



Estudio de factibilidad financiera para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico.

Autor:

Sharon Cabarcas Ruiz

Director(a):

Ing. Jaime Amador Fontalvo

Codirector(a):

Ing. Leidy Mora Higuera

**Trabajo de grado como prerrequisito para la obtención del grado de Tecnólogo(a)
en Logística Empresarial**

Facultad de ingeniería

Programa de ingeniería industrial

Barranquilla

2021



Estudio de factibilidad financiera para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico.

Autor:

Sharon Cabarcas Ruiz

Director(a):

Jaime Amador

Codirector(a):

Ing. Leidy Mora

Facultad de ingeniería

Programa de ingeniería industrial

Barranquilla

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Jurado

Firma del Jurado

RESUMEN

Dentro del panorama colombiano, los errores en la etapa de planificación y realización de un estudio de factibilidad financiera de muchas pequeñas y medianas empresas son muy frecuentes, generando problemas para la determinación de la capacidad y el capital de sus empresas, lo que requiere de forma previa la definición de actividades y estudios que determinen el modelo de operación del negocio. En el Caribe muchas personas que trabajan en la confección son independientes y tratan de prosperar, y para lograrlo requieren de herramientas de diseño para determinar los recursos necesarios en la puesta en marcha. Mediante el presente proyecto, se diseña estudio de factibilidad financiera que permita analizar aspectos fundamentales en términos de diseño de procesos, capacidad de producción y presupuesto como base para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa Atlántico cuyos productos son: Camisas de algodón y Jeans de mezclilla. Luego se realizan los respectivos análisis que permitan determinar la viabilidad operativa del estudio de negocios.

Palabras claves: Emprendimiento, recursos, operaciones.

Abstract

Within the Colombian scenario, errors in the planning and financial feasibility study stage of many small and medium-sized enterprises are very frequent, generating problems in determining the capacity and capital of their companies, which requires prior definition of activities and studies to determine the business operating model. In the Caribbean, many people who work in the garment industry are independent and try to prosper, and to achieve this they require design tools to determine the necessary resources for the start-up. Through this project, a financial feasibility study is designed to analyze fundamental aspects in terms of process design, production capacity and budget as a basis for the creation of a clothing manufacturing enterprise in the municipality of Galapa Atlántico whose products are: Cotton shirts and denim jeans. Then the respective analyses are carried out to determine the operational feasibility of the business study.

Key words: Entrepreneurship, resources, operations.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	7
1.1 INTRODUCCIÓN	7
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.3 OBJETIVOS	11
1.3.1 Objetivo General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 JUSTIFICACIÓN	12
2. MARCO DE REFERENCIA	14
2.1 MARCO HISTORICO	14
2.2 MARCO CONCEPTUAL	23
2.2.1 HERRAMIENTAS DE TRABAJO	26
3. METODOLOGÍA	36
3.1 Diseño	36
3.2 Materiales y métodos	36
3.3 Procedimiento metodológico	37
4. RESULTADOS	39
4.1 Encuestas realizadas en el sector de Interés	39
4.2 Estudio factibilidad de la demanda	56
4.3 Estudio de posibles clientes en el área de interés y propuesta de canales de venta.	58
4.4 Recursos requeridos y descripción del proceso de elaboración del producto	59
4.5 Definición punto de equilibrio y financiación del proyecto	69
Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	84

CAPITULO 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Las empresas de confección, tienen un papel muy importante en la economía del país ya que esta industria ha representado más del 8,5% del PIB (Producto Interno Bruto) industrial del país, además de sobresalir por ser una fuente generadora de empleo. Es por esto que se espera que las empresas dedicadas a esta actividad logren realizarse en el mercado y se mantengan en constante crecimiento (Gonzales Litman, 2020).

La industria textil satisface una de las necesidades más importantes de las personas como lo es vestirse, teniendo una gran demanda en productos como camisas, pantalones, calzado, etc. Por esta razón, tiene un extenso campo de trabajo y producción, generando ganancias para muchas personas y de esta manera alimentando la economía del país.

La industria textil en Colombia tiene una gran demanda, gracias a la extensa variedad de prendas como jeans, zapatos, trajes de baño, etc. Además, influyen elementos como la calidad, en tejidos de fibras naturales y flexibles, además de los estampados, acabados, y la innovación en diseños.

Colombia se destaca en Suramérica en la comercialización externa de productos como vestidos de baño, jeans y ropa interior, y el primero en ventas externas de confecciones de tejido plano en la zona.

Referente a exportaciones de prendas de vestir, el 2017 cerró con \$412.337 dólares y a marzo de 2018 presentó una alteración positiva del 11.1%. Las exportaciones de productos

textiles que cerraron el 2017 en \$249.669 dólares, muestran a marzo de 2018, una alteración negativa de 3,8%. (goia , 2018)

Sin duda, la industria textil es una de las más relevantes en el país tanto para el progreso económico como para el progreso social, lo cual da la posibilidad de mejorar la calidad de vida de muchas personas e influye como motivación en la generación de nuevos emprendimientos, incluyendo el diseño del presente proyecto, teniendo en cuenta, que desde la logística empresarial se pueden desarrollar nuevas ideas de negocio, que a futuro, representen una oportunidad de inserción en el mercado laboral no sólo para el dueño del proyecto sino personas que apoyen ese mismo proyecto en forma de recurso humano, por lo que es fundamental desarrollar competencias de gestión de procesos, la cual se encuentra dentro de las temáticas de desarrollo de la Corporación Universitaria Reformada, específicamente en la línea Optimización de procesos del programa de Logística Empresarial.

Se espera que el presente sea de su agrado.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una de las necesidades básicas del ser humano, es la vestimenta, y diversas empresas del sector confección ha creado mediante la revolución tecnológica blogs y por medio de redes sociales un canal virtual de comunicación que permite llevar en el cliente un pedido hasta su hogar. En medio de la pandemia, surgió la necesidad de reinventarse, debido a los inconvenientes frente a la venta física, para el acceso rápido y oportuno del producto y no se afecte en mayor medida la sostenibilidad del empleo (Chanto, 2021).

El presente proyecto representa una idea inicial de emprendimiento capaz de generar empleo, que frente a la problemática planteada, se diseña mediante dos canales de venta, uno virtual y uno presencial realizando el análisis de aspectos fundamentales antes de la puesta en marcha del negocio en términos de procesos, producción, costos, dirigido inicialmente a posibles clientes del género femenino del municipio de Galapa Atlántico, teniendo en cuenta que el departamento del Atlántico, es uno de los mayores productores de ropa de hogar y formal para los dos géneros tanto en prendas formales como de hogar, ubicándose como cuarto exportador(El Heraldo, 2021).

También se ofertará en el mercado a otros posibles clientes a nivel nacional teniendo en cuenta el canal virtual analizado y sugerido, pero antes, es fundamental revisar el funcionamiento operacional del negocio en términos de recursos y su factibilidad. Es así que, además de los habitantes de Galapa Atlántico, se sugiere la venta del producto a clientes en la ciudad de Barranquilla, debido a su cercanía a solo 39 y 44 minutos y teniendo en cuenta que se pueden recibir pedidos a contraentrega (Google maps, 2021) (El Heraldo, 2021).

Teniendo en cuenta la información definida dentro del planteamiento del problema se procede a definir la pregunta problema del proyecto:

1.2.1 Pregunta problema

¿El presente estudio de factibilidad financiera permitirá analizar aspectos fundamentales en términos de procesos, producción, factibilidad financiera, que determine la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad financiera para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico.

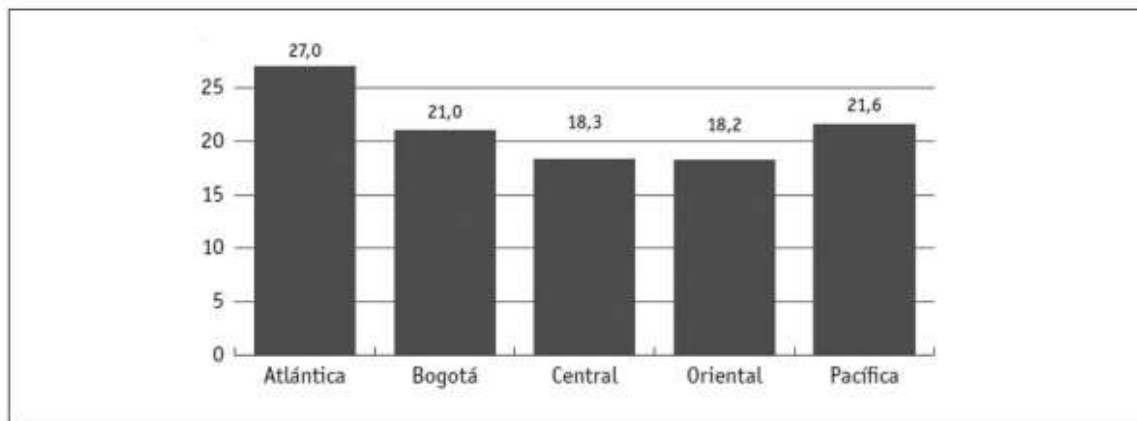
1.3.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar una caracterización de procesos previo análisis financiero dentro del plan propuesto.
- Determinar cantidades mínimas a producir de camisas y jeans de mezclilla, necesidades de infraestructura y financieras.
- Desarrollar un análisis financiero que incluya los medios necesarios para definir la factibilidad de creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La generación de nuevos emprendimientos en Colombia y la Región Caribe, se fundamenta como pilar estratégico en el desarrollo social, que transforma vidas mediante ideas innovadoras y estratégicas que dinamicen la economía. Es así que, frente a necesidad de un mejoramiento de la calidad de vida, el Atlántico destaca en nuevas formas de generar emprendimientos como se muestra en la figura 1 (Cardona, Montenegro y Hernández, 2019).

Figura 1. Porcentaje de Emprendimientos a Nivel Nacional



Fuente: (Cardona, Montenegro y Hernández, 2019).

La información anterior destaca el talento que existe en la Región, por encima de la Ciudad de Bogotá, por 6 puntos, siendo la segunda, la capital del país donde se establecen las más grandes industrias, y en comparación con otras regiones también lidera en más de 5 puntos, destacándose en la generación de nuevas oportunidades (Cardona, Montenegro y Hernández, 2019). Es así que la promoción de competencias de emprendimiento, están inmersas en la población atlanticense y dentro de la Corporación Universitaria Reformada, que apoya las ideas emprendedoras en el(la) estudiante de Tecnología Logística Empresarial e Ingeniería Industrial desde el área de Investigación, de la cual surge la actual propuesta del

estudio de factibilidad financiera para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico, como un sueño y la intención de ayudar en la creación de empleo de pequeños sastres y modistas en la ciudad, e invitarlos a hacer parte de este proyecto, unificando sus conocimientos y experiencias. Con el propósito de dar a conocer su trabajo, cuya meta a futuro consolide una empresa encargada de dar a conocer una marca de ropa propia, utilizando canales virtuales de venta, es decir, tiendas online, marketplace y estrategias de venta como dropshipping en el que se beneficiarían revendedores online por la venta del producto ofertado.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO HISTORICO

Escalona (2020) señala que, al instante de hacer alusión al comienzo y desarrollo que tuvo la industria textil, de una forma común, ha sido un entorno laboral ejercido por las damas y que el sitio para realizar el mismo se producía en las casas de todas estas, donde la producción era de manera artesanal.

Las telas que se realizaban de esta forma, luego eran otorgadas a personas que poseen como oficio la fabricación de vestimentas, o sea, lo que se entiende cómo sastres o costureros, mismas que casi constantemente son adquiridas por consumidores con dinero, sin embargo, además son diseñadas para la utilización común (Escalona, 2020).

El crecimiento de individuos en los países y por igual de la economía en el lapso de las etapas primarias de la revolución industrial, dirigieron al establecimiento de talleres, en los cuales existía la probabilidad de poder generar las mismas de una manera continua, implementando todavía como en aquel instante trabajos hechos a mano y un volumen de enorme longitud de empleados textiles (Escalona, 2020).

Según Claudio (2009), la industria textil es una de las actividades productivas más viejas de América Latina. Esta industria tuvo un lugar destacado en la implementación de la industria actualizada. Con un retraso notable, en ciertos sitios de Rio de la Plata (Argentina y Uruguay), esta actividad se cambiaría en el factor primordial del proceso de industrialización sustitutiva de importaciones que se aceleró a partir de la Enorme Depresión. La Comisión Económica Para latinoamericana (CEPAL), cuyos planes económicos solían situar el acento en el aumento de aquellos sectores que necesitaban mayores inversiones de capital, una organización de la producción más sofisticada y un elevado grado de complejidad

tecnológica elevado, reconoció el papel importante del sector textil al dedicarle, en 1951, el primer informe que esa organización elaboró sobre el problema de la baja productividad del sector manufacturero latinoamericano. Para mediados de los años sesenta, a pesar del desarrollo del desarrollo de las ramas siderometalúrgica y química, la industria textil utilizaba el 15% de los obreros ocupados y el 10% del precio de la producción de la industria latinoamericana.

La vestimenta nace con la necesidad de las personas de protegerse del frío con las pieles de los animales que cazaba. En el neolítico, la gente ya sabía hilar y coser, no obstante, la ropa que usaba aún no se adaptaba al cuerpo, aunque algunas ya tenían dibujos ornamentales.

El concepto de moda tal y como se entiende actualmente surgió en el Renacimiento. Aparecen, así, profesionales de la costura que se esforzaban por crear trajes originales, de vivos colores y posibilidades imaginativas, otorgando monumental relevancia a las mangas, los pliegues y las caídas de tela.

La moda es un reflejo cambiante de nuestra forma de ser y de los tiempos en que vivimos. Como término, tiene varios significados, puede hacer referencia a los usos, gustos y prácticas de la sociedad en un determinado momento y lugar. En un sentido más restringido, abarca el arte e industria de la vestimenta, de la construcción de prendas de vestir y sus diversos accesorios y complementos.

Según Dolores (2021), uno de los negocios más importantes es la confección de prendas de vestir, ya que son uno de los productos que las personas más utilizan. No hace mucho tiempo, la ropa tenía una duración más larga, a diferencia de ahora que compramos una prenda y solo la usamos por poco tiempo.

A lo largo de la historia, la ropa se ha hecho a mano. Aun en estos tiempos se hace de esa forma, aunque la elaboración de ropa está totalmente automatizada, aun se necesita el factor humano para la utilización de las máquinas.

Previamente al incremento de la ropa confeccionada, las prendas se elaboraban por separado. Incluso luego de la Revolución industrial, a inicios del siglo XX, la ropa se hacía únicamente para la persona que lo iba a usar. A pesar de que las prendas de confección se mantienen disponibles, es un concepto relativamente nuevo sacar una prenda de un pechero de una tienda física o en línea.

Ian (2016) Señala que, aunque no está comprobado, las creencias alternativas sobre el nacimiento de la vestimenta, señalan que surge con la necesidad de cubrir el cuerpo por motivos de exposición vistosa. También por los cambios climáticos en las edades de hielo.

Una parte fundamental en la revolución agrícola, fue el requerimiento de hilos textiles que fortaleció la domesticación de animales y plantas. Además de que las causas biológicas fueron predominantes para el origen de la ropa, los factores psicosociales también tuvieron un gran impacto en el desarrollo social y la civilización actual.

Según E. Hernández (2015) la industria textil en Colombia es una de las más demostrativas y clásicas. Ha tenido una historia de bastante más de 1 siglo, en la cual han sobresalido puntos como: construcción de variedad de organizaciones demostrativas a grado mundial, planes de régimen para la zona, predominación en diferentes entornos como la academia, integración en programas de transformación provechosa y construcción de un sector de clase mundial. En 1907 ha sido el principio de la crónica de la industria con la construcción de las primeras organizaciones de tejidos: Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato - Tejicondor),

Compañía de Tejidos de Bonito, Tejidos Medida, Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía De Colombia de Tejidos (Coltejer). Para medio siglo se da el origen de marcas para producto culminado, la más representativa Leonisa, construída en 1956. A comienzos de los años 60 novedosas organizaciones de textil y confecciones incrementan la medida de la industria, los nombres más destacados de dichos nuevos actores eran: Caribú, Ebert, Paños Vicuña y Pepalfa.

Según E. Hernández (2015) la última década de la industria textil de Colombia ha tenido varios picos y bajadas, esto se debería a los productos que llegan de contrabando, además de las ocupaciones desleales como el dumping donde los costos son más bajos que el precio de producción perjudicando la dinámica del mercado, en estas ocupaciones aparecen los negocios que dan ropa americana a costos más bajos de los que oferta la industria Colombina, además aparecen los establecimientos que dan ropa utilizada y piratería de muchas marcas, esto ha creado inestabilidad en las organizaciones del sector. Las últimas décadas para el área textil y fabricación fue difícil gracias a cambios de políticas, como los cambios en los controles aduaneros, esto genero un cambio para las organizaciones que pertenecen al sector, debido a que para lograr quedar en el mercado era primordial continuar adelante con la modernización e incrementar los niveles de producción y de esta forma llegar hacer competitivos ante la calidad y productividad de otros territorios, donde varias marcas extranjeras llegan al territorio con costos mas bajos y diversidad en diseños y tendencias, para contrarrestar dichos cambio e efecto que crea en el mercado gracias a la globalización ha sido primordial innovar en las distintas tecnologías.

Quevedo (2017) afirma que para comprender la industria textil en el mundo se necesita remontarse al consenso a la década de los sesenta, en donde no existía un orden en el mercado

textil, o sea, el mercado estaba inundado de textiles de territorios subdesarrollados que perjudicaban el mercado textil de las naciones desarrolladas; es por esto que se impulsó el sistema de cuotas, el cual restringió la producción y exportación de las naciones subdesarrolladas a las naciones en desarrollo. (Adhikari y Yamamoto 2006)

De consenso con el Overseas Development Institute (1976) el sistema de cuotas o acuerdo multifarías se metió en 1974 como una medida a corto plazo designado a permitir a las naciones desarrolladas para ajustarse a las importaciones que proceden de las naciones en desarrollo. Las naciones en desarrollo tenían una virtud absoluta en la producción textil, por su mano de obra barata y sus bajos precios laborales.

Según Spagnolo (2014) anteriormente a través de la moda se reflejaban los grandes movimientos de cambios de pensamientos sociales.

Los casos son incontables. En forma de ejemplo el estilo Rococó oriundo de Francia del siglo XIX, reflejaba en aquél entonces la frivolidad y el exceso, destacando el placer personal, implicó además en oposición el deseo de volver a la naturaleza.

Durante el siglo XX, ha podido verse en las mujeres indudablemente la valoración y exaltación de sus derechos por medio de los cambios importantes de sus vestimentas. Después de la primera guerra mundial, la unión de indumentaria varonil como la utilización de pantalones, pañuelos en el cuello, camisas, inimaginables durante el siglo anterior.

Según Cárdenas (2012) La industria de Colombia en textiles y confecciones procesa alrededor de 200 mil toneladas métricas de fibras ante 56 millones de toneladas que es la cifra universal. Partiendo de esta realidad y adicionalmente, las maneras de incremento del sector están sujetas a su destreza para colocarse en nichos de mercado especializados. Para

lograr conquistar esos nichos de mercado en donde la diferenciación más que el costo es el componente importante, este sector debería aprender a agregarle mucho costo a la producción y concentrarse en el razonamiento que a hoy se tiene en el planeta de la moda, componente que ubica ya a Colombia en virtud significativa ante otros territorios como Perú, Ecuador, México, e incluso Brasil. En la actualidad, Colombia representa el 0.31% y 0.17% de las exportaciones de todo el mundo de textiles y confecciones respectivamente. Lo cual lo hace responsable del 0.25% del mercado mundial de la moda. Se convirtió en uno de los más importantes centros de moda en América Latina, caracterizado por la innovación, el diseño, pluralidad de insumos y la calidad de sus innovaciones. La enorme acogida de ferias como Colombiatex y Colombiamoda, las cuales reúnen a las más prestigiosas compañías textiles de todo el mundo, es una muestra clara de esto; es un territorio que se sabe cómo un territorio que sabe de moda, de la misma forma que lo ratifican pasadas apreciaciones de conocedores del asunto en Ferias de Milán.

Según Alegría & Castañeda (2009) Durante el proceso de investigación acerca del plan de negocio y sus posibilidades de rentabilidad y aceptación en el mercado, se observó que en materia de textiles Colombia cuenta con un índice de calidad óptimo, puesto que la innovación en la tecnología de elaboración de las texturas logra convertirse en una oferta atractiva para un plan de negocio en su sector complemento_ Confecciones. La decisión de crear telas funcionales o inteligentes por parte de las más reconocidas industrias textiles del país se fundamentó en las tendencias actuales de consumo, en palabras de Álvaro Lafaurie, Vice-Presidente de Exportaciones de Coltejer estas telas cuidan el cuerpo, que hacen que las mujeres se sientan más confortables, como se podrá apreciar en la nueva colección de esta compañía. Sin embargo, estos antecedentes positivos en la industria textil no son los mismos

del sector confección, Colombia desde los años 70' se ha caracterizado por un sistema de maquila simple y modelos de paquete completo donde trabaja para marcas como Adidas, Náutica, Nike, Reebok, Arena, Gap, Levis, entre otras no menos importantes, sin embargo estos “clicks” de éxito en el mercado mundial no son garantía de un fortalecimiento de la industria confección, a la fecha importantes amenazas se avecinan con la constante revaluación y la competencia asiática, es así como se demuestra que no existen antecedentes suficientes de una idea de negocio de valor agregado, especializada en el diseño y servicio diferenciado. Es importante destacar que el Valle del Cauca, sin ser esta su especialización (confección) existen empresas dedicadas a ello y las cuales tienen una expansión internacional, generando un impacto positivo de la capital Vallecaucana; Supertex se ha convertido en la principal del sector de confecciones en el Valle del Cauca y en una de las más importantes del país, trabaja con grandes multinacionales extranjeras que exigen una rigurosa certificación de los procesos de sus proveedores. En ese sentido, la empresa cuenta con seis certificaciones nacionales y extranjeras que garantizan la calidad de sus productos, la protección del medio ambiente, el respeto por los derechos humanos, los derechos laborales y la seguridad industrial, entre otros aspectos

Según Carr (2004) Antes de la primera revolución industrial en Europa, la sastrería era el empleo de "sastres" que cortaban y fabricaban productos comprados por sus clientes o por clientes específicos ellos mismos. A medida que el mercado se expandió, fue posible dividir el proceso de producción en más y más series de tareas que podrían ser realizadas por personas cada vez menos calificadas, especialmente mujeres y niñas. Los sindicatos dominantes, que buscaban defender los intereses de quienes formaban parte de ellos, vieron

la promulgación de varias leyes sustantivas que sirvieron para evitar que las mujeres casadas se unieran.

La producción de ropa ha evolucionado históricamente a lo largo de líneas en gran parte dualistas. Un subsector era la ropa de mujer, que se caracterizaba por una considerable diferenciación de productos, lo que limitaba el grado de subdivisión de tareas para la producción en cadena, mientras que las fluctuaciones estacionales y los cambios en la moda servían para limitar el tamaño de los productos. producción Hombres y niños “La ropa de abrigo, por otro lado, siempre ha sido un producto más estandarizado, especialmente en la parte menos costosa de la ropa, y muy pronto se prestó a una subdivisión adicional de operaciones, especialmente en la fase de mecanizado. Esto condujo a una forma de producción en la que cada maquinista fabricaba sólo una sección de una prenda en lugar de hacer toda la prenda. En la década de 1950, la creciente concentración del sector minorista en este extremo del mercado aumentó la longitud de las series e hizo más posible la planificación de la producción.

No es de extrañar que el proceso de reestructuración global haya ido más allá en la producción de ropa estandarizada, como camisas de hombre y, en los últimos años, ropa casual, artículos que se prestan a la producción en cadena.

La producción a gran escala de ropa exterior masculina a medida se realizó en varias ciudades británicas, incluidas Glasgow, Leicester, Colchester, Londres y Leeds, pero solo esta última se especializó en sastrería, que se convirtió en un elemento básico de la ciudad durante el 'entre dos guerras'. El traje como símbolo de la ropa masculina masiva es la clave del crecimiento de la industria. El vestuario de la clase trabajadora estaba hecho más de algodón o una mezcla de algodón y otras fibras ... A partir de la década de 1850, el estilo de ropa

exterior para hombres de todas las clases sociales comenzó a converger. La creciente popularidad del traje de negocios de dos o tres piezas refleja una nueva imagen masculina de sobriedad (Katrina Honeyman, 2000).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Ayala & Torres (2018) señala que el concepto compañía tiene relación con "una entidad, independientemente de su forma jurídica, está incorporada por recursos humanos técnicos y materiales, y es coordinada por una o más personas que poseen las que corresponden responsabilidades de toma de decisiones para la obtención de ganancias. Prestar servicios a la sociedad.

Según Quevedo (2017) el término de falta de planificación y proactividad hace referencia a la mayoría de los problemas actuales en el sector empresarial lo cual influye en la falta de tecnología de punta y nueva infraestructura; por lo tanto, con el fin de apoyar la recuperación franca de la industria textil y de la confección, para que pueda superar la brecha de productividad y aumentar las exportaciones, industria y turismo.

El Plan de Transformación de la Producción (PTP) del Ministerio de comercio es un conjunto de métodos de producción ajustados impulsados por la demanda y los seminarios de indumentaria sostenible de la empresa.

Según Campos (2014) la liberalización del negocio y la inversión extranjera directa son filosofías de trabajo que se tienen que integrar en la industria y además contribuyen al quierro más profundo de edificar una organización más estable. Aunque la abertura económica constantemente se estima enemiga de las pequeñas y medianas organizaciones, se fundamenta en el hecho de que una buena economía local traerá triunfo a la economía universal. Por consiguiente, antes que nada, se debería realizar lo viable para potenciar la fortaleza de la economía local e integrar las cambiantes más estrechamente en relación para abrir el negocio exterior.

Thompson (2006). Indica que la organización es la más común y constante actividad organizada por la población, la cual, involucra un conjunto laboral diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr hacer un fin determinado.

Por ello, resulta bastante importante que toda persona que es parte de una compañía (ya sea propia o no) o que implica emprender una, conozca cuál es la definición de organización para que tenga una idea clara sobre cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y recursos que la componen. usuarias de los productos o servicios (infantil, profesional, etc.).

Mosucha & Salinas (2012) afirma que todo concepto logrados por medio de la carrera de ingeniería industrial, incluye el estudio de factibilidad y negocios antes de la puesta en marcha, para el desarrollo del proyecto.

La averiguación de información previa genera herramientas de indagación, marketing, innovación, capacitación, internacionalización y competitividad en Colombia en los sectores de la moda, textiles y de la competitividad. La iniciativa de la Cámara de Negocio de Bogotá se toma como base estructural, llamada Bogotá, que es capacitar y aconsejar a los empresarios y organizaciones, sobre la preparación adecuada del proyecto de negocios, usando herramientas que ayudan a la iniciativa del comercio con real. Bases y proyección futura.

Según Guamán (2015) el propósito de una organización se puede describir como su razón para existir en la sociedad lo que sugiere hacer estas preguntas: ¿Dónde nos movemos? ¿Cuál es nuestro sueño? ¿Qué diferencia queremos hacer en el mundo? ¿Por qué queremos ser conocidos? Cuando la misión es clara y fuerte, es más fácil que una organización obtenga recursos y sistemas en la búsqueda de su intención estratégica. (Schermerhorn, 2010).

Según Andía y Paucara (2013) Una propuesta de creación de negocios "comprende escritos de forma simple y rigurosa, el cual es el resultado de una organización.

Del mismo modo, se puede describir "una estrategia de comercio como una herramienta de administración de la organización que sirve de guía para el emprendedor o empresario implemente un comercio. Todo proyecto "tiene fases predecibles que implican una secuencia de labores delimitadas en una época, o sea, empiezan con el análisis de una iniciativa y terminan con la entrega de una estrategia de comercio concluido".

Según Olivares (2019) Una estrategia de comercio es una aseveración formal de un grupo de fines de una iniciativa o idea empresarial, que se constituye como una etapa de proyección y evaluación. En el proyecto de comercio tienen que aparecer perfectamente detallados las metas de la compañía, las tácticas para conseguirlos, la composición organizacional, la inversión solicitada para financiar tu plan y las resoluciones para solucionar los inconvenientes que logren ir apareciendo. El proyecto de comercio, que además es conocido como plan de comercio o proyecto de organización, podría ser una representación comercial del modelo que se seguirá. El proyecto es una especificación redactada del modelo de comercio de la compañía a ser puesta en marcha.

Según Salazar (2019) Una estrategia de comercio es una aseveración formal de un grupo de fines de una iniciativa o idea empresarial, que se constituye como una etapa de proyección y evaluación. En el proyecto de comercio tienen que aparecer perfectamente detallados las metas de la compañía, las tácticas para conseguirlos, la composición organizacional, la inversión solicitada para financiar tu plan y las resoluciones para solucionar los inconvenientes que logren ir apareciendo. El proyecto de comercio, que además es conocido como plan de comercio o proyecto de organización, podría ser una representación comercial

del modelo que se seguirá. El proyecto es una especificación redactada del modelo de comercio de la compañía a ser puesta en marcha.

Según Westreicher (2020). La industria textil es la actividad económica dedicada a la producción de hilados, fibras, tejidos y otros materiales para la obtención de productos derivados como la fabricación.

Esta industria después incluye la construcción de ropa, zapatos y otros artículos que la población usa para vestirse.

La industria textil predomina comparativamente con otras industrias por la enorme proporción de mano de obra que emplea internacionalmente.

Según Ucha (2014). El término empresario llama en nuestro lenguaje a aquella persona que es dueña de una organización, un negocio o una industria y como tal se encarga de su dirección y gestión, teniendo como finalidad importante la obtención de beneficios económicos.

Entonces, el ámbito de trabajo del empresario es una compañía que puede dedicarse diversas actividades económicas, tal es el caso de una compañía agrícola ganadera, una compañía de construcción, de espectáculos, o de ventas de servicios, por nombrar ciertos ejemplos corrientes.

Si bien el empresario suele tomar unilateralmente las elecciones que atañen al negocio en el que está inserto su compañía, además es común que un empresario se asocie con otro compañero para por ejemplo codirigir una compañía y entonces en este caso ambos son los encargados de decidir las políticas de acción y obviamente además son socios en el instante de compartir los dividendos que ingresan a la compañía en cuestión.

2.2.1 HERRAMIENTAS DE APOYO ORGANIZACIONAL PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Dentro del presente proyecto es vital el apoyo de herramientas de gestión para determinar cantidades mínimas a producir de camisas y jeans de mezclilla, necesidades financieras y otros como un diseño preliminar de planta, de producto, de ventas y procesos por lo que se describen las encontradas dentro del estudio bibliográfico:

Caracterización de procesos

La gestión por procesos, para ser positiva y lograr con sus objetivos, requiere una explicación metódica, ordenada, estructurada de todos los procesos de la organización. A esta tarea se le llama mapeo de procesos.

Uno de los recursos principales del mapeo de procesos es la caracterización de procesos.

La caracterización, es una herramienta que posibilita la explicación, gestión y control de los procesos mediante la identificación de sus recursos primordiales.

La caracterización permite una comprensión cabal del objetivo de cada proceso y los aspectos clave de cómo debe ejecutarse.

Como sabemos, un proceso es un conjunto de actividades que reciben unas “entradas”, las transforman mediante determinadas actividades, y generan las “salidas” con su correspondiente generación de precio.

Debido a lo cual la caracterización permite obtener la información en cuanto a los requerimientos del proceso, sus actores principales, clientes, los productos que crea, así como los mecanismos de control.

La caracterización debe ser construida de manera participativa, con la intención de lograr un involucramiento de las partes interesadas, así lograr el compromiso y orientación a resultados de quienes ejecutan el proceso.

Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la composición organizacional y el capital humano de una organización, que muestra la línea de reporte de todos los puestos y empleados, así como la interacción entre los diferentes departamentos.

Su objetivo es ofrecer claridad a todos los ayudantes para que tengan un panorama claro de la composición presente de la organización, permitiendo detectar su papel en la misma y detectando las fortalezas o zonas de posibilidad.

A menudo el organigrama se usa tan solo en el departamento de Recursos Humanos, empero su uso da muchas ventajas para toda la organización.

1. Simple de visualizar.

- El organigrama da una forma simple de visualizar toda la composición de una organización.

- Al ser gráfico y simple de comprender, fomenta que todos lo usen para conocer más sobre la misma. Algo que sin el organigrama se vuelve un proceso único para el sector de Recursos Humanos.

2 Jerarquías y responsabilidades claras.

- Al ser el organigrama una representación de posiciones ordenadas por jerarquía, este da una clara iniciativa de quienes son los causantes de cada área en la organización y permite a los jefes describir a sus ayudantes la tarea que cada uno debería de realizar.

- Es bastante eficaz para empleado otra vez ingreso, les ayuda a ubicarse velozmente en la organización y a conocer cada una de las zonas de la misma.

3 Permite la organización.

- Así sea en procesos de aumento o en ajustes de personal, el organigrama permite a los directivos de la compañía tener una iniciativa clara y real de el caso presente, haciendo más fácil detectar a los individuos clave en la organización.

- Un punto fundamental es la información adicional que el organigrama logre enseñar a los usuarios. Si los directivos tienen la posibilidad de consultar métricas de la organización a partir del organigrama, va a hacer que los procesos de idealización sean muchísimo más productivos

4. Identifica inconvenientes en la composición.

- Al poder equiparar la composición de organización de diversas superficies, si combinamos el organigrama con métricas como Precios, Ventas u otros indicadores, nos posibilita detectar si la composición está jugando un papel determinante en la diferencia de resultados entre 2 zonas.

- Si bien el organigrama no nos puede llevar a una conclusión por si solo, si nos posibilita detectar con más claridad los inconvenientes.

5. Ahorro de precios.

- Una vez que las empresas crecen, es complicado conservar un orden en la composición y a menudo están en la compañía posiciones que por el momento no son correctas, o que podrían ser de más grande beneficio si son cambiadas de localización.
- El organigrama nos ayuda en detectar dichos casos y permite la toma de elecciones acertadas.

Diagrama de flujo










Un diagrama de flujo representa gráficamente el flujo o sucesión de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la sucesión del proceso en cuestión, las unidades en relación y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo.

Son de enorme trascendencia ya que ayudan a nombrar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este. En la actualidad los diagramas de flujo son considerados en la mayoría de las empresas como uno de los más importantes instrumentos en la ejecución de cualquier método o sistema.

En el momento de representar y hacer un dibujo un diagrama de flujo hay una simbología usualmente aceptada. ANSI (American Normalitation and Standarization Institute) ha publicado una lista con símbolos nos ayudan a hacer diagramas de flujos en el momento de representar ocupaciones y el flujo de las mismas.

La lista de símbolos es un tanto extensa, no obstante, después, se muestra de forma fácil y práctica en el momento de hacer un dibujo de tus procesos:

Figura 2. Significado simbología de un diagrama de flujo

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Operación: Se usa para describir cualquier actividad. En el interior del rectángulo se escribe una breve descripción de la actividad.
	Límites del Proceso: Indica el inicio y el final de un proceso. En el interior del óvalo aparece la palabra inicio o fin.
	Punto de Decisión: Denota que en ese punto se toma una decisión. Los outputs salidas del diamante, son siempre dos y del tipo SI / No.
	Movimiento: Muestra el movimiento de un output entre distintos puntos de la organización.
	Conector: Señala que el output de ese proceso puede ser el input de otro (la letra indica el proceso de entrada)
	Dirección del flujo: Denota la dirección y el orden de los pasos del proceso
	Documento: Documento/registro.
	Listados: Listados / notas de trabajo acumulado, información referente a la actividad.
	Base de datos: Punto de archivo donde se retiene temporalmente la información, en espera que se cumplan otras condiciones para continuar el proceso. Puede llevar asociada una tarea de administración de almacenamiento.

Fuente: Iveconsultores (2015)

Procedimiento PEPS

El método PEPS (o FIFO, por sus siglas en inglés) es un sistema que posibilita la salida rápida de la mercancía que ingresó primero al depósito. De ahí el término “primeras entradas, primeras salidas”.

Este método es utilizado cuando la organización usa el sistema persistente de inventarios, mismo que posibilita el control del mismo al registrar con un kardex la ingreso y salida de la mercancía, así como la verdad en el depósito.

En dicho Kardex se registra cada producto, el precio de compra, la fecha de compra, el precio y fecha de salida.

Tal, el stock se renueva constantemente, evitando que los productos lleven mucho tiempo en el depósito. Sin embargo, cuando concluye el intervalo contable, las existencias reciben un precio según los últimos precios de compra, en lo cual el costo presente se registra en el inventario final.

El costo de ventas queda sujeto a los precios del inventario inicial, así como el de las ventas iniciales, por lo que no se actualiza. Todo esto tiene un impacto financiero notable.

La valuación del costo de ventas con los precios iniciales causa la sobrevaluación de la mercancía, un menor costo de compra, mayores utilidades y un más enorme inventario final.

Figura 3. Ejemplo de formato de control de entradas, existencias y salidas diarias de inventarios.

Empresa											
Producto											
Método de evaluación											
unidad de medida											
Mes											
			Entradas			Salidas			Existencias		
Fecha	Referencia	Talla	cantidad	valor unitario	valor total	cantidad	valor unitario	valor total	cantidad	valor unitario	valor total

Fuente: Elaboración propia

El método PEPS posibilita la orden de salida del inventario según su fecha de ingreso al depósito, así como la ubicación dentro del mismo.

Además, permite conocer el costo de la mercancía vendida en cada transacción y en su totalidad; saber las existencias después de cada transacción y la utilidad bruta. Incluso, cuando hay devoluciones, además reingresa con el mismo precio de cuando fue vendido.

El método PEPS muestra los inventarios con costos más recientes, lo que se traduce en utilidades mayores al ver las mercancías y, por ende, en una estimación más enorme de impuestos. Además, evita que las mercancías se devalúen o venzan en el depósito al darles salida de manera idónea.

Este método es eficaz para hacer el inventario de manera práctica y realista, sobre todo en épocas de inflación. Mario N (2018).

Valor actual neto

Se define el valor actual neto como el costo actual o presente de la diferencia entre ingresos periódicos y los egresos periódicos de una propuesta, también conocidos como flujos de efectivo neto. Se necesita una tasa de descuento, llamada tasa de expectativa o alternativa para la actualización de los flujos de efectivo netos, esta es una medida de la productividad mínima requerida por el proyecto que posibilita recobrar la inversión, obtener beneficios y cubrir los precios. La ecuación usada para su cálculo es la siguiente:

$$v_{AN} = -I_0 + \frac{FC1}{(1+i)^{\alpha 1}}$$

Donde: v_{AN} : Valor actual neto

FC : Flujo de caja

i : Tasa de interés

α : Periodo

2.3 MARCO LEGAL

A continuación, se detalla la normativa base del tema de estudio:

- Ley 1429 de 2010, sobre la ley de formalización y generación de trabajo, en la cual se incentiva a los nuevos emprendedores a formalizar sus negocios con una secuencia de beneficios que crea el Estado.
- Ley 1014 de 2006, sobre impulso a la cultura de emprendimiento, en la que se promueve el ánimo emprendedor a grado educativo en Colombia, haciendo un trabajo con las políticas y principios establecidos por la ley por medio del desarrollo empresarial.
- LEY 905 DEL 2 DE AGOSTO DE 2004 Mediante la cual se modifica la Ley 590 de 2000 y se dictan otras disposiciones. Las modificaciones de la Ley 590, permanecen encaminadas a Excitar la promoción y formación de mercados enormemente competitivos por medio del impulso a la persistente construcción y desempeño de micro, pequeñas y medianas organizaciones, Mipymes; Se crea el Sistema Nacional de Mipymes, formado por los tipos preeminente de pequeña y mediana organización, el consejo preeminente de microempresa y los tipos regionales; amplió la conformación del consejo preeminente de la microempresa, del consejo preeminente de la pequeña y mediana organización y consejo regional; Programas educativos para Mipymes y de construcción de organizaciones.
- LEY 29 DE 1990 – LEY DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA Es el marco que regula las disposiciones para el impulso de la indagación científica y desarrollo tecnológico, y la promoción de organizaciones fundamentadas en innovación y desarrollo tecnológico.

- LEY 590 DE 2000. Por la cual se dictan posiciones para fomentar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas organización. Tiene por objeto: Impulsar el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas organizaciones en importancia a sus capacidades para la generación de trabajo, el desarrollo regional, la unión entre sectores económicos, el aprovechamiento benéfico de pequeños capitales y teniendo presente la capacidad empresarial de los colombianos

3. METODOLOGÍA

3.1 Diseño

El presente proyecto se caracteriza por ser tipo exploratorio y descriptivo, con enfoque mixto. Para ello, se hace necesario la utilización de un modelo de encuestas para la recopilación de datos primarios teniendo en cuenta las opiniones de posibles consumidores de jeans de mezclilla y camisas de algodón de la población estudiada y un rango de edad de 18-más de 50 años la cual su diseño se presenta en Anexos y datos recopilados en Resultados del proyecto.

3.2 Materiales y métodos

Se realizan revisiones de fuentes de información primaria mediante la aplicación de encuestas. Se lleva a cabo el diseño de preguntas teniendo en cuenta en el contexto actual cuáles son las preferencias del cliente a tener en cuenta en el diseño del producto, otras como rango de precios aceptables, cada cuanto consumen el producto, canales de obtención del producto recomendables, entre otras preguntas de interés. También se acude a fuentes secundarias como libros, artículos que permitan entender el funcionamiento de herramientas de planeación a la hora de formular un estudio de factibilidad.

3.3 Procedimiento metodológico

Para lograrlo, se presentan las siguientes etapas de elaboración del proyecto:

1. Selección de localización y poblacional del proyecto:

El mercado de interés en el presente proyecto considera directamente la población de Galapa, teniendo en cuenta edades de entre 18-50, genero mujer, estratos 1y 2. Esta población que estadísticamente se recolecta es finita, sin embargo, no se cierra la posibilidad de vender el producto a otras ciudades a futuro, pero inicialmente sería dirigido a un porcentaje de esta población teniendo en cuenta el alcance del proyecto para el estudio de variables.

2. Ejecución de estudio de mercado para conocimiento de las preferencias del producto:

Con el fin de conocer la percepción de los consumidores de camiseta tipo polo y jeans mezclilla sobre las características del producto, precio, lugar o canal de venta. Todo ello, mediante el uso de una investigación de mercado con preguntas cerradas, tipo ABC. El diseño de la encuesta se evidencia en el apartado de anexos. Las encuestas a consumidores se realizarán por muestreo de conglomerados (familias en casas, edificios, negocios y escuelas cercanas al lugar de localización) debido a que se consideran grupos que pueden tener características particulares teniendo en cuenta el lugar, y que inciden en la información de las encuestas. El tiempo de aplicación de la encuesta es el mes de noviembre del 2021 en las primeras dos semanas.

3. Selección de herramientas de planeación operacional requeridas en el diseño previo del proyecto:

Las herramientas a utilizar dentro de la gestión del

proyecto son: caracterización de procesos, cálculo de punto de equilibrio, diseño de planta de la empresa, canal de venta del producto, organigrama y presupuesto, caracterización de materiales, inventario por el método PEPS.

4. Aplicación de herramientas base para el estudio de factibilidad financiera de creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico: Se entregan en el apartado de resultados las herramientas propuestas dentro del punto 3 que permita conocer procesos involucrados, personal del área administrativa y operativa, definición de cantidades de producción teniendo en cuenta recursos mínimos, el servicio a prestar de ventas y análisis factibilidad financiera.

4. RESULTADOS

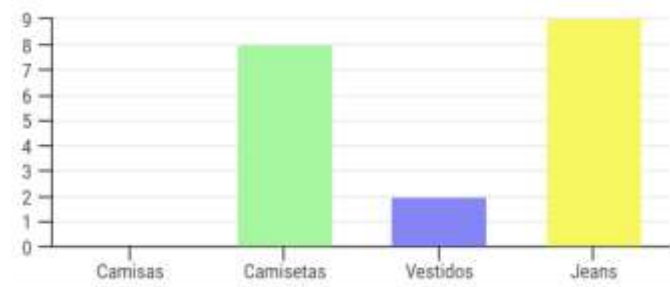
Para lograr determinar los recursos requeridos en la puesta en marcha del proyecto: Estudio de factibilidad financiera para la creación de un emprendimiento de confección de prendas de vestir en el municipio de Galapa- Atlántico, se deben considerar factores muy importantes como la localización, posibles escenarios de demanda, previo a ello se optó por conocer las opiniones de personas que viven en Galapa, con respecto a necesidades en prendas, uso de canales de venta, entre otras recolectadas mediante la aplicación de encuestas, presentadas a continuación en el presente estudio.

4.1 Encuestas realizadas en el sector de Interés

Como se menciona dentro del procedimiento metodológico para la aplicación de encuestas, consumidores aledaños permitieron la obtención de resultados previos, esto mediante la aplicación de la técnica muestreo conglomerado. Siendo seleccionados como muestra nueve criterios representativos de familias en casa, edificios, administrador de negocio y un colaborador de escuela para no descartar las características particulares por lugar.

Siguen 32 figuras que describen los resultados tabulados de cada pregunta realizada dentro del sector estudiado:

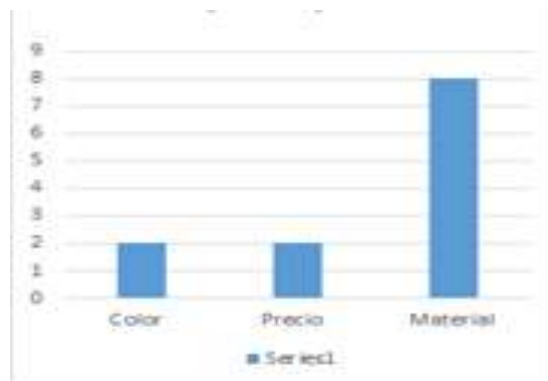
Figura 4. Prendas que compran con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

De acuerdo a lo observado en la Figura 4. Prendas que compran con mayor frecuencia se puede evidenciar que la prenda que se compra con mayor frecuencia resulto ser el jean, seguido de las camisetas debido a que es una prenda menos formal., el jean es una prenda básica que nunca pasará de moda es uno de los comentarios recibidos por los encuestados.

Figura 5. Características más importantes al momento de comprar

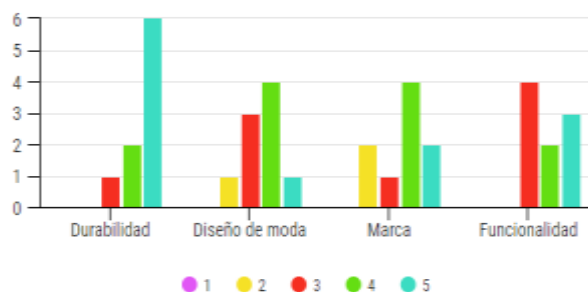


Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 5, características más importantes al momento de comprar se puede observar que la mayoría de las personas se enfoca en el material del producto, lo que nos indica que entre los encuestados resulta ser primordial el material con el que está hecha la prenda de

vestir, en especial si es algodón. Si algo se sabe es que la ciudad es calurosa, perteneciendo a la región norte del país por lo que, para evitar alergias en la piel, el material debe ser de buena calidad. El color y precio son las características con menor ponderación.

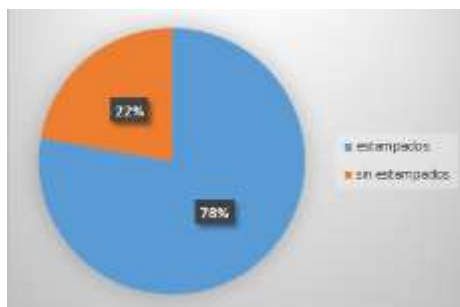
Figura 6. Características de preferencia de las personas



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 6, características de preferencia de las personas se puede observar que la durabilidad resulta ser la característica que presenta el mayor grado de importancia entre los encuestados.

Figura 7. Preferencias de estampados



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 7, se puede evidenciar que el 78% de la población encuestada, prefiere sus prendas con estampados, mientras que el 22% lo prefiere sin estampado.

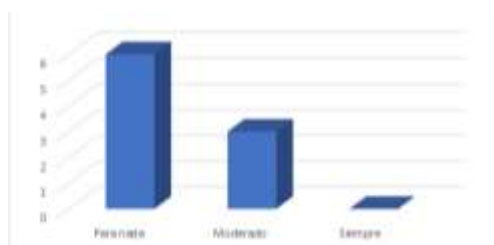
Figura 8. Colores de preferencia



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

La gran mayoría de personas encuestadas tienen preferencia por el color blanco en sus prendas de vestir, y los colores con menor preferencia son el verde y el amarillo.

Figura 9. Compra ropa de acuerdo a la temporada de moda



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 9, se puede observar que la mayoría de la población encuestada no compran ropa en temporada de moda y una mínima parte de la población si lo hace.

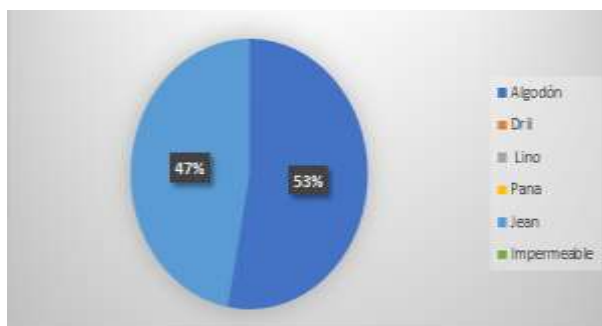
Figura 10. Mes del año en el que compran más ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 10, se puede observar que la mayoría de personas encuestadas, compra más ropa en el mes de diciembre, dos personas en junio, una persona en octubre y una en noviembre.

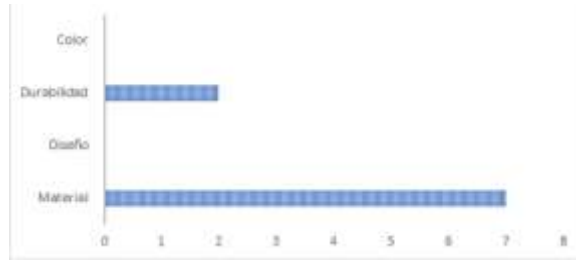
Figura 11. Material de preferencia en las prendas de vestir



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 11, se puede observar que la mayoría de la población encuestada eligieron entre algodón y jeans.

Figura 12. Características que mejoraría de la ropa que adquiere en el mercado



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 12, se logró evidenciar que la característica que la mayor parte de la población mejoraría en una prenda de vestir es el material, le sigue la durabilidad y las características color y diseño no presentaron ninguna puntuación.

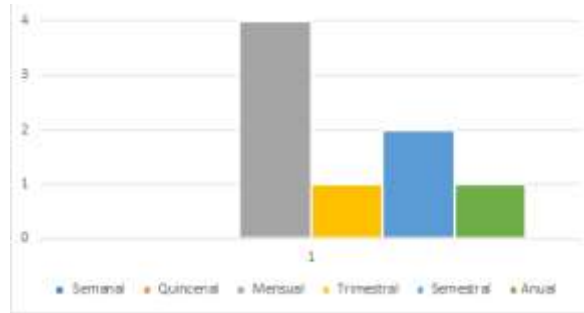
Figura 13. Marcas de interés



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 13, se puede observar que las personas encuestadas muestran poco interés por las marcas de sus prendas, ya que la totalidad de la población selecciono que al momento de comprar su ropa eligen cualquier marca.

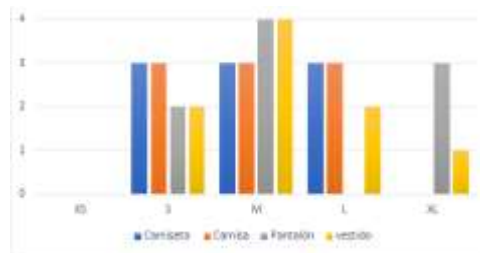
Figura 14. Frecuencia de compra



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 14 se pudo evidenciar la frecuencia con la que las personas compran ropa, se puede observar que la mayoría de la población adquiere la ropa mensualmente y la mínima parte de la población lo hace anual y trimestral.

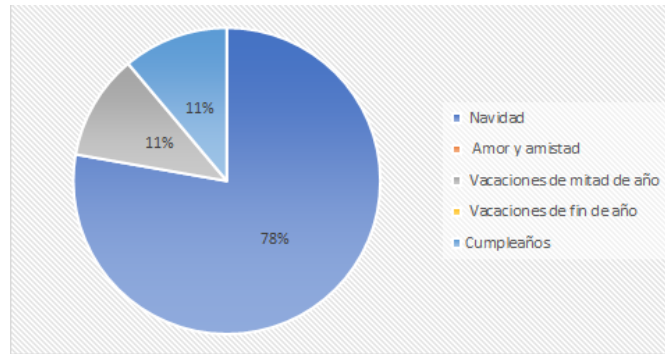
Figura 15. Tallas



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 15, se puede observar las tallas de las personas encuestadas, siendo M la talla de la mayoría de las personas, seguida de la talla s, luego L, luego XL, y ninguna de las personas encuestadas es de talla XS.

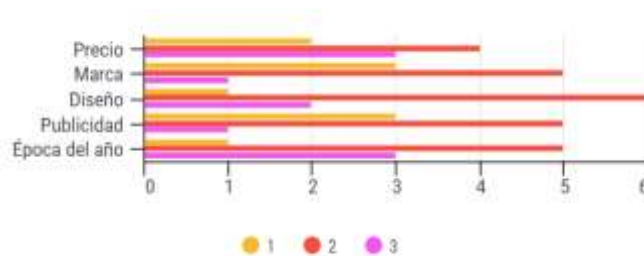
Figura 16. Ocasión en la que compra más ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 16, se puede observar que la mayor parte de la población encuestada compra su ropa en navidad, y la menor parte de las personas encuestadas lo hacen en ocasiones como cumpleaños y vacaciones de mitad de año.

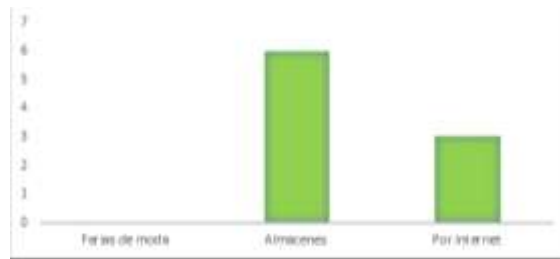
Figura 17. Factores decisivos al momento de comprar ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

En la figura 17 se puede observar los factores que tienen en cuenta las personas encuestadas al momento de comprar ropa, siendo la época del año y el precio, los factores que más destacan, mientras que los menos destacados son la marca y la publicidad.

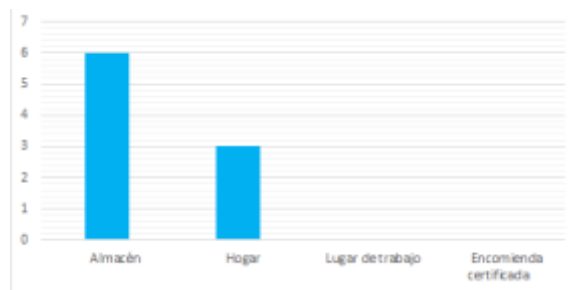
Figura 18. Lugar en el que compra ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

La mayor parte de la población prefiere comprar su ropa en los almacenes, mientras que el resto, prefiere hacerlo por internet.

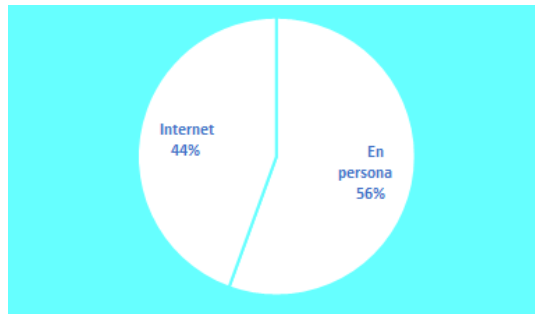
Figura 19. Punto de entrega de la ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar el lugar donde reciben la ropa las personas encuestadas, vemos que la mayoría lo hace en el mismo almacén y la menor parte prefiere recibirla en su hogar.

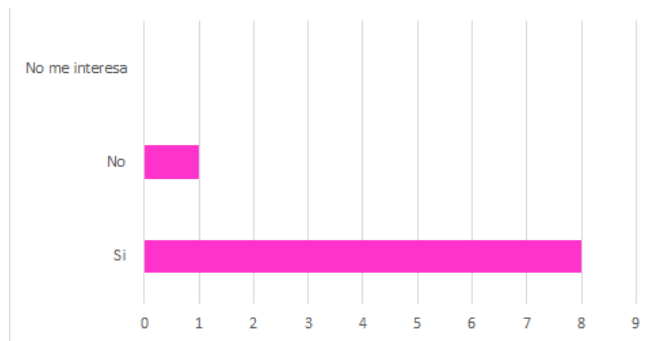
Figura 20. Canal de compra



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar que el 56% de las personas encuestadas realiza su compra personalmente, mientras que el 44% prefiere hacerlo por internet.

Figura 21. Utiliza métodos electrónicos para comprar ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar que la mayoría de las personas utiliza métodos electrónicos para adquirir sus prendas, mientras que la menor parte no lo hace.

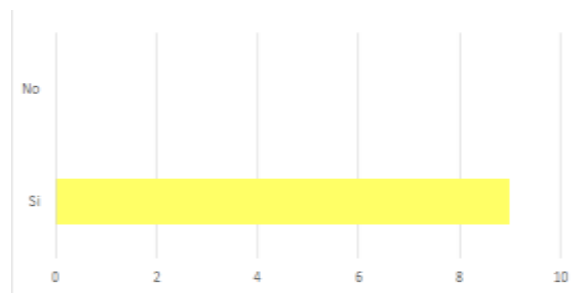
Figura 22.. Utiliza catálogos para comprar ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar si las personas encuestadas utilizan catálogos para comprar ropa, vemos que el 89% de la población si lo hace, mientras que el 11% no.

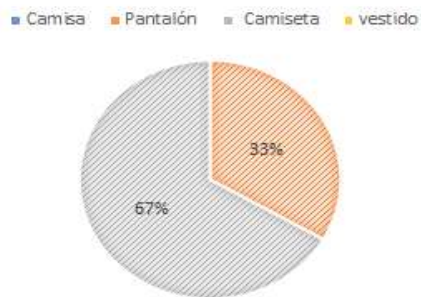
Figura 23. Interés por adquirir bonos por compras realizadas de acuerdo a la cantidad de prendas compradas



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar a toda la población encuetada le interesa adquirir bonos por las compras que realice.

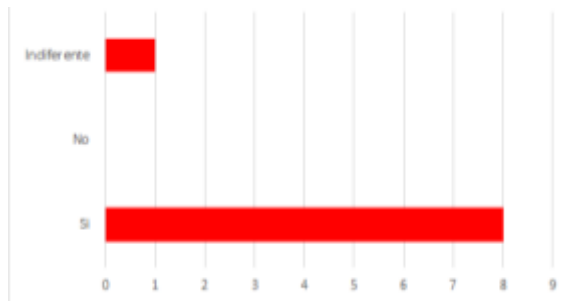
Figura 24. Prenda que daría como regalo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Un 67% de la población encuestada daría una camiseta como regalo, mientras que el 33% obsequiaría un pantalón.

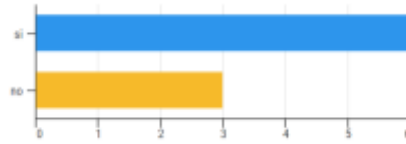
Figura 25. Pagaría por el envío de ropa



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas pagaría por recibir la ropa en su hogar y una menor parte se muestra indiferente.

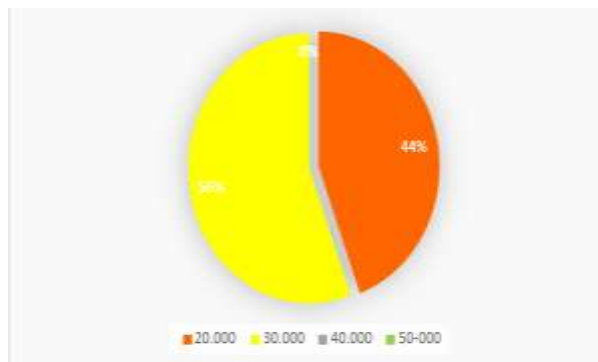
Figura 26. Participaría en el diseño de los productos con un mayor costo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se logra observar que la gran parte de la población encuestada participaría en el diseño de los productos con un mayor costo, mientras que a la mínima parte de la población no le interesa.

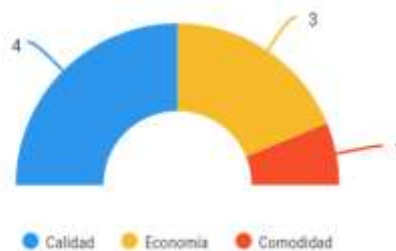
Figura 27. Precio asequible de camisetas tipo polo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar que el 44% de la población compraría una camiseta tipo polo a un precio de \$20.000, mientras que el 56% lo haría por un precio de \$30.000.

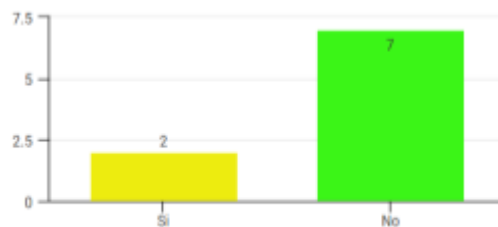
Figura 28. Factor que lo llevó a determinar el precio



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se logra observar que la mayoría de las personas encuestadas seleccionaron la calidad como factor para la determinación del precio, seguido de la economía y la mínima parte de la población seleccionó la comodidad.

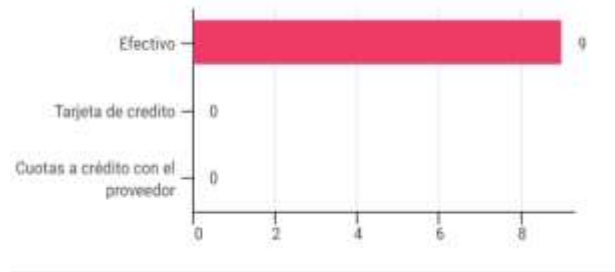
Figura 29. Influencia del conocimiento de la marca sobre su compra



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar que solo a una mínima parte de la población muestra interés en el conocimiento de la marca de su ropa, mientras que a la mayoría no le interesa.

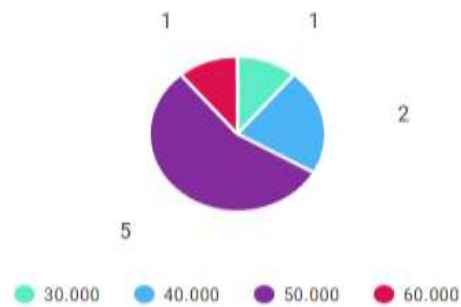
Figura 30. Modalidad de pago



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar que el 100% de las personas encuestadas prefieren pagar sus prendas con dinero en efectivo.

Figura 31. Precio asequible de jeans



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar la mayoría de las personas compraría un jean a un precio de 50.000 seguido de 40.000 y una mínima parte de las personas lo harían a un precio de 30.000 y 60.000.

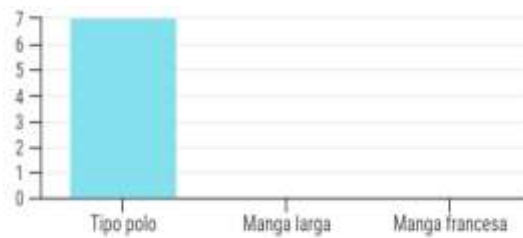
Figura 32. Se encuentra trabajando



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran trabajando, mientras que una pequeña parte no lo hace.

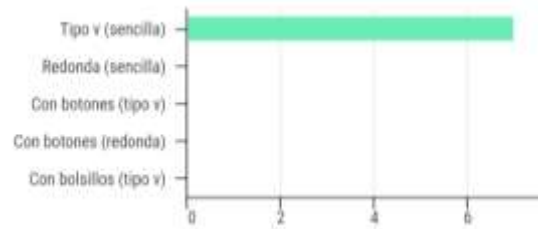
Figura 33. Tipo de camisas que utiliza para su trabajo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

El 100% de personas encuestadas que se encuentran laborando, utilizan camisetas tipo polo en su trabajo.

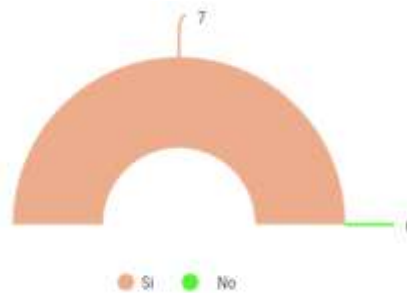
Figura 34. Tipo de cuello de camiseta que utiliza para su trabajo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar que las personas encuestadas que se encuentran trabajando utilizan en su trabajo camisetas con cuello tipo v.

Figura 35. Utiliza jeans en el uniforme de su trabajo



Fuente: Elaboración a partir de resultados de la encuesta

Se puede evidenciar que el 100% de la población encuestada que se encuentra laborando utiliza jeans en el uniforme de su trabajo.

Como se puede observar en la información obtenida dentro de las encuestas, los jeans y camisas se validan como prendas de uso básico, también que lo más importante es la calidad de la tela, por el clima, que el color con mayor preferencia de compra de encuestados es el blanco por ser un color neutro, tanto para dama como caballero, que en la

población de estudio es preferible el pago en efectivo y para laborar generalmente la opción en especial en el sector comercial son camisas polo y jean básico, con un precio en un intervalo de COL\$40.000-50.000 en su mayoría y que el emprendimiento en el municipio es abierto debido a que los encuestados afirmaron que no importa si la ropa es de marca o no, reiterando que independientemente que sea local o de otros sitios la calidad y frescura de la tela si cuenta.

Luego de la presentación de las encuestas, serán presentados los datos de localización del municipio en estudio, población estimada y posibles escenarios de desarrollo del proyecto:

4.2 Estudio de demanda

El emprendimiento diseñado es proyectado con el fin de ofrecer el producto dentro de la población de Galapa con camisas tipo polo y jeans con punto de localización en el Barrio Villa Olímpica, en el Noreste De Galapa.

El municipio tiene 39 barrios y la población estimada en el año 2020, ha sido de aproximadamente 60.708 personas, de las cuales un 50,14% son hombres y 49% mujeres, teniendo en cuenta las informaciones del plan de desarrollo- Galapa Progreso para todos- 2020-2023, por lo que, si hay demanda poblacional aledaña al lugar físico de venta para el género que se proyecta en ventas, en este caso, prendas para mujeres (Consejo Municipal Galapa, 2020).

A continuación, se describe el comportamiento poblacional del municipio haciendo un comparativo de tres años base, demostrándose en la compilación de datos un comportamiento creciente del año 2018 a año 2020. Ver tabla 1.

Tabla 1. Comportamiento poblacional del municipio de Galapa por edades (2018,2019, 2020).

Edades	2018	2019	2020
Juventud (18 a 28 años)	11.346	12.095	12.616
Adulterez (29 a 59 años)	22.909	26.249	25.740
Persona mayor (60 años y más)	5.571	5.979	6.361

Fuente: Consejo Municipal Galapa (2020).

Como se observa en la tabla 1, las edades que destacan en aumento de su tasa poblacional son entre 18-28 años y mayores de 60 años entre los tres periodos. Con respecto a edades de 29 y 59 años, entre 2018 y 2019, aumenta también y aunque hubo una disminución en el periodo 2020 se mantiene un número mayor de habitantes que en el año 2018. Las anteriores son edades de interés directo dentro del proyecto en el diseño de tallas y modelos. Las cuales presentan valores poblacionales que se mantienen y conforman un dato positivo de la población objetivo. A continuación, en la figura 36, se muestra la localización geográfica de Galapa:

Figura 36. Localización geográfica municipio de Galapa y Barrio Villa Olímpica



Fuente: Consejo Municipal Galapa (2020).

Como se puede observar, Galapa colinda con varios municipios y en gran grado de cercanía, la capital del Atlántico, Barranquilla, la cual contiene un número grande poblacional y de la que se puede también por canales virtuales y redes sociales gestionar posibles clientes y proveedores de material del producto.

4.3 Estudio de posibles clientes en el área de interés y propuesta de canales de venta.

Teniendo en cuenta la necesidad de hacer prospecciones dentro del Barrio, de posibles clientes (negocios) se utiliza como apoyo la herramienta Google Maps, de la cual se deriva la siguiente tabla:

Tabla 2. Empresas comercializadoras de ropa localizadas en el municipio de Galapa

Nombre	Dirección
Almacen Tierra Santa	Cl. 10 #21-156, Galapa, Atlántico
Estilo & moda by luz valeth	Cl. 10 #19-25, Galapa, Atlántico
Estreno Galapa	Cl. 10 #21-04, Galapa, Atlántico
Kiwi Tienda de Ropa y Accesorios	Carrera 15A#16-79, Galapa, Atlántico

Fuente: Google Maps

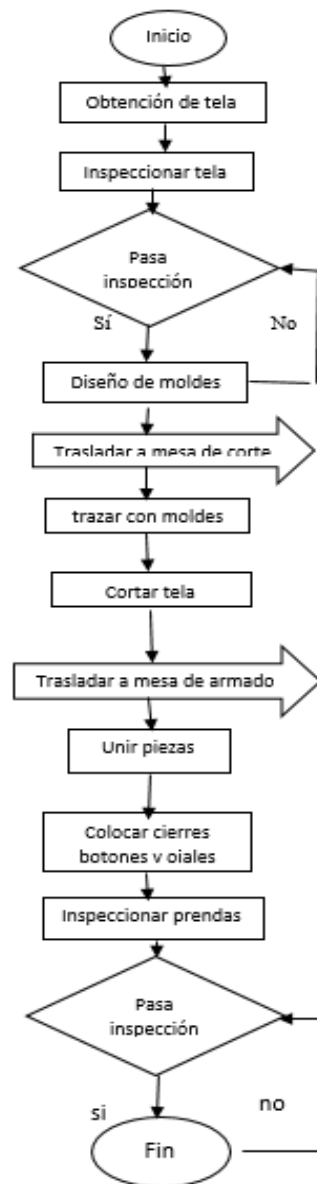
De acuerdo con lo presentado en la tabla 2, una posible demanda indica la existencia de cliente persona y de negocios para la oferta de producto. Se requiere dentro de la propuesta de marketing un punto de venta físico para los dos productos, y la creación de una cuenta empresarial via Instagram, Facebook, empresarial, que permita la oferta online con servicios contra entrega, teniendo en cuenta que se inicia como un emprendimiento pequeño. El proyecto requiere, una persona que maneje esta cuenta (Cargo de Gerencia administrativa), pendiente de los pedidos a realizarse asimismo de la publicidad y promoción, las condiciones iniciales serán pagos a contraentrega para asegurar el valor en dinero, antes de la entrega del producto.

4.4 Recursos requeridos, descripción del proceso de elaboración del producto y plano del lugar, organigrama, seguimiento de inventario.

Para el análisis de la maquinaria requerida, capacidad y precios, se realiza previamente un diagrama de flujo como lo muestra la figura 37 que representa las actividades requeridas

del negocio y una caracterización tanto del proceso de fabricación de camisas como de Jeans Mezclilla, detallados dentro de las tablas 3 y 4 del presente documento.

Figura 37. Elaboración del diagrama de flujo de procesos de producción de prendas de vestir



Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en la figura 37 se encuentran en mención las actividades básicas para llevar a cabo la producción de camisas y jeans, que requiere en primera medida la obtención de tela en el almacén, otros procesos para la elaboración de camisas son:

- **Diseño** Se realiza el diseño de la camiseta tipo polo para proceder a sacar los moldes en papel manila.
- **Cortado** En este paso colocamos los moldes sobre la tela para cortar las distintas piezas de la prenda en la mesa de cortado, utilizando una cortadora manual.
- **Armado** Luego, en la mesa de armado, se procede a unir todas las piezas para formar la camiseta utilizando la maquina plana, fileteadora y ojaladora.
- **Terminado** Finalmente, colocamos los botones utilizando la maquina recta

Los procesos para la elaboración de jeans son semejantes a los de otros tipos de prenda como camisas sin embargo se describen en detalle a continuación:

- **Diseño** En este paso se utiliza el diseño del jean para realizar los moldes de cada pieza en papel de manila para las diferentes tallas de los pantalones
- **Cortado** A continuación colocamos la tela sobre la mesa de cortado, luego se ponen los moldes sobre la tela para realizar los trazos y el corte, el cual se lleva a cabo con una maquina cortadora de uso manual.
- **Armado** Luego se transportan las piezas a la mesa de armado donde se unen las piezas cortadas anteriormente realizando el ensamblaje del jean, Utilizando la máquina de coser recta, y la fileteadora.
- **Terminados** Para concluir con el proceso se colocan los cierres, los ojales, botones y remaches utilizando la maquina recta, ojaladora y remachadora.

Sigue la caracterización de procesos para cada producto:

Tabla 3. Caracterización del proceso de fabricación de camisas

Proveedores	Entrada	Procesamiento	Salidas	Clientes
<p>Proveedores de materiales</p> <p>Proveedores de papelería</p>	<p>Tela de algodón</p> <p>Hilo (calibre 120)</p> <p>Hilaza</p> <p>Agujas</p> <p>Operarias de maquinas</p> <p>Tijeras</p> <p>Botones</p> <p>Capital</p> <p>Asesoría de un contador</p> <p>Servicios públicos</p> <p>Asesoría de un Abogado</p>	<p>Fileteadora, remachadora, maquinas planas, ojaladora (ojal recto)</p> <p>Pulidora</p> <p>Mesa de corte</p>	<p>Camisas de algodón tipo polo</p>	<p>Habitantes del Barrio Villa Olímpica</p> <p>Personas en edades entre 18 años y más de 60(género femenino).</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Caracterización del proceso de fabricación de jeans de mezclilla

Proveedores	Entrada	procesamiento	salidas	Clientes
Proveedores de materiales Proveedores de papelería	Tela de mezclilla Hilo Agujas Operarias de maquinas Capital Cremalleras Remaches Botones Asesoría de Contador Asesoría de Abogado	Ojaladora (ojal de lagrima) Maquina plana Fileteadora Mesa de corte	Jeans de mezclilla	Habitantes del Barrio Villa Olímpica Personas en edades entre 18 años y más de 60(género femenino).

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestran las cantidades de tela y materia prima requeridas por unidad de producto las cuales fueron sugeridas mediante especialistas en el área, y cuyas

contribuciones fueron fundamentales en el desarrollo del presente proyecto, asimismo el diseño de las prendas se muestra en la figura 38:

Cantidad de tela: Suéteres (por talla en Colombia)

- S: 1m
- M: 1,15m
- L: 1,3m
- XL: 1,45m

Cantidades de Hilo:122 yardas

Botones: 2 unidades para camisa tipo polo

Cantidad de tela: Jeans (por talla en Colombia)

- 8: 1,20m
- 10: 1,30m
- 12:1,40m
- 14: 1,50 m

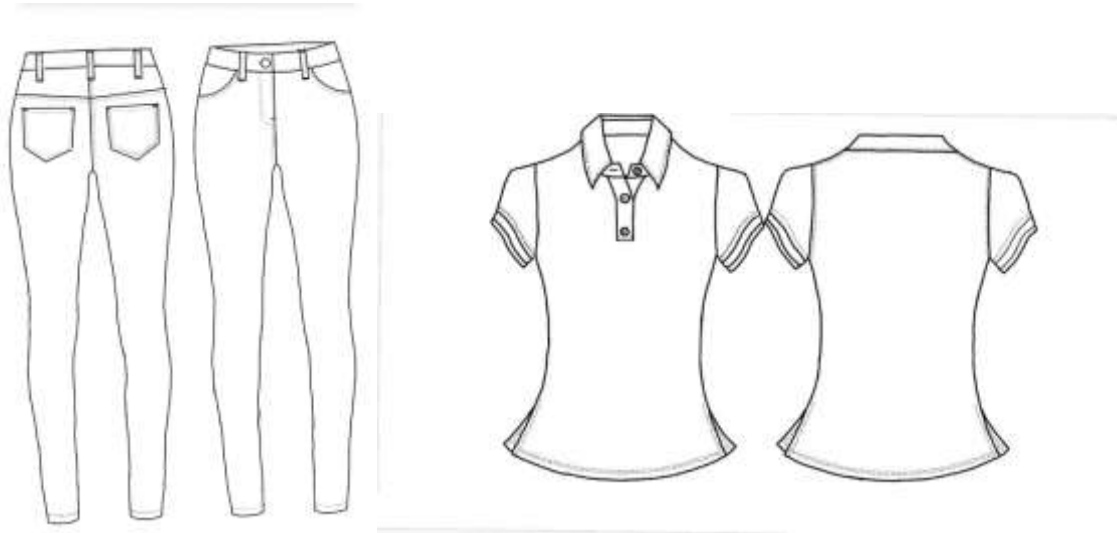
Cantidades de Hilo:250 yardas

Botones: 1 unidad

Cremallera: 1 unidad

Remaches: opcional

Figura 38. Diseño de producto



Fuente: Elaboración propia

Para estas prendas las medidas preestablecidas serán las indicadas en las tablas 5 y 6 a continuación:

Tabla 5. Medidas base de prenda: jeans

Talla/cm	Contorno de cintura alta	Contorno de cintura media	Contorno de cadera	Largo
8	66-68	78-80	95-97	111 -113
10	70-72	82-84	99-101	114 -116
12	74-76	86-88	103-105	116-118
14	78-80	90-92	107-109	117-119

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Medidas base de prenda: Camiseras tipo polo

Talla/c m	Pecho	Cintur a	cadera	Largo del torso
S	40-42	36-38	42-44	44-45
M	42-44	38-40	44-46	45-46
L	44-46	40-42	46-48	46-47
XL	46-48	42-44	48-50	47-48

Fuente: Elaboración propia

Siguen los costos promedio directos asociados de materia prima cantidades de tela por unidad y metro los cuales fueron obtenidos mediante consulta de dos proveedores en la ciudad, Tienda de telas el Barato cra 41#36-13 y Adornos Costuritas Cra 43 #32-109:

- Tela de algodón: metro COL\$13.900
- Tela de mezclilla: metro COL\$15.900
- Hilaza: COL\$3.800
- Agujas máquina de coser: 10uni COL\$6.500
- Hilo: COL\$7.200 (2000 yardas)
- Botones: COL\$200 1uni
- Cremalleras: COL\$1.500
- Tijeras de confección: COL\$35.000
- Remaches: COL\$500

- Botón de jeans: COL\$3.000

Teniendo en cuenta un estudio realizado de posibles proveedores de maquinaria, se obtienen los resultados compilados en la siguiente tabla:

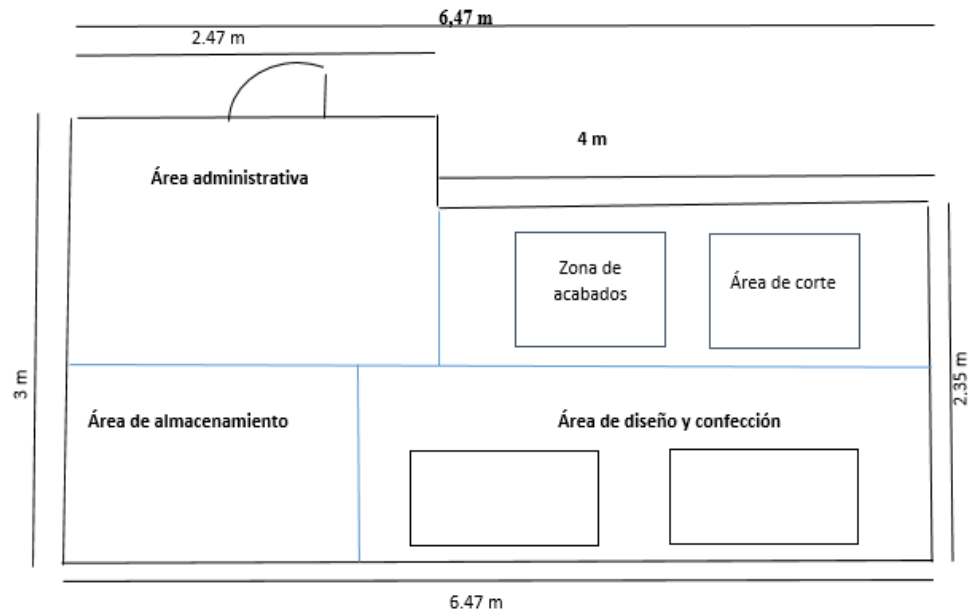
Tabla 7. Precios de proveedores de Maquinaria Requerida dentro del proyecto (para los dos productos, en pesos colombianos).

Almacén	Fileteadora	remachadora	maquinas planas	Ojaladora (recto/lagrima)	Pulidora	cortadora
SINGER (Direccion- Barranquilla)	\$1.300.000	No aplica	\$1.200.000	No aplica	\$3.000	\$387.000
Centro de Barranquilla	\$1.700.000	\$185.000	\$1.300.000	\$1.200.000	\$3.000	\$275.000
servocostura	\$1.450.000	\$215.000	\$1.230.000	\$ 1.500.000	\$5.000	\$382.000
Costos promedios	\$1.483.000	\$200.000	\$1.243.000	\$1.950.000	\$3.666	\$348.000

Fuente: Elaboración propia

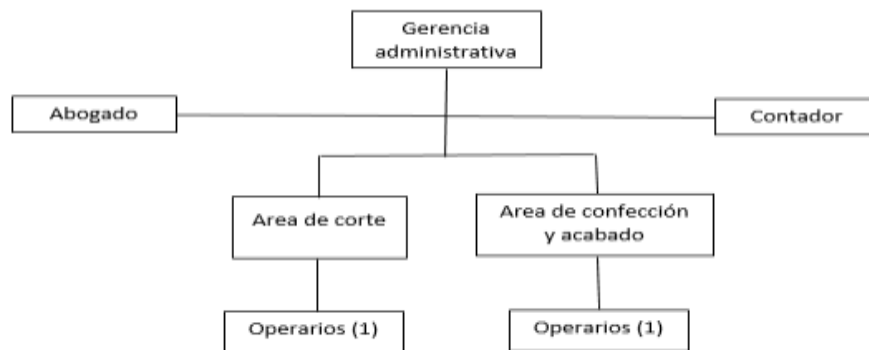
A continuación, se muestra el prediseño del plano del lugar y definición del organigrama de recurso humano a dirigir y trabajar en el área:

Figura 39. plano del lugar de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Figura 40. Organigrama administrativo y operacional del negocio



Fuente: Elaboración propia

El contador y el abogado serán contratados bajo Orden de Prestación de Servicios (OPS) con funciones de asesoría para la toma de decisiones.

El área de corte contará con un operario encargado de realizar la inspección, el diseño y el corte de la tela de los dos productos, y en el área de confección y acabado, estará un operario encargado de unir todas las piezas para la confección y los acabados de los productos, siendo así un total de dos operarios en el área de producción.

Salario del personal

El salario del personal será establecido teniendo en cuenta los costos asociados del negocio, las habilidades, funciones y el nivel de experiencia que tenga cada uno.

El seguimiento de inventario se realizará mediante el formato indicado dentro de la tabla 6, el tipo de inventario será PEPS es decir lo primero que se fabrica será lo primero en salir.

Tabla 8. Control de inventarios

Empresa											
Producto											
Método de evaluación											
unidad de medida											
Mes											
			Entradas			Salidas			Existencias		
Fecha	Referencia	Talla	cantidad	valor unitario	valor total	cantidad	valor unitario	valor total	Cantidad	valor unitario	valor total

Fuente: Elaboración propia

4.5 Definición financiación del proyecto.

4.5.1 Costos fijos

Costos estimados maquinaria fija (fileteadora, remachadora, maquina plana, ojaladora, pulidora, cortadora) = \$1.483.000 + \$200.000 + \$1.243.000 + \$1.950.000 + \$3.666 + \$348.000=\$5.227.666

Costos estimados mano de obra mensual= 2 salarios mínimos (operaria corte- operaria confección y acabado+ transporte + prestaciones sociales+ parafiscales+ seguridad social

Costos estimados mano de obra mensual = \$2.000.000 (1 millón cada)+ \$234.344(117.172 cada)+ 477.976(238.988 cada)+80.000 (40.000 cada)+ 288.720(144.360 cada)=3.081.040

Donde:

Tabla 9. Prestaciones sociales (costo individual mes- año 2022)

prima de servicios	\$ 93.060
Cesantías	\$ 93.060
Intereses sobre cesantías	\$ 11.167
Vacaciones	\$ 41.700
Total prestaciones	\$ 238.988

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Aporte parafiscal (costo individual mes- año 2022)

SENA	No aplica
ICBF	No aplica
Caja de compensación	\$ 40.000
Total parafiscales	\$ 40.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Seguridad social (costo individual mes- año 2022)

Aportes a salud (16%)	No aplica
Aportes a pensión (12%)	\$ 120.000
Riesgos laborales	\$24360
Total seguridad social	\$ 144.360

Fuente: Elaboración propia

Las casillas que indican No aplica es por trabajador que devengue inferior a 10 SMMLV.

Donde Salud, SENA e ICBF exceptúan cancelación.

Teniendo en cuenta la información anterior entonces:

Costos estimados mano de obra anual = $3.081.040 * 12 \text{ meses} = \$36.972.480$

Costos estimados personal administrativo mensual= 1 gerente administrativo salario base \$1.400.000 mensual +auxilio de transporte por \$117.172 + prestaciones sociales \$ 305.667+aporte parafiscal \$56.000 + seguridad social \$ 175.308= \$2.054.147

Costos estimados personal administrativo anual=\$24.649.764

Tabla 12. Prestaciones sociales (costo individual mes- año 2022)

prima de servicios	\$ 116.667
Cesantías	\$ 116.667
Intereses sobre cesantías	\$ 14.000
Vacaciones	\$ 58.333
Total prestaciones	\$ 305.667

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Aporte parafiscal (costo individual mes- año 2022)

Caja de compensación	\$ 56.000
----------------------	-----------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Seguridad social (costo individual mes- año 2022)

Aportes a salud	No aplica
Aportes a pensión	\$ 168.000
Riesgos laborales	\$ 7.308
Total seguridad social	\$ 175.308

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Costos variables

Se seleccionan como costos variables los costos asociados al producto que en términos de inflación pueden aumentar, en este caso el valor de materiales de jean y tela que pueden variar de un mes a otro, sin embargo, se toma como valor de costo por material el consignado en la siguiente tabla.

Tabla 15. Costo por cantidad de tela de algodón y otros asociados para camisas

Talla	Metros requeridos	Costo por unidad de tela	Costo hilo (122 yardas)	Botones (2 unidades)	Costo total
S	1	\$ 13.900	\$439,2	\$ 400	\$ 14.739,2
M	1,15	\$ 15.985		\$ 400	\$ 16.824,2
L	1,3	\$ 18.070		\$ 400	\$ 18.909,2
XL	1,45	\$ 20.155		\$ 400	\$ 20.994,2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Costo por cantidad de tela y otros asociados para jeans

Talla	Metros requeridos	Costo por unidad de tela	Costo hilo (250 yardas)	Botones (1 unidad)	Remaches	Cremallera	Costo total
8	1,2	\$ 15.900	\$900	\$3.000	Opcional	\$1.500	\$ 20.400
10	1,3	\$ 16.059		\$3.000			\$ 20.559
12	1,4	\$ 16.220		\$3.000			\$ 20.720
14	1,5	\$ 16.382		\$3.000			\$ 20.882

Fuente: Elaboración propia

Por operaria al día teniendo en cuenta que es un emprendimiento y cada operaria hace todo el proceso (corte, confección, pegado botón, entre otros) se estima de acuerdo al conocimiento especializado de personal que trabaja en el sector, una hora para la obtención de una unidad de camisa y una hora 20 minutos para unidad de pantalón, por ende, las dos operarias juntas estarían al día realizando un total de 8 camisas y 6 jeans en una jornada de 8 horas diarias. Si se proyecta el trabajo de lunes a sábado con un total de 48 horas, entonces se estarían fabricando a la semana 48 camisas y 36 jeans. Se proyecta al mes la fabricación de 192 camisas y 144 jeans para un total de 336 prendas, los costos unitarios serían los siguientes:

Tabla 17. Costos mensuales proyectados

Camisas talla	Unidades	Costo total	Jeans talla	Unidades	Total
S	48	\$ 707.481,6	8	36	\$ 734.400
M	48	\$ 807.561,6	10	36	\$ 740.124
L	48	\$ 907.641,6	12	36	\$ 745.920
XL	48	\$ 1.007.721,6	14	36	\$ 751.752
TOTAL		\$ 3.430.406,4	TOTAL		\$ 2.972.196

La suma mensual de costos por 336 unidades sería de \$6.015.236.6 y anual estimado para 2022 de \$72.182.839.2 pesos colombianos. En términos de inversión se proyecta para el funcionamiento del negocio los valores dentro de la tabla 15.

Tabla 18. Financiación del proyecto (pesos colombianos)

ELEMENTO	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL	PORCENTAJE
Costos fijos anuales/mensuales	Costos promedio	\$5.227.666 año/2.613.833 mes	\$76.449.910 anuales/6.370.825 mensuales	49%
	Maquinaria			
	Personal administrativo (anual)	\$24.649.764año/\$2.054.147 mes		
	Mano de obra directa (anual)	\$36.972.480año/ \$3.048.040 mes		
	Alquiler de espacio (7 metros cuadrados)	\$9.600.000año/\$800.000 mes		
Costos variables anuales	4032 prendas proyectadas	\$72.182.839.2año/6015236.6mes	\$78.763.840,2 anuales/6.513.653.35 mensuales	51%
	Servicios públicos	\$3.000.000año/\$250.000mes		
	Mantenimiento de equipos	\$3.581.001año/\$298.416,75mes		

Fuente: Elaboración propia

El precio para los 8 productos con un total de 4.032 prendas se estima el siguiente precio unitario.

Tabla 19. Estimación del precio unitario por tipo de producto (pesos colombianos)

Talla camisa (4 productos)	Costo total	Valor adicional margen de utilidad (doble del costo)	Precio individual camisas	Talla jeans (4 productos)	Costo total	Valor adicional margen de utilidad (doble del costo)	Precio individual jeans
S	\$ 14.739	\$ 14.739	\$ 29.478	8	\$ 20.400	\$ 20.400	\$ 40.800
M	\$ 16.824	\$ 16.824	\$ 33.648	10	\$ 20.559	\$ 20.559	\$ 41.118
L	\$ 18.909	\$ 18.909	\$ 37.818	12	\$ 20.720	\$ 20.720	\$ 41.440
XL	\$ 20.994	\$ 20.994	\$ 41.988	14	\$ 20.882	\$ 20.882	\$ 41.764

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Estimación del precio para 4032 unidades anuales (pesos colombianos)

Talla Camisas		Talla Jeans	
S	\$ 118.855.296	\$ 164.505.600	8
M	\$ 135.668.736	\$ 165.787.776	10
L	\$ 152.482.176	\$ 167.086.080	12
XL	\$ 169.295.616	\$ 168.392.448	14
TOTAL	\$ 576.301.824	\$ 665.771.904	TOTAL

Fuente: Elaboración propia

Sumados estos valores en precios (\$ 576.301.824+\$ 665.771.904) daría un total de \$1.242.073.728 menos \$72.182.839.2 de materia prima de las prendas contraen una utilidad bruta de \$1.169.890.889.

Antes de analizar la factibilidad del proyecto se menciona que este cuenta con una inversión inicial de 50% del dinero para su puesta en marcha, la cual se solicita al banco con interés de 22,21% anual, es decir, mensual 1,85%

Sigue el cálculo de valor actual neto mensual para saber la factibilidad del negocio teniendo en cuenta los recursos bases requeridos del proyecto:

$$v_{AN} = -I_0 + \frac{FC1}{(1+i)^{a1}}$$

Se recuerda que FC es flujo de caja, es decir: ingresos-egresos donde costos fijos y variables son egresos, a1 es año 1 y i tasa de interés del banco, por lo tanto, al reemplazar se obtiene:

$$v_{AN} = -36.091.419,6 + \frac{1.272.073.728 - 72.182.839,2}{(1+22,21)^1} = \$14.313.185,69$$

Como se puede observar el valor VAN es positivo por lo que el proyecto es rentable a un periodo de un año. Se puede observar que el valor del interés es alto, es decir que el 22,21% de \$72.182.839,2 de los costos del proyecto, estos, suman \$14.313.185.69 por lo que es importante disponer de accionistas o capital base para no repagar en impuestos el dinero que se va ganando a medida que pasen los meses.

DISCUSIONES

Teniendo en cuenta la información previa dentro del apartado de resultados, se establece que realmente las herramientas de trabajo propuestas e información de expertos en el sector textil son esenciales para la construcción de indicadores que permitan saber como comenzar un negocio.

Teniendo en cuenta el caso presentado en el proyecto, la fórmula de van permite establecer la factibilidad del proyecto teniendo en cuenta la variable costo, precio las cantidades a estimar a largo plazo.

Se recomienda que siempre en los proyectos se busque la forma de optimizar los costos asociados así se aumenta las utilidades eso si, sin que se vea afectada la utilidad, teniendo en cuenta que el precio total debe tener un margen alto sin afectar la capacidad adquisitiva del consumidor.

Los costos más altos fueron los costos variables que incluyen la fabricación del producto, otros costos altos se asocian a nómina y por los valores se sugiere a cargos como contador, y abogado que sean pagados por prestación de servicios ya que asocia otros valores de prestaciones sociales que inflan los valores. También se sugiere llevar el control de inventario diario para la proyección de clientes y ventas conforme como se vaya moviendo el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, S. and Torres, L., 2018. Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital. [ebook] bogota.: <Link >
- Andía W. y Paucara E. (2013) Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf>
- Arturo K. (2020) Qué es un plan de negocios y cómo hacer uno Recuperado de:
<https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>
- Alegria, K. and Castañeda, M., 2009. *Plan de negocio para la creación de una empresa de confección y comercialización de prendas para dama en la ciudad de santiago de cali*. [ebook] Cali. Available at: <link > [Accessed 29 April 2021].
- Campos, C., 2017. *Estrategia e Internacionalización en las PYMES: Caso Antioquia. Cuadernos de Administración*. [ebook] Medellin. Available at: [link](#)
- Cardenas, P., 2012. *Plan de negocio: comercializadora de textiles para hogar (tapihogar sas)*. [ebook] Bogota. Available at: <link > [Accessed 29 April 2021].
- Carr, M. 2004 CHAINS OF FORTUNE: LINKING WOMEN PRODUCERS AND WORKERS WITH GLOBAL MARKETS. Recuperado de
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eMyS1zAEDpYC&oi=fnd&pg=PA133&dq=history+of+garment+manufacturing&ots=ON3QVnaBIO&sig=kh3n_NRvRi393BIc8Sbi0crmzUo#v=onepage&q=history%20of%20garment%20manufacturing&f=false [Accessed 29 April 2021].

Chanto, L. C., & Loaiciga, J. L. L. (2021). Percepciones del emprendimiento con apoyo de herramientas tecnológicas: un enfoque descriptivo en tiempos de la COVID-

19. *Revista Nacional de Administración*, 12(1), e3380-e3380.

Centro de Desarrollo Empresarial. (2010). *Industria de las confecciones y su visualización internacional*. Bucaramanga.

Concejo Municipal de Galapa, Plan de desarrollo municipal (2020-2023) Galapa, progreso para todos. Alcaldía de Galapa.

Cruz, J. A. W. (2006). O impacto do custo do capital próprio no ponto de equilíbrio. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 11(1).

El heraldo (2021). Ropa de hogar, los textiles que más exporta el Atlántico. Disponible en: <https://www.elheraldo.co/economia/ropa-de-hogar-los-textiles-que-mas-exporta-el-atlantico-207923>

Fernandez, L., 2008. *plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de arte urbano a través de camisetas en bogota*. [ebook] bogota. Available at: <[link](#)>

Gonzales, J., 2020. *Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de confecciones en la ciudad de montería*. [ebook] Monteria. Available at: <[link](#)>

Guaman, E., 2015. *Plan de negocios para la creación de una empresa que compita en la industria textil, bajo la modalidad “alta costura”, dentro de la zona norte del distrito metropolitano de quito*. [ebook] quito. Available at: <[link](#)>

Gilligan I. (2016) Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science [Enciclopedia de la ciencia psicológica evolutiva]. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/309156188_Clothing_main_entry

Google maps, (2021). Ruta Galapa, atlantico- Barranquilla, Atlantico. Disponible en:

<https://www.google.com/maps/dir/Barranquilla,+Atlántico/Galapa,+Atlántico/@10.9596632,->

[74.8883525,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x8ef42d44d12ae605:0x2633844581b917b2!2m2!1d-](https://www.google.com/maps/dir/Barranquilla,+Atlántico/Galapa,+Atlántico/@10.9596632,-74.8883525,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x8ef42d44d12ae605:0x2633844581b917b2!2m2!1d-)

[74.8069813!2d11.0041072!1m5!1m1!1s0x8ef5d4727cfb8f1f:0xd483b55784c3e7c!2m2!1d-74.8861882!2d10.8996383](https://www.google.com/maps/dir/Barranquilla,+Atlántico/Galapa,+Atlántico/@10.9596632,-74.8883525,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x8ef5d4727cfb8f1f:0xd483b55784c3e7c!2m2!1d-74.8861882!2d10.8996383)

Hernandez, E., 2015. *MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ROPA DE ALTA COSTURA PARA MADRES E HIJAS BAJO EL CONCEPTO DE PRENDAS SIMILARES, MOMMY AND DAUGHTER*. [ebook] Bogota. Available at: <[link](#)> [Accessed 29 April 2021].

Honeyman, K. 2000 *Well Suited: A History of the Leeds Clothing Industry, 1850-1990*.

Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9R-8ZVMOUbyYC&oi=fnd&pg=PR3&dq=history+of+clothing+industry&ots=B8yrkyVat&sig=gDUK3GGPhZ-pvpBRj1-7ZWH4ztc#v=onepage&q=history%20of%20clothing%20industry&f=false>

[Accessed 29 April 2021].

Interempresas. 2021. *Un modelo de negocio para hacer rentables talleres textiles con impacto social*. [online] Available at: <[link](#)> [Accessed 29 April 2021].

Mosucha, P. and Salinas, A., 2012. *Diseño del plan de negocio para la micro-empresa confecciones jmj*. bogota.

Monet D. (2020) *A Short History of the Garment Industry* [Breve historia de la industria de la confección]. Recuperado de <https://bellatory.com/fashion-industry/Ready-to-Wear-A-Short-History-of-the-Garment-Industry>

Mete, M. R. (Marzo de 2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Recuperado el 28 de 08 de 2022, de

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27853/v7n7_a06.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ospina, Luis. Industria y Protección en Colombia 1.810-1.930. Ed. Lealon Ag. 1979. p. 234.

Olivares D. (2019) Qué es un plan de negocio Recuperado de:

<https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

Quevedo, S., 2017. *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación, producción y comercialización de prendas de vestir para el público joven de la ciudad de bogotá.* [ebook] Bogota. Available at: <[link](#)> [Accessed 29 April 2021].

Quevedo, S., 2017. *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación, producción y comercialización de prendas de vestir para el público joven de la ciudad de bogotá.* [ebook] Bogotá. Available at: <[link](#)>.

Ramírez (2013). *Plan De Negocio Para Creación De Una Empresa De Diseño, Fabricación Y Comercialización De Joyería Artesanal.* Recuperado de:

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4073/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sanchez A. y Santiago Y. Optimization de calculo de recursos productivos para cotización en una empresa de confecciones. Recuperado de :

https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/sanchez_ay/cap1.pdf

Salazar Cortés, C. A. (octubre de 25 de 2019). *csclik*. Recuperado el 27 de 10 de 2021, de

<https://www.csclick.net/que-es-un-plan-de-negocios>

Westreicher G. Industria textil Recuperado de:

<https://economipedia.com/definiciones/industria-textil.html>

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. 29 de diciembre de 2010. D.O. No. 47.937. Recuperado de:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. 26 de enero del 2006.

Recuperado de: <https://camarasai.org/wp-content/uploads/registro-mercantil/10LEY-1014-DE-2006.pdf>

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 y se dictan otras disposiciones. 2 de agosto de 2004. Recuperado de:

http://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ley_905_de_2004.pdf

Ley 29 De 1990. Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias. 27 de febrero de 1990. Recuperado de:

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-29-1990.pdf>

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. 10 de julio de 2000. Recuperado de:
<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1663080>

Requena, B. 2017 Histograma. Recuperado de:
<https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/histograma/> [Accessed 06 oct 2021].

Manene, L. 2011 LOS DIAGRAMAS DE FLUJO: SU DEFINICIÓN, OBJETIVO, VENTAJAS, ELABORACIÓN, FASES, REGLAS Y EJEMPLOS DE APLICACIONES. Recuperado de:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60656037/Los_diagramas20190920-8696-u4r0qz-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633561972&Signature=HfjrUD33~TMUiWXC�3USTUZ4vHJ17UHGxUQnR6HX4Zo0anWLUM8YEZUf2NP4UV6QXT0sTq90~zFRwkJimf3tJI6xoCQ-6NDEqTgb1BF9H7PbUx-LGGgmCdezFJcy9NjM0K1US9iVVaQfPm-tnDypnOY1~JILYGvxkGMSAI8Q9UIZOUSztkXQ0iPYwh3LptqQZueVIYuqQXviCQmqTO7~zKmRqSJjuIWo27JkClkRBbP64dq2YNU2iYr9-i6HVldy0ascggXFGIwDXIFhvJcSAMnQQoMhUSuKr1UyxSXkIRBZtzCSGWJ6MEvPtKoWU7d1qREHkhOotP~VyjwAUGOoMg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA [Accessed 06 oct 2021].

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada (por conglomerados)

1. ¿Cuál de estas prendas compra con mayor frecuencia?
 - a. Camisas
 - b. Camisetas
 - c. Vestidos
 - d. Jeans

2. ¿Cuál es la característica más importante para usted a la hora de comprar ropa?
 - a. Color
 - b. Precio
 - c. Material
 - d. Estilo

3. Califique de 1 a 5 según el grado de importancia que tiene para usted cada una de las siguientes características en la ropa que usa siendo 5 el grado más alto

Característica	1	2	3	4	5
Durabilidad					
Diseño de moda					
Marca					
Funcionalidad					

4. Según su estilo de vestir, ¿Usted prefiere comprar ropa con?
 - a. Estampados

b. Sin estampados

c. Adornos

d. Ninguno

5. De acuerdo al producto elegido, califique de 1 a 5 los siguientes colores donde

1 no lo usa 2 es poco uso 3 es uso moderado 4 bastante uso 5 siempre lo usa.

Característica					
Negro					
Azul					
Rojo					
Blanco					
Rosado					
Verde					
Amarillo					
Beige					

¿Otro? _____

6. ¿Compra usted ropa de acuerdo a la temporada de moda?

a. Para nada

b. Moderado

c. Siempre

7. Marque con una x cual es mes del año en el cual ud compra mas ropa.

MES COMPRA DE ROPA

ENERO	
FEBRE RO	
MARZO	
ABRIL	
MAYO	
JUNIO	
JULIO	
AGOST O	
SEPTIE MBRE	
OCTUB RE	
NOVIE MBRE	

DICIEM	
BRE	

8. De acuerdo al producto escogido anteriormente responda: ¿Qué material le gusta más para sus prendas de vestir?

- a. Algodón
- b. Dril
- c. Lino
- d. Pana
- e. Jean
- f. Impermeable

10. ¿Qué característica mejoraría de la ropa que adquiere en el mercado?

- a. Material
- b. Diseño
- c. Durabilidad
- d. Color

11. A la hora de comprar ropa usted prefiere

- a. Marcas nacionales
- b. Marcas extranjeras
- c. Cualquier marca

d. No le importa

12. Seleccione la frecuencia con la que compra ropa

a. Semanal

b. Quincenal

c. Mensual

d. Trimestral

e. Semestral

f. Anual

13. Indique cuál de estas es su talla de ropa para:

Producto XS S M L XL

Camiseta

Camisa

Pantalón

Chaqueta

14. ¿Para cuál de estas fechas del año compra más ropa?

a. Navidad

b. Amor y amistad

c. Vacaciones de mitad de año

d. Vacaciones de fin de año

e. Cumpleaños

15. Indique que tan decisivo es cada uno de los siguientes factores para la compra de ropa

donde 1 es indiferente 2 es poco decisivo 3 es muy decisivo

Factor			
Precio			
Marca			
Diseño			
Publicidad			
Epoca del año			

16. ¿En qué lugar usted compra ropa?

a. Ferias de moda

b. Almacenes de cada marca

c. Por internet

d. Otro. ¿Cuál? _____

17. ¿Cuál sería el punto de entrega para la ropa que adquiriera?

- a. Almacén
- b. Hogar
- c. Lugar de trabajo
- d. Encomienda certificada

18. ¿Por medio de que canal compra más frecuentemente su ropa?

- a. En persona
- b. Internet
- c. Teléfono
- d. Otro. ¿Cuál? _____

19. ¿Utilizaría medios electrónicos para comprar ropa?

- a. Si
- b. No
- c. No me interesa

20. ¿Utiliza catálogos para comprar ropa?

- a. Si
- b. No

21. Le interesaría adquirir bonos por compras realizadas de acuerdo a la cantidad de prendas compradas

a. Si

b. No

22. ¿Qué prenda daría como regalo?

a. Camisa

b. Pantalón

c. Camiseta

d. Chaqueta

e. Ropa interior

23. ¿Pagaría por el envío de ropa, para que esta le llegue directamente al lugar que indique?

a. Si

b. No

c. Indiferente

24. ¿Le gustaría participar en el diseño de productos/estampados para la ropa que utilizaría,

aun si el costo es ligeramente mayor?

a. Si

b. No

25. que precio es asequible para usted para la compra de camisas tipo polo?

a. 20.000

b.30.000

c. 40.000

d. 50.000

26. Que lo llevo a determinar el precio anterior

Calidad

Economía

Comodidad

27. Influye el conocimiento de la marca sobre su compra?

a) Si

b) No

28. Como le gustaría la modalidad de pago?

a) Efectivo

b) Tarjeta crédito

c) Cuotas a crédito con el proveedor

29. Que precio es asequible para usted para la compra de jeans?

a. 30.000

b.40.000

c. 50.000

d. 60.000

e. Más

30. Usted en estos momentos se encuentra trabajando?

SI

NO

31. Si es así, utiliza uniforme dentro de su trabajo? Que tipo de camisas utiliza para su trabajo?

Tipo polo

Manga larga

Manga francesa

32. Si es así, utiliza uniforme dentro de su trabajo? Qué tipo de cuello de camisa utiliza para su trabajo?

Tipo v (sencilla)

Redonda (sencilla)

Con botones (tipo v)

Con botones (redonda)

Con bolsillos (tipo v)

Si es así, utiliza uniforme dentro de su trabajo JEANS

SI

NO