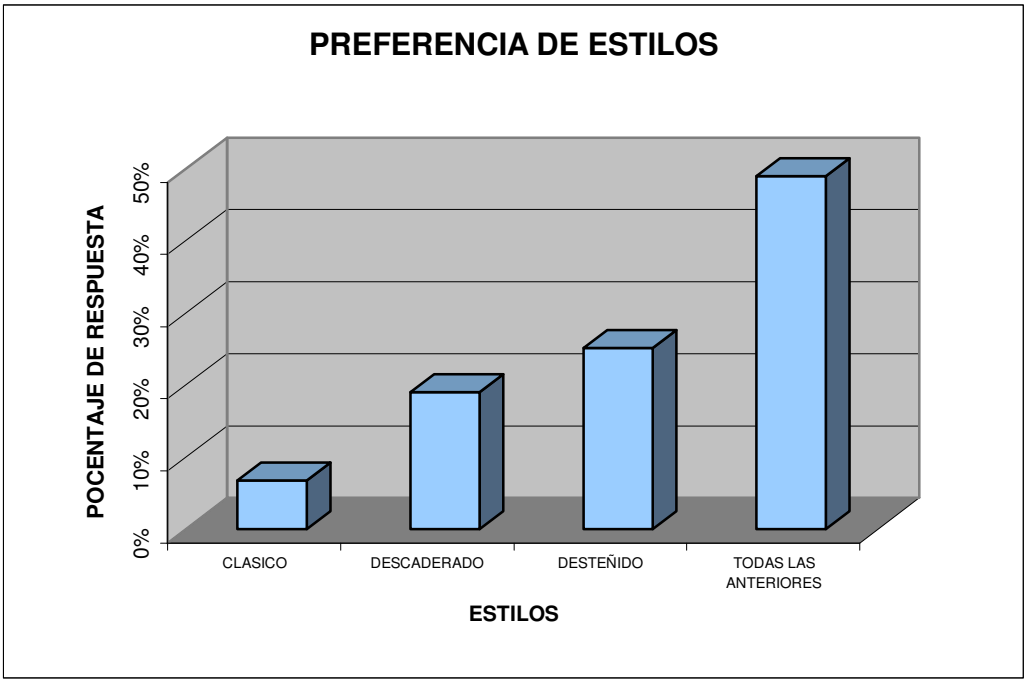
Se observa que el 56% prefieren Lycra Cross, que es más cómodo y se adapta a la contextura de la mujer con mayor flexibilidad, permitiendo mayor movilidad y elasticidad en los movimientos.

Estilos de diseños que más adquiere.

Tabla 3

ESTILO	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
CLASICO	10	7%
DESCADERADO	28	19%
DESTEÑIDO	37	25%
TODAS LAS ANTERIORES	72	49%
TOTAL	**147**	**100%**

Grafica 3



Fuente: Encuesta

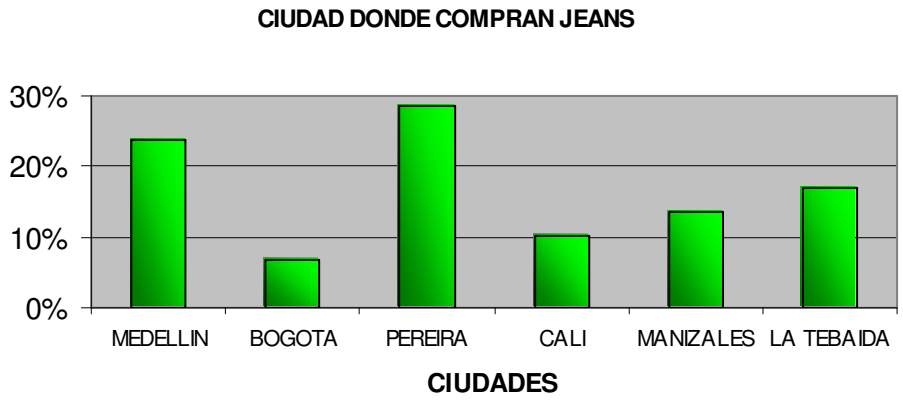
Al tomar estas cifras y aplicarle el porcentaje total en estilos que prefieren comparar 44% corresponde al descaderado y desteñido para un rango mínimo de 2814 y 3855 rango máximo; sin embargo cabe anotar que el 49% solo compran por impulso más que por moda ya que no dan mayor importancia al estilo.

Ciudad o departamento donde los adquiere.

Tabla 2

CIUDAD	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
MEDELLIN	35	24%
BOGOTA	10	7%
PEREIRA	42	29%
CALI	15	10%
MANIZALES	20	14%
LA TEBAIDA	25	17%
TOTAL	**147**	**100%**

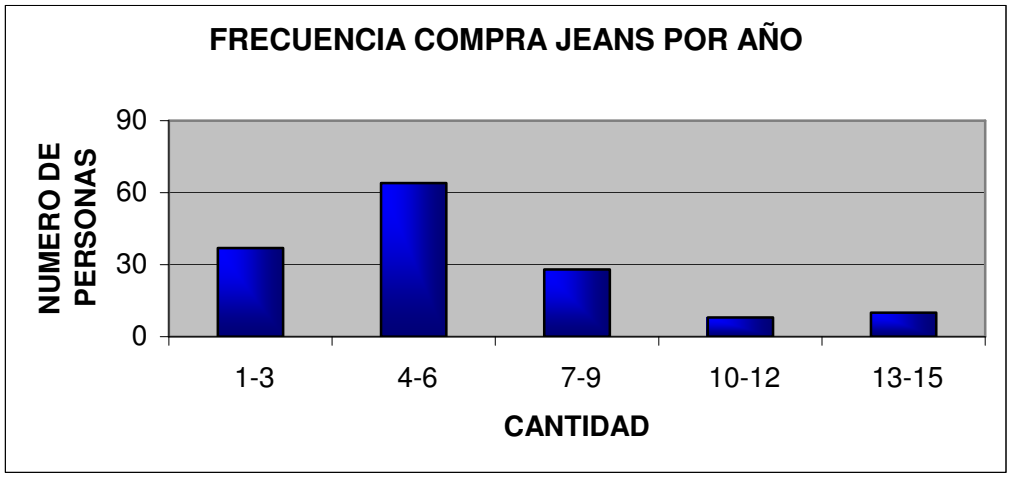
Grafica 2



Fuente: Encuesta

Aplicando Las cifras anteriores el porcentaje total de consumidoras en La Tebaida corresponde al 17%, una cifra equivalente de 6168 para el rango mínimo y de 8762 para el rango máximo, sin embargo el 53% se traslada entre las ciudades de Pereira y Medellín por economía ya sea para uso propio o para ventas.

Grafica 1



Fuente: Encuesta

RANGO MINIMO Y MAXIMO VENTA DE JEANS DAMA

X_1	X_2	Y	X_1 * Y	X_2 * Y
1	3	1.920	1.920	5.761
4	6	3.322	13.288	19.931
7	9	1.453	10.173	13.080
10	12	415	4.152	4.983
13	15	519	6.748	7.786
			36.281	**51.541**

Fuente: Encuesta

Como se puede observar en la grafica, el mínimo de jeans que se venderían al año sería de 36.281 y el máximo 51.541, el cual es bastante bueno si tenemos en cuenta que el promedio ventas en el departamento es de 45.000 año, y otros aspectos que hacen el mercado más reducido como son los gustos, diseños, marca, colores entre otros muchos.

Entonces

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = \frac{150}{1 + \frac{150}{7630}} = \frac{150}{1.01965} = 147 \text{ Encuestas}$$

*Se trabajo con un error admisible del 8 % ya que reducía más la cantidad de encuestados y por lo tanto se economizaba más en tiempo y dinero
.

2.6 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

2.6.1 Análisis de la Información de la demanda

Se analizaron cada uno de los factores en los aspectos económico, productivo y social; partiendo del estudio de mercado y con la obtención de los datos, se arroja los resultados de las encuestas y de la correspondiente tabulación de la siguiente forma:

Frecuencia de compra en un año.

Tabla 1

CANTIDAD	No. PERSONAS	% DE RESPUESTA
1-3	37	25%
4-6	64	44%
7-9	28	19%
10-12	8	5%
13-15	10	7%
TOTAL	**147**	**100%**

- Símbolos:

E = Error admisible 8 % *

Z = Nivel de confianza 95 % z = 1.96 en la tabla.

wn = % de mujeres en cada estrato

ni = Población de mujeres en cada estrato.

N = Población total.

Pn = Probabilidad de éxito 0.50

Qn = Probabilidad de fracaso 0.50

$$n_0 = \frac{\sum W\, n^p\, n^Q n}{\left[\frac{E}{Z}\right]^2} \quad => \text{donde} \quad n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$W_n = \frac{n_i}{N}$$

n_i → Población de cada estrato

N → Población total

$$n_0 = \left[\frac{3162}{7630} * 0.25 + \frac{2631}{7630} * 0.25 + \frac{1837}{7630} * 0.25\right]$$

$$n_0 = 0.10630 + 0.08620 + 0.06019 = 0.24999$$

$$\frac{0.24999}{\left[\frac{0.08}{1.96}\right]^2} = \frac{0.24999}{(0.04081)^2} = \frac{0.24999}{0.00127} = 150$$

2.5.4 Definición de Población.

La investigación tiene por objetivo lanzar al mercado línea de jeans para dama de alta costura, confeccionados por talleres satélites ubicados en el departamento, con un estilo clase y diseño propio; encaminados a satisfacer las necesidades del mercado objetivo, la ubicación de la empresa será en el Municipio de La Tebaida, que cuenta con una población femenina de 13.650[7], se toma los estratos 3, 4 y 5 representadas en un porcentaje del 44.10 % los cuales son 7.630, en edades de 12 a 45 y como unidad de muestreo una mujer de cada estrato; tales como mujeres ejecutivas, secretarias, empleadas de oficina, estudiantes y mujeres que en general se distinguen por su bien vestir. Y la posibilidad de extender el mercado a todo el eje cafetero, norte del valle etc.
El desarrollo de este proceso comprende un período desde el 01 hasta 30 de septiembre del 2003.

Marco Muestral.

Por medio de consulta al departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, se obtuvo la cifra correspondiente al número de habitantes del departamento del Quindío; el Departamento de Planeación Municipal de La Tebaida suministro la información de la población total de mujeres, y la población por estratos cifras obtenidas a través de censo.

2.5.5 Cálculo muestra n.

La Fórmula Utilizada del Muestreo aleatorio es la siguiente:

[7] Oficina de Planeación Municipal La Tebaida, 2003.

2.5.2 Sistema de Recolección de Información.

La recolección de la información se hará por medio de la entrevista personal, ya que permite mayor obtención de información y mejor desarrollo del proyecto.
Así mismo se efectuaron consultas con expertos en el ramo de la confección de jeans, quien en la actualidad cuentan con empresas similares.

2.5.2.1 Fuentes Primarias.

Serán las mujeres definidas en la población objetivo a quienes se indagaran por sus gustos y preferencias por medio de una encuesta. **(Anexo 1 Formato Encuesta)**

2.5.2.2 Fuente Secundaria.

Revisiones bibliograficas de informes emitidos por entidades tales como el DANE, Cámara de Comercio, ANDI, ACOPI, Redesarrolló, Planeación Nacional y Cidetexco entre otras, las cuales nos brindara información sobre el consumidor (mayorista y Minoristas), la economía, situación del sector de la confección y evaluación de los medios publicitarios. Así mismo la consulta de algunos sitios Web tales como fabricajeans.com, textil-confeccion.com.co, sistemas de orientación tecnológica, protocolo.com, historia y origen del jeans etc., y catálogos expomoda agosto 2003.

2.5.3 Proceso de Muestreo.

Es un proceso de muestreo cuantitativo estratificado ya que se analiza la población de mujeres de los estratos 3, 4 y 5 del municipio de La Tebaida departamento del Quindío, con edades que oscilen entre los 12 y los 45 años.

2.4 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.

2.4.1 Mercado Potencial de jeans para dama.

Todas la mujeres del eje cafetero (Quindío, Caldas y Risaralda), norte del valle (Caicedonia, Sevilla, Zarzal, Cartago, Roldadillo), Cajamarca, Ibagué y parte del Tolima.

2.4.2 Mercado Objetivo.

Las mujeres de los estratos 3, 4 y 5 que se encuentren en edades de los 12 a 45 del municipio de La Tebaida.

2.4.2.1 Características.

- Mujeres preferiblemente entre los 12 y 45 años.
- Que les guste estar cómodas pero elegantes.
- Ropa casual para lucir bien en cualquier tipo de actividad como el trabajo, la universidad, reuniones etc.
- Diversidad de estilos y colores.
- Que les guste la calidad y comodidad.
- Diversidad de precios.

2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

2.5.1 Tipo de Investigación.

Para el análisis del mercado se hará un estudio concluyente, ya que se efectúa mediante un formulario u encuesta para tomar decisiones sobre gustos, que en materia del vestir tiene la población definida.

2.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

2.3.1. Uso y especificaciones del Producto.

El producto a crear es prenda de vestir, bien de consumo final perecedero, de uso exclusivo para damas, se diseñaran en tela índigo en diversos calibres y colores, con el fin de dar respuesta a las expectativas que en materia de vestido casual tengan las consumidoras.

2.3.2 Producto principal.

Jean de diversas tallas en tela índigo de color azul con remaches metálicos en los bolsillos o puntos de tensión y costuras con apliques de colores diferentes a la tela conforme a las tendencias de la moda.

2.3.3 Producto Complementario.

Jeans en telas Lycra y desteñidas en diversos colores, se usaran grabados, bordados y pinturas para decoración.

2.3.4 Productos Sustitutos.

Toda la gama de Jeans pantalones, bases que se fabrican en el mercado tales como Bosi, Ross, Used, Pigmento etc.

2.3.5 Atributos diferenciales del producto.

Prendas elaboradas con diseños exclusivos sobre moldes para mejoramiento del acabado, con telas importadas, apliques y diversidad de modelos pero teniendo siempre en cuanta la anatomía de la mujer haciéndola resaltar y lucir más atractiva

De esta manera se plantea la posibilidad de auscultar el mercado local ubicado en la zona de La Tebaida a fin de comprobar la factibilidad comercial de crear una unidad de negocio especializada en la confección y comercialización de jeans para dama.

2.2 OBJETIVOS.

2.2.1 **General**.

- Lograr producir un incremento el 20 % en volumen de ventas del producto jeans, a nivel departamental.

2.2.2 **Específicos**.

- Definir las características del Jean conforme a la tendencia de la moda.
- Determinar el mercado objetivo y potencial, para volumen de ventas futuras por un periodo determinado de un año.
- Establecer la demanda insatisfecha existente para el jeans de dama.
- Estimar los rangos de precios para los jeans de dama.
- Definir los canales y estrategias de comercialización para el producto.
- Reacción de la empresa ante una variación de precio por parte de la competencia

2. ESTUDIO DE MERCADOS.

2. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La comercialización constituye el último paso en la cadena post-productiva de cualquier producto en su camino hacia el consumidor final.

El mercadeo en el campo de la confección se ha distinguido por la poca gestión en la gran mayoría de confeccionistas, una empresa de confecciones debe planearse, establecerse y administrarse para lograr un producto específico para un mercado meta y en tiempo determinado.

En Colombia los pequeños empresarios carecen del sentido de la asociactividad, dispersan sus esfuerzos en aras a competir entre ellos, a veces de forma desleal haciendo que los precios de sus productos bajen con lo cual la rentabilidad se reduce lo que genera iliquidez que aunado a otros factores de índole financiero pueden llevar a la quiebra a las empresas.

Por lo tanto, una adecuada gestión comercial exige conocimientos claros de qué tipo de prendas, diseños, colores y texturas prefiere el cliente, cuáles son las época de demanda y los precios, cuál es el comportamiento de la oferta de otros productos competidores como prendas masculinas, femeninas y para niños diferente al Jean; quienes son los posibles compradores y sus características, precios que ofrecen, condiciones de calidad etc. De manera que haya una forma adecuada de planear la confección tanto en su proceso productivo como en comercialización.

contribución al crecimiento económico y empleo durante muchos años.

En el departamento del Quindío, los procesos de confecciones de jeans para dama, vivencian en el tiempo y la historia, procesos que demarcan el crecimiento técnico, tecnológico y demográfico, por cuanto la respuesta a la demanda no ha sido correlativa en la oferta. En 1973 cuando los 200 establecimientos industriales del Quindío[6] solo representaban el 0.6 % de la capacidad industrial del país, se creo la FDIA (Fundación para el desarrollo industrial y agrícola del Quindío), para iniciar en forma seria y ordenada un nuevo proceso de industrialización.

[6] Evaluación de la empresa en la región (Eje Cafetero) Ever Tabarez

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

Con ocasión de la creación del departamento del Quindío[4], en julio de 1966, las entidades oficiales y de fomento emprendieron una campaña de industrialización de la región. Se inicio un proceso para crear las condiciones técnicas y financieras adecuadas y la vigorización de programa de capacitación y asistencia por parte del SENA, como también el funcionamiento de actividades crediticias como las corporaciones financieras popular y de occidente.

La Globalización que es un fenómeno reciente donde los países desarrollados y subdesarrollados, con recursos o sin ellos, ya no tiene otra salida que globalizarse, el problema de la misma es que la producción se realiza en el lugar que ofrezca más ventajas competitivas, las empresas no tienen necesariamente un país de origen, en fin, trae consecuencia y el Quindío infortunadamente sigue dependiendo casi exclusivamente del sector primario de la economía, por eso debe jugarle a otros sectores económicos diferentes al café, buscando el incremento de las exportaciones no tradicionales en el mediano y largo plazo.

La industria textil en Colombia ha sido factor determinante del desarrollo industrial del país[5]. Ella ha construido una compleja y diversa cadena productiva, generando una importante contribución al crecimiento económico, a las exportaciones y al empleo durante más de 80 años, ella a construido una compleja y diversa cadena productiva, generando una importante

[4] Evaluación de la empresa en la región (Eje Cafetero) Ever Tabarez
[5] Cámara de Comercio Armenia, 2003.

OBJETIVOS

Objetivo general

Llevar a cabo los estudios de factibilidad para la creación de una empresa de confecciones de jeans para dama en el municipio de La Tebaida (Q).

Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado que permita determinar la factibilidad comercial del proyecto.
- Llevar a cabo el estudio técnico y de localización del proyecto.
- Realizar el estudio administrativo y legal de la unidad productiva más adecuada al proyecto.
- Desarrollar el estudio financiero del proyecto.
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo industrial, en el departamento del Quindío, no es lo suficientemente amplio y funcional para satisfacer la demanda de la región, en cuanto a cantidad y calidad por lo que los habitantes tienen que desplazarse a ciudades vecinas para adquirir sus productos textiles, contribuyendo así a la fuga de capitales y al estancamiento del comercio y la industria de la región.

Las fabricas de ropa femenina, en el departamento, son relativamente pocas y su oferta también es reducida, y explica el proceso de desarrollo que aun tiene el sector secundario, que de alguna manera también contribuye a hacer funcional el sector terciario de la economía.

Es importante plantear alternativas hacia unos objetivos sólidos que impidan acciones negativas para la microempresa y que repercuten directamente en la funcionalidad y eficacia de la misma.

El presente trabajo será de gran utilidad para el departamento, ya que no solo generaría empleos directos e indirectos, si no recursos económicos y mejor calidad y competitividad del producto.

El proyecto tiene gran importancia para nosotras porque aprovecharíamos los conocimientos adquiridos durante la carrera, para la región porque contribuirá a reactivar la economía, para los talleres genera empleo y para los consumidores finales mejores preciso con calidad.

Por lo anterior surge la necesidad de elaborar un proyecto que muestre la factibilidad de crear una empresa de confecciones de jeans en el Municipio de La Tebaida, Departamento del Quindío para ofrecerles a todos los consumidores beneficios y a la región le generaría empleo indirectos y más impuestos para su mejoramiento.

Desde el punto de vista comercial, técnico, organizacional y financiero crear una empresa especializada en la confección de jeans para dama en la región de la Tebaida; permite generar ingresos económicos para la región, empleo, compra de insumos, calidad a precios más bajos y aprovechamiento de la posición económica actual de la región.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el departamento del Quindío, la confección y explotación de prendas de vestir, se realiza sin identificar las oportunidades del mercado, antes de planificar la producción; en la comercialización del jeans se presentarán problemas porque los intermediarios incrementan los costos para los consumidores, y también por ingreso de estas prendas de contrabando de otros países como el caso del jeans americano, que aunque son confeccionados en países subdesarrollados como el nuestro en la mayoría de casos, las marquillas son extranjeras llegando a duplicar su precio**,** y la falta de sentido de pertenencia de los consumidores, contribuyen a afectando el gremio de la zona.

Sin embargo, este producto es un renglón de alta significación productiva para el mercado nacional, porque le brinda no sólo al Departamento sino a la Nación, posibilidades de crecimiento económico tanto por la rentabilidad del producto como por los índices de oferta de ocupación mano de obra calificada y no calificada.

El sistema de confección: Se refiere a los contratos de Ourtsourcing realizados con talleres satélite, por cuanto la empresa solo se encargará de diseñar las prendas, y los talleres realizarán la confección de los jeans, ahorrándose así gastos mayores en maquinaria, mano de obra, arrendamientos, prestaciones sociales etc., pero a la vez genera empleos indirectos.

El sistema de precios: Así mismo, el precio que se asigna al producto para el consumidor final será muchos más bajo, solo variará en la calidad de las telas y estilo del mismo.

INTRODUCCIÓN

La confección de jeans para dama y en general, en el Departamento del Quindío, es importante en la medida que transcurre el tiempo, y por consiguiente su comercialización se especializa e incluso, es un productor que a aumentado su producción en los últimos años, no solo por sus diferentes estilos y colores, sino también su mercadeo de acuerdo con sus expectativas económicas.

Y es que estos siempre estarán determinadas por la búsqueda del crecimiento y la rentabilidad en procesos productivos que posicionen las fabricas dentro del campo de la calidad y la competitividad, mucho más hoy, que las circunstancias de la oferta y la demanda, se encuentran afectadas por las directrices gubernamentales, económicas y políticas, no sólo dentro del campo nacional, sino también internacional y sus lineamientos de alianzas estratégicas para lograr mercados significativos que garanticen la permanencia de la microempresa en el campo de la economía.

De tal forma que la creación de una empresa productora de jeans para dama cobra vigencia, en la medida que aprovecha las oportunidades de un crecimiento marcado y un amplia oferta de mano de obra calificada en el ramo dispuestos a prestar sus servicios con calidad, y eficiencia, reunida en talleres satélites que cuentan además con la infraestructura técnica acorde a las exigencias de los potenciales productores.

Al estudiar la factibilidad de este proyecto, se indicara en primer lugar la viabilidad comercial mediante el estudio de mercados, así mismo se determinara la factibilidad técnica, organizacional y financiera, con lo cual se tratara de mostrar la viabilidad del proyecto.

GLOSARIO

ALETILLAS: Parte del pantalón donde van cosida la cremallera

CONFECCIÓN: Unión de piezas de tela u otro material para fabricar prendas de vestir, y después se cose a mano o maquinas. Hoy la industria emplea ordenadores o computadoras en el diseño y trazado de patrones.

CONTRATACIÓN POR EVENTOS: Pagos realizados por honorarios a personas que se necesitan según las necesidades de las empresas

DENIN: Tela índigo gruesa

INDIGO: Nombre propio de tela gruesa actas para elaborar prendas..

INDUSTRIA: Cualquier trabajo que se realiza con animo de lucro y que genera puestos de trabajo.

MANUFACTURA: Obra hecha a mano o con la ayuda de una maquina. Por extensión, el lugar en el que se fabrica.

MAQUINA DE COSER: Maquina diseñada para unir piezas de tela mediante puntadas.

OPERARIOS: Personas preparadas para manejar maquinas.

PULIR: Cortar las hebras que le sobran a una prenda terminada para dar presentación.

TALLER SATÉLITE: Local adaptado con tecnología para transformar materia prima, ubicados en sitios virtuales

TEXTIL: Aplicado originalmente a las telas tejidas, pero hoy se utiliza también para hilazas hilos y se fabrica a partir de los mismos.

TRAZADO: Diseño o mordería colocado en algo para realizar el respectivo corte.

TABLA DE ANEXOS

TÍTULO	Pág.
Anexo 1	100
Anexo 2	102

TABLA DE GRÁFICAS

TÍTULO	Pág.
Frecuencia de compra en un año	20
Ciudad o departamento donde los adquiere	22
Estilos que prefieren	23
Variedad de las telas preferidas	24
Tonos de preferencia a la ora de comprar	25
Preferencia en marcas	26
Lugar preferido de compra	28
Características que impulsan a la compra	29
Valor que pagaría por la prenda	30
¿Compra de una fabrica de jeans para dama ubicada en La Tebaida?	31
Proyección de la oferta	36
Análisis de los precios	39
Descripción técnica del proceso	56
Diagrama de operaciones	58
Estructura organizacional	67

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO 92
6.1 Análisis de externalidades 92
6.2 Evaluación ambiental 93
6.3 Evaluación financiera 94
6.3.1 Valor presente neto 94
6.3.2 Tasa interna de retorno 95
CONCLUSIONES 96
BIBLIOGRAFÍA 97
ANEXOS 99

5.1.3 Inversión capital de trabajo 77
5.1.3.1 Costo del producto 78
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas 78
5.1.4 Balance inicial 80
5.1.5 Fuentes de financiación 80
5.1.5.1 Recursos propios 80
5.2. COSTOS 80
5.2.1 Costos fijos por producto 80
5.2.2 Costos variables 81
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS 2004 81
5.3.1 Egresos 81
5.3.1.1 Tabla de egresos proyectada 82
5.3.2 Ingresos 82
5.3.2.1 Ingresos anuales 82
5.3.2.2 Tabla proyección de ingresos 82
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO 83
5.5 Flujo de caja proyectado 83
5.5.1 Flujo de caja proyectado a 2003 83
5.5.2 Flujo de caja proyectado a 2004 84
5.5.3 Flujo de caja proyectado a 2005 84
5.5.4 Flujo de caja proyectado a 2006 84
5.6 Estado de resultado proyectado a 2004 85
5.7 Balance general proyectado a 2004 85
5.8 Cálculo de razón financiera 89
5.8.1 Solvencia 89
5.8.2 Liquidez 89
5.8.3 Solidez 90
5.8.4 Razón de capital activo 90
5.8.5 Razón de capital pasivo 90
5.8.6 SITUACIÓN DE LA EMPRESA 91

3.4 TECNOLOGÍA DEL PROYECTO 61
3.5 Conclusiones técnicas sobre la viabilidad del proyecto 62
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL 64
4.1 Forma de constitución 64
4.1.1 Tramites 64
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA 65
4.2.1 Visión 65
4.2.2 Misión 65
4.2.3 Objetivos 65
4.2.3.1 Objetivo generales 65
4.2.3.2 Objetivos específicos 66
4.2.4 Políticas 66
4.2.4.1 Políticas de personal 66
4.2.4.2 Políticas de compra 66
4.2.4.3 Políticas de venta 67
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 67
4.3.1 Descripción de los cargos 68
4.3.1.1 Personal directo 68
3.1.2 Personal indirecto 70
4.3.3 Estructura salarial 72
4.4 ANÁLISIS LEGAL 73
4.4.1 Aspectos jurídicos 73
5. ESTUDIO FINANCIERO 75
5.1 Inversiones 76
5.1.1 Inversión en activos fijos 76
5.1.1.1 Máquinas y equipos 76
5.1.1.2 Muebles y enseres 76
5.1.1.3 Equipo de oficina 76
5.1.1.4 Total inversión por activos fijos 76
5.1.2 Inversión diferida 77

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto 44
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto 44
3.1.3 Capacidad del proyecto 45
3.1.3.1 Capacidad total diseñada. 45
3.1.3.2 Capacidad instalada 45
3.1.3.3 Capacidad utilizada 46
3.2 Localización del proyecto 46
3.2.1 Macrolocalización 46
3.2.2 Microlocalización 47
3.2.2.1 Costo de transporte de insumos y producto 47
3.2.2.2 Ubicación de los consumidores o usuarios 47
3.2.2.3 Localización de la materia prima y de más insumos 47
3.2.2.4 Condiciones de las vías de comunicación y transporte 48
3.2.2.4.1 Diagnóstico de la situación vial 48
3.2.2.4.2 Diagnóstico del transporte 50
3.2.2.5 Infraestructura y servicios públicos disponibles 51
3.2.2.6 Tendencias de desarrollo del municipio 54
3.2.2.7 Presencia de actividades empresariales 55
3.2.2.8 Disponibilidad de costos y recursos 55
3.2.2.9 Influencia del clima 56
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO 56
3.3.1 Descripción técnica del proceso 56
3.3.2 Diagrama de operaciones 58
3.3.3 Control de calidad 59
3.3.4 RECURSOS 59
3.3.4.1 Recurso humano 59
3.3.4.2 Recurso físico 60
3.3.4.3 Recursos insumos 60
3.3.4.4 Recurso Logístico 61
3.3.4.5 Distribución de planta 61

2.4 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO 16
2.4.1 Mercado potencial de jeans para dama 16
2.4.2 Mercado objetivo 16
2.4.2.1 Características 16
2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 16
2.5.1 Tipo de investigación 16
2.5.2 Sistema de recolección de información 17
2.5.2.1 Fuentes primarias 17
2.5.2.2 Fuente secundaria 17
2.5.3 Proceso de muestreo 17
2.5.4 Definición de población 18
2.5.5 Cálculo muestra n 18
2.6 TABULACIONES Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 20
2.6.1 Análisis de la información de la demanda 20
2.6.1.1 Evolución histórica de la demanda producto/servicio. 32
2.6.1.2 Proyección de la demanda. 33
2.7 Análisis de la información de la oferta 34
2.7.1 Situación actual de la competencia 34
2.7.2 Grado de la competencia 35
2.7.3 Proyección de la oferta 36
2.8 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA 37
2.9 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN 38
2.10 Precio 38
2.10.1 ANALISIS DE LOS PRECIOS DE LA OFERTA 39
2.11 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN 41
2.11.1 Decisiones en la publicidad 41
2.11.2 Objetivos de la campaña 41
2.12 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO 42
3. ESTUDIO TÉCNICO 44
3.1 Tamaño del proyecto 44

TABLA DE CONTENIDO

TÍTULO	Pág.
AGRADECIMIENTOS	
RESUMEN ESPAÑOL	
RESUMEN INGLES	
GLOSARIO	
INTRODUCCIÓN	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVOS	10
1. GENERALIDADES	11
1.1 Antecedentes	11
2. ESTUDIOS DE MERCADOS	13
2.1 Planteamiento del problema	13
2.2 Objetivos	14
2.2.1 Objetivo general	14
2.2.2 Objetivos específicos	14
2.3 Descripción del producto o servicio	15
2.3.1 Uso y especificaciones del producto	15
2.3.2 Producto principal	15
2.3.3 Producto complementario	15
2.3.4 Productos Sustitutos.	15
2.3.5 Atributos diferenciales del producto	15

According to the technical study carried out in the municipality of La Tebaida, the creation of a company is feasible and functional for that for it is had it human, physical, financial resource and technician that not guarantee alone its operation if not also its growth.

Inside the context of the national economy, the department of the Quindío has a significant contribution in the primary sector but in the secondary squatter a modest position, since its development and projection are relatively low, in spite of its geographical position the evolution in the communication and in the transport. It is important to incentivate the national and foreign investment v in the region because it promotes it the industrial, economic development and it is an employment generator; this, is the objective of the company like example of identity, ownership, strength and opportunity for people who are those directly beneficiaries in the project.

The company begins with a basic capital but he/she has a projection and reach tendency to increase the economic capacity and to establish solidity and competitive behavior.

The size of the market, in the moment is small to be a company that is in its initial stage but its potential size is wide and toward the future with base to the analysis of the situation: The demand, the competition, the internal means and the external means will strengthen.

SUMMARY

I TITLE

FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY OF MAKINGS OF JEANS FOR LADY IN THE MUNICIPALITY OF LA TEBAIDA (Q.) [‡]

AUTHORS: MARTHA INÉS ARYAN BARRAGAN
MARTHA LILIAN GAVIRIA CARVAJAL

The proposal of creation of a factory of jeans for lady, points to solve two primordial necessities in the region: The industrial development and the reduction of costs.

The factories of clothes in the Quindío are significantly minimum, therefore the offer is also reduced as for the number of inhabitants of the town.

One of the characteristics of the company, is to assist the feminine population since it is the most interested clientele for this cloth type, to be in fashion.

[‡] Trabajo de Grado

De acuerdo al estudio técnico realizado en el municipio de La Tebaida, la creación de una empresa es factible y funcional, por que para ello se cuenta con recurso humano, físico , financiero y técnico que garantizan no solo su funcionamiento si no también su crecimiento.

Dentro del contexto de la economía nacional, el departamento del Quindío tiene un aporte significativo en el sector primario pero en el secundario ocupa una posición modesta, ya que su desarrollo y proyección son relativamente bajas, a pesar de su posición geográfica la evolución en la comunicación y en el transporte. Es importante incentivar la inversión nacional y extranjera v en la región porque ello promueve el desarrollo industrial, económico y es un generador de empleo; este, es el objetivo de la empresa como ejemplo de identidad, pertenencia, fortaleza y oportunidad para las gentes quienes son las directamente beneficiadas en el proyecto.

La empresa inicia con un capital básico pero tiene una proyección y alcance tendientes a aumentar la capacidad económica y establecer solidez y comportamiento competitivo.

El tamaño del mercado, en el momento es pequeño por tratarse de una empresa que se encuentra en su etapa inicial pero su tamaño potencial es amplio y hacia el futuro con base al análisis de la situación: La demanda, la competencia, el medio interno y el medio externo se fortalecerá.

RESUMEN

TITULO

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE JEANS PARA DAMA EN EL MUNICIPIO DE LA TEBAIDA (Q.) *

AUTORES: MARTHA INES BARRAGAN ARIAS
MARTHA LILIAN GAVIRIA CARVAJAL*†

La propuesta de creación de un fábrica de jeans para dama, apunta a solucionar dos necesidades primordiales en la región: El desarrollo industrial y la reducción de costos.

Las fábricas de ropa en el Quindío son significativamente mínimas, por lo tanto la oferta también es reducida en cuanto al número de habitantes de la localidad.

Una de las características de la empresa, es atender a la población femenina por cuanto es la clientela más interesada por este tipo de tela, por estar de moda.

---

* Trabajo de Grado
† Instituto de Educaci0ón a Distancia, Programa Gestión Empresarial, Director(a) Margarita Rodríguez Villabona

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

A DIOS, por brindarnos la oportunidad de alcanzar la meta propuesta, por darnos salud y sabiduría.

A mi Madre, esposo e hijos que con su ayuda y preocupación estuvieron pendientes de nuestra capacitación.

La Universidad Industrial de Santander, por habernos permitido formar parte de tan prestigiosa institución

A todos los directivos y tutores por trasmitirnos sus conocimientos y su calor humano.

Agradecemos a todos los amigos y compañeros de curso, quienes aportaron su granito de arena en nuestro aprendizaje, a todos aquellos que de una u otra manera intervinieron en la preparación del presente proyecto.

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE JEANS PARA DAMAS EN EL MUNICIPIO DE LA TEBAIDA (Q)

MARTHA INÉS BARRAGÁN ARIAS
MARTHA LILIANA GAVIRIA CARVAJAL

Trabajo presentado a:
LUIS ERNESTO PEREZ
Asesor de proyecto
Como requisito para graduación

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2004

PROYECTO
FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES DE JEANS PARA DAMAS EN EL MUNICIPIO DE LA TEBAIDA (Q)

MARTHA INÉS BARRAGÁN ARIAS
MARTHA LILIANA GAVIRIA CARVAJAL

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2004