

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y CONFECCIÓN DE PRENDAS
DEPORTIVAS INTELIGENTES PARA LA MUJER EN LA CIUDAD DE CALI

CAREN ANDREA GONZÁLEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y CONFECCIÓN DE PRENDAS
DEPORTIVAS INTELIGENTES PARA LA MUJER EN LA CIUDAD DE CALI

CAREN ANDREA GONZÁLEZ

Proyecto presentado para optar al título de Profesional en Administración de
Empresas

Asesor: Didier Hernán Millán Henao

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, 15 de Octubre de 2018

DEDICATORIA

Este proyecto de grado lo dedico de manera especial a Dios que me permitió contar con el acompañamiento y asesoría en cada etapa del proceso para poder ejecutarlo a satisfacción, a mi madre y mis hermanos que son el motor de vida, quienes me han enseñado el amor por el estudio, y a la vida que me ha dado tanto.

AGRADECIMIENTOS

Especial sentimiento de gratitud a la universidad por brindarme el conocimiento y el aprendizaje que me han enriquecido en las diferentes facetas de mi vida, que me han permitido llevar a cabo este proyecto, resaltando que cada idea aquí plasmada es fruto de la necesidad y del deseo de aportar al mejoramiento de la calidad de vida de la mujer.

Finalmente, como no dar gracias a Dios por su infinito Amor.

“Tú mismo debes ser el cambio que quieres ver en el mundo”, Gandhi.

CONTENIDO

	pág.
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO 17
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO..... 17
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 17
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... 17
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 19
1.5	JUSTIFICACIÓN 19
1.6	MARCO DE REFERENCIA 21
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS 22
2	ANÁLISIS DEL MERCADO 26
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR 28
2.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO 29
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO 32
2.4	PLAN DE MERCADEO 37
3	ESTUDIO TÉCNICO 42
3.1	INTRODUCCIÓN 42

3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	42
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	49
3.4	TAMAÑO DEL PROYECTO	52
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	53
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	53
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	55
4.3	PROCESO DE CONTRATACIÓN	56
4.4	DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO.....	56
4.5	MARCO LEGAL	57
4.6	COSTOS DE CONSTITUCIÓN	59
4.7	SEGURIDAD SOCIAL.....	60
4.8	PRESTACIONES SOCIALES	61
4.9	CONTRATO LABORAL.....	61
5	ESTUDIO FINANCIERO	62
5.1	INVERSIÓN INICIAL	63
5.2	PARÁMETROS GENERALES	64

5.3	GASTOS DE GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN	71
5.4	SE CALCULAN LOS COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	74
5.5	PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS EN PESOS Y UNIDADES	75
5.6	PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS, FLUJO DE CAJA Y ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL SIN FINANCIACIÓN	76
6	CONCLUSIONES.....	79
7	RECOMENDACIONES	80
8	REFERENCIAS.....	81

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Software y licencias	46
Tabla 2. Equipos de cómputo y comunicaciones	47
Tabla 3. Maquinaria y equipo.....	47
Tabla 4. Insumos primarios requeridos	49
Tabla 5. Costos de constitución de la S.A.S	59
Tabla 6. Inscripción en la Cámara de Comercio	60
Tabla 7. Inversión inicial	63
Tabla 8. Parámetros económicos	64
Tabla 9. Parámetros laborales	64
Tabla 10. Admón. y ventas	64
Tabla 11. Producción.....	65
Tabla 12. Recaudos.....	65
Tabla 13. Pagos	65
Tabla 14. Registro mercantil e inscripción cámara de comercio.....	66
Tabla 15. Márgenes brutos	67
Tabla 16. Insumos primarios requeridos	68
Tabla 17. Descripción producto	69
Tabla 18. Parámetro de gastos.....	70
Tabla 19. Gastos generales de ventas, admón. y producción	71
Tabla 20. Nomina admón. y ventas	72

Tabla 21. Nomina producción	73
Tabla 22. Costo unitario.....	74
Tabla 23. Proyección de costos y ventas.....	75
Tabla 24. Estado de resultados sin financiación	76
Tabla 25. Flujo de caja	77
Tabla 26. Estado de la situación financiera actual	78

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Las 4P	37
Figura 2. Estrategia de precios	38
Figura 3. Diagrama y planes de dedarrollo	44
Figura 4. Estructura organizacional	55

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Segmentación del mercado.....	29
Cuadro 2. Dofa	33
Cuadro 3. Matriz EFI.....	34
Cuadro 4. Matriz EFE	35
Cuadro 5. Especificaciones del producto.....	43
Cuadro 6. Datos de Interés (DNP)	51

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Comuna 22 Cali	27
Imagen 2. Maquinaria plana	47
Imagen 3. Maquinaria remalladora	48
Imagen 4. Equipo y cómputo	48
Imagen 5. Micro localización Ciudad Jardín	52
Imagen 6. Logotipo institucional.....	53

RESUMEN

Este proyecto que, es la continuidad del trabajo aportado en la etapa tecnológica y mantiene su nombre Wear Skin, propone un estudio minucioso del mercado enfocado en la producción de prendas deportivas inteligentes que aportan al mejoramiento de la calidad de vida de la mujer, permitiendo beneficios como: monitorear el ritmo cardíaco por medio de un sensor ubicado en la prenda, la variación de la temperatura del cuerpo a través del cambio de color de la tela y la evaporación de líquidos ocasionados por la actividad física.

Todo lo anterior, como respuesta a las dinámicas de cambio del entorno en el que se ubica la mujer del siglo XXI, entorno que cada día exige más en materia del cuidado de la salud y donde la mujer cada vez busca prendas de vestir que le hagan sentir cómoda.

La finalidad de este proyecto radica en poder suplir la necesidad real en los términos anteriormente señalados, pero que no ha sido explorado por falta de la existencia de empresas que se dediquen a esta producción, aquí se describirán los objetivos que se pretenden alcanzar, contando con una propuesta de valor, un proyecto realizado en un espacio determinado, con un público objetivo; este es un preámbulo de lo que se proyecta y se quiere lograr.

Palabras claves: Prendas deportivas inteligentes, mujer del siglo XXI, beneficios de la fabricación, actividad física.

ABSTRACT

This project that is the continuity of the work contributed in the technological stage and keeps its name Wear Skin, proposes a thorough study of the market focused on the production of smart sports garments that contribute to the improvement of the quality of women, allowing benefits such as: monitoring the heart rate by means of a sensor located in the garment, the variation of the body temperature through the change of color of the fabric and the evaporation of liquids caused by physical activity.

All the above as a response to the dynamics of change in the environment in which the woman of the 21st century is located, an environment that demands more every day in the field of health care and where women increasingly look for clothing that makes them feel comfortable.

The purpose of this project is to meet the real need in the terms outlined above, but has not been explored for lack of the existence of companies that are dedicated to this production, here will describe the objectives to be achieved, counting on a value proposal, a project carried out in a specific space, with a target audience; This is a preamble to what is planned and what you want to achieve.

Key words: Smart sportswear, woman of the 21st century, benefits of manufacturing, physical activity.

INTRODUCCIÓN

Durante el ciclo propedéutico tecnológico se tuvo la oportunidad de iniciar este proyecto que tiene como propósito producir prendas deportivas inteligentes para la mujer de manera visible y precisa que responden a los cambios propios y exigencias del siglo, se explicará detalladamente la problemática abordada desde diferentes perspectivas como (la sistematización y la formulación del objeto del proyecto); para llevar a cabo este proyecto es necesario realizar un estudio de mercado, técnico, legal y financiero, bases fundamentales para el desarrollo de un proyecto bien estructurado, estos determinan la factibilidad y viabilidad de la creación de la empresa Wear Skin.

Los objetivos de este proyecto están enfocados en alcanzar la sostenibilidad de la empresa en el corto, mediano y largo plazo, contribuyendo a la economía local y nacional, lo que implica ser innovador como respuesta a las exigencias del entorno, que en últimas se convierten en la razón de ser del emprendimiento, el cual se concretiza con la creación de este proyecto.

Finalmente, ¿Se puede establecer el impacto que traerá este proyecto innovador en el sector económico, comercial y de RSE en el Valle del Cauca? Para responder a esta inquietud, es necesario conocer los puntos que se han desarrollado en este trabajo, la problemática existente y la forma en que se han abordado para dar una solución eficiente.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño y confección de prendas deportivas inteligentes para la mujer en la ciudad de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. *La colaboración entre Google y Levi's para producir ropa inteligente bajo el proyecto Jacquard, parece que por fin ha dado sus frutos, y las compañías han anunciado durante el último South by Southwest (SXSW) de 2017 que tendremos las primeras prendas inteligentes en el mercado en otoño, a un valor que ronda los \$350 dólares (Echeverry, 2017, párr. 1).*

De acuerdo con lo anterior, es necesario destacar que la empresa Levi's ya empezó a incursionar en la implementación de tecnología en sus prendas de vestir, siendo un ejemplo el uso de la 1. nanotecnología. Actualmente en Colombia no se tiene evidencia de empresas que apliquen directamente nanotecnología, de allí que el mercado este carente de este tipo de empresas.

Según Yanes (2017):

La ropa inteligente es la cuarta revolución industrial textil, un sector que en 2025 alcanzará un volumen de negocio superior a los 130.000 millones de dólares, según Científica Research. Sin embargo, los ingenieros de la Universidad de Pisa (Italia)

Aurora De Acutis y Danilo De Rossi, muestran otra realidad en el libro Smart Textiles, de otro lado "Han pasado más de dos décadas desde que los investigadores en este campo comenzaron a trabajar en textiles electrónicos con excelentes resultados, pero estos avances no han despegado significativamente en términos de éxito en el mercado y adopción por el consumidor (párr. 1-3).

Esto último se debe a que, es necesario fortalecer la alta gerencia de las empresas del sector de indumentaria deportiva para que adopte la herramienta de prospectiva, de esta manera canalizará las estrategias y las desarrollará de tal forma que le de valor a la compañía, y como consecuencia la adopción del consumidor de este tipo de prendas deportivas inteligentes.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Será factible la creación de una empresa dedicada a la confección y diseño de prendas deportivas inteligentes para la mujer de hoy, teniendo en cuenta la poca existencia de prendas de este tipo?

1.3.3 Sistematización del problema. - ¿Es posible realizar un estudio de mercado que permita establecer la oferta y la demanda de prendas deportivas inteligentes para la mujer?

- ¿Es viable realizar un estudio financiero que permita llevar a cabo la realización de este negocio?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Establecer la factibilidad y viabilidad de crear una empresa dedicada a la producción de prendas deportivas inteligentes para la mujer con resultado satisfactorio y emergente a las inquietudes del siglo XXI.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Realizar el estudio de mercado para la creación de una empresa de prendas deportivas inteligentes para la mujer exigente, evolucionada y preparada del siglo XXI.
- Elaborar el estudio técnico que permite mostrar el tamaño, la localización micro y macro del proyecto.
- Realizar el estudio organizacional y legal que aprueba el funcionamiento reglamentario del proyecto.
- Construir un estudio financiero que permita determinar la factibilidad de la empresa.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene como objetivo la factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño y confección de prendas deportivas inteligentes para la mujer en la Ciudad de Cali, para esto se ha realizado un análisis sobre la aceptación de Wear Skin en el mercado, ya que la idea de negocio es exclusiva. Con el análisis y ejecución de este proyecto se espera crecer en la industria textil, reconociendo las debilidades de esta, aquí se verá beneficiada toda persona que adquiera los productos debido a la calidad y amplio conocimiento de sus necesidades.

Es un mercado aún muy pequeño en donde las principales marcas del país que quizá estén investigando sobre el tema aún no lo han masificado. Pero ciertamente se ve como una tendencia y una oportunidad a largo plazo, tanto así que ya se

conoce en el sector que hay marcas que están intentando entrar al mercado con esta tendencia, recalcó Fabián García, director de investigaciones de moda de Raddar (Medina, 2014, párr. 13).

Según lo anterior, en el mercado colombiano los diseños y productos que se usan para la ropa deportiva es estandarizada, usualmente consta de un pantalón o short y de una camiseta esqueleto, las telas no siempre son las adecuadas o sencillamente son las mismas como elastina o spandex algodón o poliéster. Los principales países inmersos en el desarrollo de estas tecnologías textiles son Japón, Alemania, Italia, Holanda, Francia, España y Estados Unidos, que han creado prendas que cambian de color para medir la exposición al sol del usuario y otras que incluso lo protegen de la radiación ultravioleta.

Por otra parte, Laura Morata es una diseñadora que también ha creado prendas antiestrés. No se trata de diseños con masajes incorporados, sino de prendas con microcápsulas de antiestáticos que evitan que las mujeres se carguen de la energía electrostática que desprende el teléfono móvil o el ordenador, que, además de facilitar la vida, consiguen llevar los nervios a flor de piel (20 minutos, 2010, párr. 1).

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente teórico. El estudio e investigación de este proyecto tiene como base la teoría de Frederick Taylor, fundador de la administración científica, en donde utilizó métodos científicos que, a través de la experimentación y la observación, logro incrementar la eficiencia, la productividad y el interés de los trabajadores por medio de estandarización de procesos. Para que Wear Skin pueda mantenerse en el mercado es preciso contar con un modelo empresarial completo como: financiero, físicos, de servicio y humanos que cumpla a cabalidad con los parámetros exigidos por éste, y con el uso correcto de métodos aplicados.

La idea de negocio aquí descrita está fundamentada en la teoría de Varela (2014) llamada “*Creación de empresas: de la idea a la acción*” donde menciona que:

El recurso humano calificado debe ir en conjunto con otros recursos como la tecnología, la información y las conexiones, que poco a poco se han dejado en el olvido, y para esto es fundamental saber invertir y administrar bien dichos recursos (p. 41).

Este proyecto se identifica con el pensamiento del autor Rodrigo Varela, puesto que el éxito de una empresa radica en gran parte en el uso adecuado de las oportunidades y los recursos, de otro lado, el empresario debe tener conocimiento del mercado, tener herramientas tecnológicas y tener conexiones como: la evolución de las telecomunicaciones, de esta manera una organización estará en la capacidad de competir libremente con otras organizaciones del sector, la mano de obra calificada es primordial para el crecimiento de la entidad, los objetivos propuestos deben llevarse a la acción, de lo contrario, esta sería sólo una idea no aprovechada.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipo de estudio. Exploratorio.

1.7.1.1 Estudio exploratorio. Tiene por objeto la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis.

La empresa Wear Skin ha tenido en cuenta los siguientes factores: mano de obra requerida para la producción de las prendas deportivas inteligentes, la maquinaria especial para su confección, los costos de producción, los costos de publicidad, los insumos necesarios, la materia prima especial, los medios empleados para la divulgación de las prendas, entre otros, que son fundamentales para el desarrollo de este negocio.

1.7.2 Método de investigación.

1.7.2.1 Método de encuesta. Una encuesta es un modelo que contiene una serie de preguntas que permiten recopilar información para la investigación sin cambiar el entorno ni los acontecimientos donde se recoge dichos datos, en ese sentido, con el objeto de identificar el nivel de aceptación que tendrán las prendas deportivas inteligentes de Wear Skin entre las mujeres de la comuna 22 de la ciudad de Cali, se diseñó un modelo de encuesta basado en preguntas concretas como: ¿Es importante para usted comprar prendas deportivas? ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de prendas? ¿Invertiría en prendas deportivas inteligentes? Estas facilitan el análisis detallado de las preferencias y expectativas que genera la oferta de un nuevo producto como respuesta a las necesidades de la mujer del siglo XXI. Esta encuesta contempló preguntas enfocadas a la opinión y aceptación que tendrían el surgimiento de una prenda inteligente. Es importante resaltar que el método de encuesta adoptado en este proyecto ha de coadyuvar, a través de su análisis, a la viabilidad de la empresa de Wear Skin en el mercado local.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información.

Las fuentes de los datos obtenidos en este proyecto, en la página oficial del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (2018) Carlos Torres Vila expresa que:

BBVA es el proyecto más atractivo de la industria financiera, se focaliza en diferentes entidades con presencia a nivel nacional: Tecnova, Colciencias, Mprende, Fondo Emprender, entre otras, las cuales apoyan el surgimiento de empresas dedicadas al diseño y confección de prendas deportivas inteligentes, en respuesta a la necesidad que tiene Colombia de figurar entre los países que le apuestan a la implementación de tecnología en la confección de prendas de vestir deportivas (párr. 1).

Para mayor claridad es oportuno mencionar el caso la empresa Polo: El vicepresidente de la firma, David Lauren, anunció recientemente el lanzamiento de

la nueva prenda deportiva en el mercado estadounidense para el día 27 de agosto, aunque eso sí, a un precio no apto para todos los bolsillos. Para poder disfrutar de las ventajas de la primera camiseta deportiva inteligente y conectada del mercado para monitorizar tus sesiones de ejercicio, hay que viajar a EEUU, tener un smartphone con sistema operativo iOS y disponer de 295 dólares.

1.7.3.1 Fuentes primarias. Se definen como el primer acercamiento y recopilación de información de primera mano que proporcionan datos relevantes al tema de objeto de la investigación; para efectos de este proyecto se consideraron las siguientes fuentes primarias.

- **Superintendencia de Industria y Comercio:**

Es un organismo técnico, de carácter administrativo, adscrito al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, cuya actividad está orientada a fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumo colombiano.

- **Fenalco:**

Es una organización colombiana que busca el desarrollo del comercio, a través de la eficiencia y modernización de los empresarios. Impulsa el desarrollo intelectual, económico y social, de todas las personas vinculadas al gremio, y es un foro de discusión sobre los problemas del país.

- **Inexmoda:**

Es la muestra comercial de textiles, soluciones especializadas, insumos, químicos y maquinaria líder en América Latina, posicionada como el centro de negocios textiles más importante de la región.

1.7.3.2 Fuentes secundarias. Se definen como aquellas que se desprenden de las fuentes primarias y su uso permite referenciar investigaciones, no obstante, es necesario señalar que se trata de información no procesada, son ellas:

- **Adidas:**

Es una compañía multinacional alemana nacida en el año 1949 dedicada a la fabricación de calzado, ropa deportiva y otros productos relacionados con el deporte y la moda (bolsos, camisas, relojes, lentes, etc.), y patrocinadora de eventos y figuras deportivas a nivel mundial. Su sede principal se encuentra en Herzogenaurach, Alemania.

- **Nike:**

Es una empresa multinacional estadounidense dedicada al diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de calzado, ropa, equipo, accesorios y otros artículos deportivos.

- **Dane:**

Es el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia.

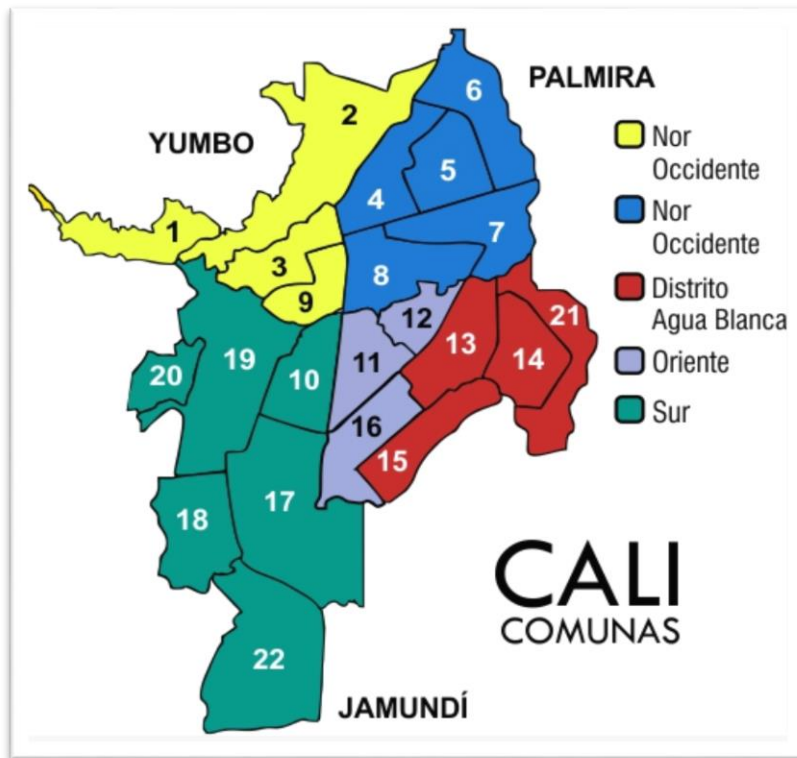
2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El análisis del mercado en este proyecto pretende aportar a la definición de su factibilidad y viabilidad, para ello es necesario determinar un campo de acción, un mercado objetivo, la ubicación geográfica de la infraestructura, calcular la demanda y la oferta, realizar un estudio del sector, la caracterización de los productos, el plan de mercadeo, las estrategias de venta, entre otros.

Wear Skin es un proyecto dirigido especialmente a mujeres de la ciudad de Cali, ubicadas en la comuna 22 (Ciudad Jardín y Pance), estrato 5 y 6 que se encuentren entre los 18 y 40 años de edad es de anotar que el dato estadístico que a continuación se menciona se circunscribe al año 2010 y que se espera poder actualizarlo con el censo del año 2018.

En cuanto a población, según el Censo del 2005, en esta comuna habita solo el 0,4% de la población total de la ciudad, es decir 8,971 habitantes. Sin embargo, muchas obras de vivienda se han estado construyendo en esa zona desde finales de la década de los noventa. Dentro de ella se ubica la tradicional Hacienda Cañas gordas, que tiene una gran importancia histórica para la región, ya que en ella se organizó el grito de independencia de Cali del 3 de julio de 1810. La estratificación de la comuna se divide entre barrios de estrato alto (5) y muy alto (6). Algunos de los proyectos de vivienda más caros y exclusivos de Cali se construyen en la comuna 22 en los sectores comprendidos entre Ciudad Jardín y Pance, donde se encuentran viviendas que alcanzan precios de más de \$3.000.000 de dólares (Departamento Nacional de Planeación, 2010, p. 3)

Imagen 1. Comuna 22 Cali



Fuente: (Departamento Nacional de Planeación, 2010, p. 1)

La comuna 22 comprende los barrios Ciudad Jardín y Pance hogar de políticos, empresarios y personas con altos cargos del Valle del Cauca, convirtiendo a este en uno de los sectores más costosos, lujosos y exclusivos a nivel local y regional. En el sector se encuentran tiendas de lujo como Cesare Paciotti, Silvia Tcherassi, María Cano, restaurantes como Tortelli, Archie's, dos supermercados Carulla entre ellos uno Gourmet, un supermercado de la cadena estadounidense PriceSmart, concesionarios de automóviles Mercedes-Benz, Alfa Romeo, Porsche, BMW, entre otros. Esto es fundamental puesto que, es el sector en que se ubicará Wear Skin dándole un valor de importancia y prestigio a la organización.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

“Las ventas del sector de las confecciones han aumentado su participación dentro de las exportaciones del Valle. Pasaron de representar el 2,8% en 2009 al 4,3% en 2014.” (El País, 2014, párr. 1)

Mientras muchos comercios siguen hoy buscando recuperar terreno en producción, exportaciones y ventas, el sector de las confecciones y textiles en Cali y el Valle experimenta hoy la principal reactivación industrial del departamento. Así lo demuestran los últimos balances que, durante el segundo trimestre del 2014, las ventas del sector aumentaron en 6,8%, respecto a igual lapso del 2013, creciendo incluso por encima de Medellín y Bogotá. Igualmente, la dinámica exportadora ha sido positiva, ya que entre enero y agosto se registró una facturación de US\$50 millones, para un aumento del 68,3% frente a igual período en 2009. El principal destino es EE.UU. que representa el 39,3% de las ventas, mientras hacia los países de la Alianza del Pacífico (Perú, México y Chile), se dirige el 23,7% de las prendas. Pantalones, suéteres y fajas son los principales productos de exportación. De acuerdo con la Unidad Económica y de Planeación de la Cámara de Comercio de Cali, entre 2012 y 2014 la producción de confecciones en Cali ha registrado un importante desempeño. Por ello, el índice productivo de prendas de vestir en la región creció a una tasa del 8,5% en ese lapso, mientras en Bogotá fue de 5% y en Medellín de 0,4% (El País, 2014, párr. 2).

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

La estructura de todo proyecto incluye en su lista la oferta y la demanda, y si bien es cierto que el mercado colombiano está incursionando en el tema de indumentaria inteligente, también es cierto que es escaso de empresas que se enfoquen en ello.

El siguiente cuadro muestra detalladamente los elementos que hacen parte de un estudio práctico del segmento al que irá dirigido la empresa Wear Skin; en el se explica el nicho de mercado, el género, las edades de las mujeres, la comuna en la que se encuentran, el nivel socioeconómico, el tipo de población, la unidad geográfica, la unidad psicográfica y el comportamiento de los consumidores.

Cuadro 1. Segmentación del mercado

Segmentación del Mercado:	Nicho de Mercado.
Genero	Femenino.
Edad	De 18 a 40 años.
Comuna	22 de Santiago de Cali. (Ciudad Jardín, Pance)
Nivel Socioeconómico	Estrato 5 y 6
Tipo de Población	Población Urbana.
Unidad Geográfica	Mercado Local (Valle del Cauca).
Unidad Psicográfica	Estilo orientado al ejercicio físico, la salud y calidad de vida.
Comportamiento	Búsqueda de beneficios, no importa el precio.

Expectativa	Producto innovador que satisfaga la nueva pretensión de las mujeres de este sector.
-------------	---

Fuente: La autora

2.2.1 Análisis de la demanda. “El aumento del sector de la ropa deportiva en Colombia ha sido entre el 15% y 30%, es un balance que se puede aprovechar al máximo, pues las personas están demandando este tipo de prendas en gran medida.” (Litman, 2018, párr. 1)

Según cifras oficiales del DANE, en medio de un panorama comercial y financiero favorable para la industria textil colombiana, la ropa deportiva y sus insumos cerraron 2017 con alzas del 2,2% en sus exportaciones y un 11% de incremento en la demanda comercial. Cifras publicadas por Euromonitor revelaron que este mercado genera ventas por más de 322 000 millones de pesos al año en el país, con promedios que superan los 26 800 millones de pesos mensuales en ventas e incrementos sobre el 3%. Las proyecciones apuntan a cerrar la década con ventas anuales de al menos 450 000 millones de pesos, por concepto de prendas deportivas en el país (Litman, 2018, párr. 2).

2.2.1.1 Clientes. Se definen como aquellos que realizan transacciones de compra, ya sea natural o jurídica, se busca que, a través de un buen producto, bien y/o servicio este quede satisfecho y se fidelice con la marca.

Las mujeres entre los 18 y 40 años que viven actualmente en la Ciudad de Cali, ubicadas en la comuna 22 conformada por los barrios Ciudad Jardín y Pance son el enfoque de los clientes que espera tener Wear Skin en el mercado, ya que estas son el nicho de estudio en este proyecto.

2.2.2 Análisis de la oferta. *Las insignias extranjeras como Nike, Adidas, Under Armour y Reebok representan cerca del 43% del total de las ventas nacionales, mientras el 57% restante cuenta con una oferta concentrada en el mercado masivo. Marcas independientes y marcas propias como el caso de Weekend, la marca propia del grupo Éxito que detiene el 4,4% del total del mercado nacional (Litman, 2018, párr. 3).*

De modo que el mercado presenta una gran ventaja de oferta de este tipo de prendas deportivas, ese porcentaje del 57% es una oportunidad que le ofrece el entorno a Wear Skin para establecerse en él, a través de la producción de prendas deportivas inteligentes dinamizando soluciones innovadoras en un mercado con poca evidencia de producción de este tipo.

2.2.2.1 Competencia. Se limita como una situación en la que los agentes económicos (oferentes y demandantes) tienen libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado y de elegir dónde comprarlos. Esto se da si existe pluralidad de productores y compradores.

“De hecho, la misma presidenta de ProColombia, María Claudia Lacouture, afirmó que una de las ventajas que tiene esta industria nacional es su oferta innovadora porque marca diferencia y permite ser competitivos en el exterior”. (Suárez, 2015, párr. 5)

Según lo anterior, hay herramientas para competir con lo producido en el país a nivel internacional, pero es necesario que Wear Skin desarrolle prendas compactas y funcionales, incluyendo materia prima nacional. Por lo tanto la empresa debe contar con estrategias para lograr un lugar significativo en el mercado de indumentaria inteligente, ya que según Fernández, Saleh, y Bustos (2017):

El mercado global de la ropa deportiva sufre una alta competitividad. Los principales actores de esta industria son, Reebok, Adidas, Puma y Nike, entre otros. Estas

marcas se ven obligadas a aplicar fuertes estrategias para cubrir un mercado más grande como por ejemplo compromisos o el lanzamiento de sus productos. Adidas, por ejemplo, tiene un acuerdo firmado con el club de fútbol Manchester United para promocionarse globalmente, lo que ayuda bastante a que la empresa esté fuertemente posicionada en muchos países (párr. 1-2).

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Wear Skin es una empresa que innova en prendas inteligentes para la mujer, las cuales después del diseño y confección, pasan por un proceso especializado con fibras sintéticas, haciendo que sea impermeable, y que durante la actividad física se absorba y evapore el sudor, además de ser resistentes a las manchas de líquidos, estas permiten monitorear el ritmo cardíaco por medio de un sensor ubicado en la prenda y la variación de la temperatura del cuerpo a través del cambio de color de la tela. Con estas características Wear Skin se posicionará en el mercado de textiles inteligentes y prendas deportivas de gran escala.

Wear Skin tendrá prendas deportivas inteligentes como (Tops, Short, T-shirt) procesadas con fibras sintéticas para que no se exteriorice el sudor durante la actividad física en lugares al aire libre y/o GYM, precio medio alto, productos variados, aportan glamur e innovación, prendas realizadas con calidad, y dirigido especialmente a mujeres de la comuna 22 de la ciudad de Cali.

Las prendas de vestir son productos confeccionados con diferentes tipos de tejidos para cubrir el cuerpo, y su proceso es el resultado de la obtención de una buena materia prima. Las características de las prendas deportivas inteligentes de Wear Skin son:

- La materia prima es 100% de calidad.
- El diseño y confección son elaborados por personal altamente calificado y capacitado.

- Confeccionadas con poliéster, licra y están procesadas responsablemente con fibras sintéticas.
- Cuenta con una marquilla ubicada en la parte inferior de la prenda que garantiza la originalidad.
- Prendas personalizadas con el nombre del cliente.

Recomendaciones para preservar las prendas: Debe limpiarse cuidadosamente, y debe ser guardada en un estuche especial.

2.3.1 Diseño de la investigación. Se expresa como la planificación percibida de lo que se debe realizar para alcanzar los objetivos del proyecto, para esto se realizó una encuesta que permitió identificar la aceptación que tendría las prendas deportivas inteligentes de Wear Skin, con respecto al análisis de mercado, la matriz DOFA, EFI y EFE que dan una perspectiva diferente de mejora, y haciendo uso de las estrategias del marketing.

A continuación, la matriz DOFA, EFE y EFI que se desarrollaron durante el análisis de este proyecto:

Cuadro 2. Dofa

DOFA	DEBILIDADES	FORTALEZAS
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin experiencia previa como emprendedores. 2. Crisis durante su primer año para darse a conocer. 3. Costo de inversión de los productos.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa con innovación tecnológica. 2. Apoyo de entidades que incentivan la creación de este tipo de empresas. 3. Crecimiento constante de la industria textil. 4. Posibilidad de ingresar a nuevos mercados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. aprovechar el apoyo que brindan las entidades para impulsar comercialmente aquellas empresas que están surgiendo y posicionándose en la mente del consumidor. 2. Con la posibilidad de expandirse a nuevos mercados, la empresa tendrá liquidez y por ende podrá equilibrar los costos de producción, admón y nomina. 3. Con el crecimiento acelerado de esta industria la empresa logrará concretar experiencia en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contando con una buena calidad se puede aprovechar la innovación tecnológica, así se aumentará la demanda y posteriormente que se extienda a nivel nacional. 2. La factibilidad de crecer en un mercado exigente por medio del aprovechamiento de los recursos físicos.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Una empresa nueva enfrentando grandes compañías posicionadas en el mercado. 2. Que a corto plazo se imite la idea de negocio y por ende sus diseños. 3. Crisis económica en el país. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener la filosofía de generar estrategias como: minimizar costos para favorecer la empresa y superar la crisis económica. 2. Crear en el demandante la idea de exclusividad de prendas deportivas inteligentes, que cada detalle denote su lugar de fabricación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. A través del personal calificado que realiza su trabajo con calidad se puede contrarrestar los competidores. 2. Aprovechar los recursos internos de la compañía y crear conexiones las empresas ya posicionadas en el mercado y Wear Skin.

Fuente: La autora

Cuadro 3. Matriz EFI

	MATRIZ EFI	% 1	RATING 1-5	PROMEDIO
D E B I L I D A D E S	1. Sin experiencia previa como emprendedores.	0,1	2	0,2
	2. Crisis durante su primer año para darse a conocer.	0,09	1	0,09
	3. Costo de Inversión de los productos.	0,08	2	0,16
F O R T A L E Z A S	1. Maquinaria Propia.	0,30	2	0,6
	2. Buena calidad en las prendas de vestir.	0,31	2	0,62
	3. Disponibilidad de mano de obra calificada.	0,08	4	3,2
TOTAL PONDERADO		1		4,87

Fuente: La autora

Cuadro 4. Matriz EFE

	MATRIZ EFE	% 1	RATING 1-5	PROMEDIO
O P O R T U N I D A D E S	1. Empresa con innovación tecnológica.	0,13	3	0,39
	2. Apoyo de entidades que incentivan la creación de este tipo de empresas.	0,21	4	0,84
	3. Crecimiento constante de la industria textil.	0,31	4	1,24
	4. Posibilidad de ingresar a nuevos mercados.	0,18	2	0,36
A M E N A Z A S	1. Una empresa nueva enfrentando grandes compañías posicionadas en el mercado.	0,03	2	0,06
	2. Que a corto plazo se imite la idea de negocio y por ende sus diseños.	0,02	2	0,04
	3. Crisis económica en el país.	0,02	3	0,06
TOTAL PONDERADO		1		2,99

Fuente: La autora

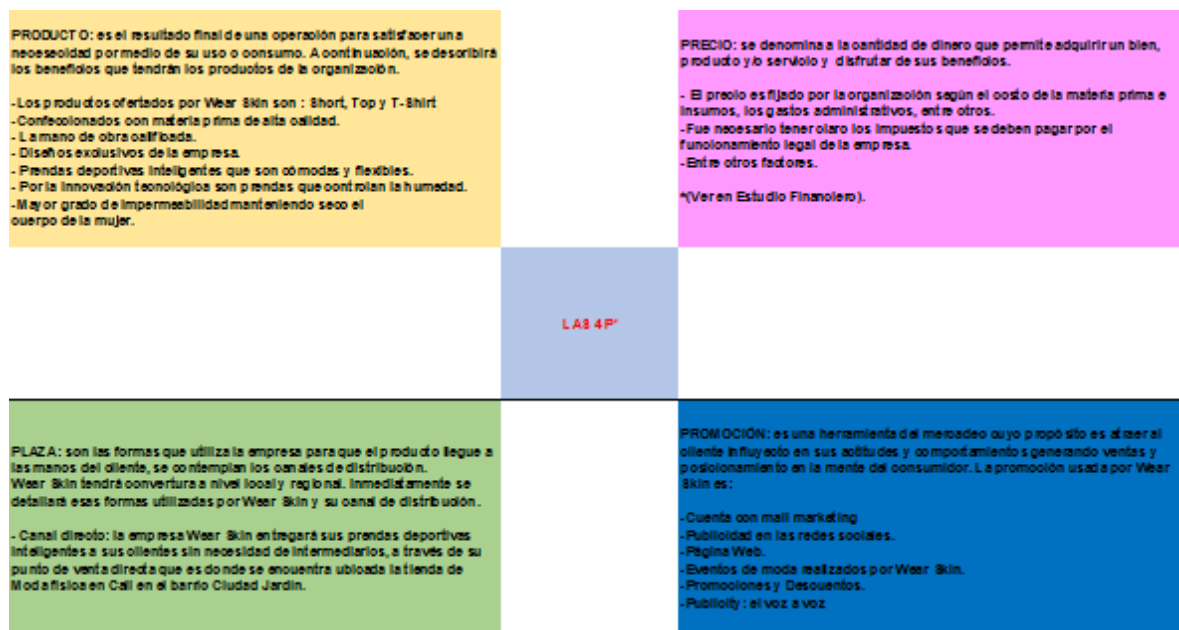
Con todos los elementos de las matrices anteriores, se puede deducir que las estrategias internas de la empresa se pueden usar para aprovechar las oportunidades externas que se presentan, y así mismo superar las debilidades internas sacando ventaja de las oportunidades externas. Estas estrategias desarrolladas serán fuentes para definir los lineamientos estratégicos de la empresa Wear Skin. Con este análisis se puede realizar un plan estratégico que permita lograr los objetivos planteados por la organización a corto, mediano y largo plazo.

2.4 PLAN DE MERCADEO

El plan de mercadeo es un informe fundamental, puesto que recopila información de la empresa sobre la situación que presenta actualmente y la convierte en base de estrategias que permiten determinar hacia donde debe dirigirse la compañía, y deben estar alineadas con los objetivos propuestos. A continuación, se detallará algunos medios de mercadeo:

- Buzz marketing: a través de voz a voz empezando por los miembros de la empresa.
- Redes sociales: Facebook, videos en YouTube, mensajes virales en WhatsApp, Instagram, Twitter.
- Centros comerciales: a través de representaciones públicas de las prendas, con la iniciación de un baile temático tecnológico con alusión a las prendas.
- Exhibición de vitrina: ubicada en los pasillos de los centros comerciales.

Figura 1. Las 4P



Fuente: La autora

2.4.1 Estrategia de precios. Consisten en establecer los niveles de los precios entre los diferentes tipos de prendas deportivas inteligentes basados en factores como: los costos de producción, el valor que fija el cliente, los establecidos por la competencia, bajo el marco legal, ciclo de vida del producto, la interacción de las variables del marketing, entre otros.

Figura 2. Estrategia de precios



Fuente: La autora

2.4.2 Estrategia de ventas. Consiste en la planeación y refuerzo de estrategias orientadas a fortalecer la fuerza de ventas con el fin de alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, de esta manera se posiciona la marca y se genera una ventaja competitiva.

Es importante tener en cuenta que, para tener mujeres satisfechas, es necesario contar con métodos de venta, por ello Wear Skin hará presencia en los eventos de moda como: Caliexposhow, Clúster de Moda y Colombia Moda, explicando detalladamente la forma de como adquirir las prendas.

- Medios de pago: Efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, consignación en cuenta corriente del Banco Colpatria.
- Descuentos: se realizará un descuento del 3% por la compra del paquete, que incluye 3 prendas y el estuche.

- Créditos: aplica para clientes con 10 registros de compras y/o 4 meses de ser comprador activo.

2.4.3 Estrategia promocional. Es la comunicación persuasiva que realiza el área comercial de la empresa para influir en las decisiones de compra de los clientes.

Mostrar el valor agregado de las prendas deportivas de Wear Skin, dándolo a conocer, enseñando sus características y demostrando que si tiene un factor diferenciador. Además de presentar atributos beneficiosos para la mujer, haciéndola ver y sentirse bien para ello se ha considerado:

- Implementar la página web en donde se publicará las prendas, los productos tendrán sus valores discriminados, los pedidos se hacen por medio de la misma página y podrá coordinar las entregas, se espera que a largo plazo este se convierta en sistema de venta fuerte y que los clientes visiten la empresa por medio de esta herramienta y, a su vez, poder ser líderes en ventas, reemplazando los canales de ventas tradicionales.
- Revistas y catálogo: Las ventas por catálogo son más fáciles e interesantes de lo que a primera vista puede parecer, la inversión inicial no es de gran alcance y los beneficios pueden superar las expectativas de la sociedad. Es por esta razón que se va a incursionar en las ventas por catálogo, se tiene en consideración que iniciar de cero es difícil, pero el plan inicial es lograr una alianza estratégica con alguna revista posicionada en moda y lograr que aporten al posicionamiento y venta de la marca.

2.4.4 Estrategia de distribución. Se refiere a la acción de elegir el punto de venta o lugar donde se ofrecerán las prendas deportivas inteligentes, también determina las formas en las que los productos serán trasladados hasta dicho lugar. Según lo anterior Wear Skin tendrá su canal de distribución en la comuna 22 de Cali en el barrio Ciudad Jardín, allí estará ubicado su punto de venta directo, donde la innovación es un punto clave, pues los consumidores tienen a la mano productos, accesorios y prendas de vestir de moda.

2.4.5 Políticas de servicio. Son aquellas herramientas que la organización utiliza para brindar un servicio óptimo a sus clientes y de esta manera satisfacerlos en su totalidad. A continuación, las políticas de servicio que empleará Wear Skin para lograr las expectativas de sus clientes:

- Atención al cliente: dando respuesta a los requerimientos presentados por los clientes.
- Entregar las prendas deportivas inteligentes en las fechas pactadas.
- Respaldo y asesoramiento: del cuidado de las prendas.
- Fidelización: En la base de datos de Wear Skin se encontrará toda la información pertinente de los clientes, la cual se tendrá en cuenta para ofertas e invitaciones a eventos de lanzamiento.
- Establecer un diálogo con los clientes para ofrecer un mejor servicio.
- Ofrecer información clara y precisa de los productos que va adquirir con la empresa Wear Skin.

2.4.6 Tácticas de ventas. Son aquellas estrategias que permiten interactuar con el cliente, a través del aprovechamiento de los recursos de la empresa para lograr así, los objetivos establecidos por la empresa.

- Entender las necesidades de los clientes, para dar solución a la problemática que se pueda presentar.
- Consolidar la relación con los clientes, a través de la plataforma CRM.

- Mitigar riesgos por el mal uso de las estrategias del marketing, a través de la capacitación al personal.
- Ser la opción número 1 del mercado local y regional, en cuanto a prendas deportivas inteligentes.
- Tomar en cuenta las ideas que las mujeres pueden aportar por medio de grupos focales.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Permite plantear y examinar las opciones que tiene la empresa para producir las prendas deportivas inteligentes, este aprueba la viabilidad de cada uno de ellos, aquí se contemplará la materia prima, los insumos, la tecnología, el equipo, la maquinaria, el personal que se contratará, la localización, entre otros factores.

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO


La ingeniería del proyecto es la etapa que determina los recursos vitales para el correcto funcionamiento de la planta, teniendo en cuenta la maquinaria y equipo, el suministro de insumos, el recurso humano, la localización del proyecto, entre otros.

Para comenzar con la ingeniería del proyecto es necesario establecer el lugar de operación de la empresa, que se ubicará en la comuna 22 de la ciudad de Cali, exactamente en el barrio Ciudad Jardín, puesto que allí, no solo se realizará la producción de las prendas deportivas inteligentes, sino que también será el punto de venta directo.

Otro factor determinante en la ingeniería del proyecto es que éste será el punto estratégico de toda operación que maneje Wear Skin. Su infraestructura contará con los requerimientos correspondientes (ambiente físico adecuado, materia prima en buen estado, ambiente seguro para los trabajadores, entre otros) para llevar a cabo la producción, aquí se establecerá un patrón de trabajo coordinado y alineado con los objetivos de la empresa.

3.2.1 Producto. Wear Skin es una empresa dedicada a confeccionar prendas deportivas que cuentan con tela avanzada y procesada con fibras sintéticas, diseños exclusivos, centrada en las necesidades básicas de las mujeres que realizan actividad física, cumpliendo con niveles de calidad, comodidad, estética, transpirabilidad, versatilidad e innovación. He aquí las prendas de Wear Skin:

Cuadro 5. Especificaciones del producto























	Prenda	Tela	Talla	Color	Diseño
	Top Queen In	Poliéster y licra (Procesadas con fibras sintéticas)	S- M- L	Negro, Gris, Blanco, Azul, Fucsia, combinados. (con visos).	Gama de Opciones
	Short All		S- M- L	Negro, Gris, Azul Oscuro	Gama de Opciones
	T-shirt On		S- M- L	Negro, Blanco, Fucsia, Verde.	Establecido por el area de diseño

Fuente: La autora

El cuadro anterior representa la información de los productos que produce la empresa Wear Skin y sus características; la materia prima, el tallaje, los colores y los diseños, de modo que exista transparencia.

3.2.2 Diagramas y planes de desarrollo.

Figura 3. Diagrama y planes de desarrollo

#	Actividad							Tiempo	Descripción de las Operaciones
1	Inspección de M.P							1 min	Se realiza para que cumpla con los estándares de calidad
2	Traslado Materia Prima							1 min	Se traslada la materia prima a la bodega de la empresa.
3	Almacenamiento							1 min	Se almacena pero se realiza se ingresa al sistema para llevar un control.
4	Verificar Estado de la Maquinaria							1 min	Preparar maquinaria para su uso.
5	Cambios de Hilo							1 min	Acorde al diseño.
6	Diseño y Confección							5 min	Se procede con el diseño y posterior confección
7	Proceso de Mejora							5 min	Ciclo de mejora para entregar un producto muy bien elaborado
8	Verificación de la Prenda							3 min	Se verifica la costura.
9	Procedimiento químico							3 min	Simultáneamente se realiza el procedimiento químico y la incrustación del sensor.
10	Incrustación de sensor							3 min	
11	Traslado a Calidad							1 min	Se traslada al área de Calidad, para su revisión final.
12	Inspección de las prendas en el mostrador							2 min	Se inspeccionan las prendas y el proceso de Venta.
13	Proceso de Venta							2 min	
Total								29 min	

Fuente: La autora

En el diagrama de procesos aquí señalado, se puede ver detalladamente las actividades que el área de producción tiene contempladas para que el flujo de producción se de en las condiciones normales, es decir, en el tiempo contemplado de fabricación que es de 29 minutos, planeados meticulosamente por la alta gerencia de Wear Skin.

- **Descripción de las operaciones:**

Los siguientes pasos contemplan las operaciones por los que atraviesa la materia prima para convertirse en prendas deportivas inteligentes y llegar hasta el consumidor final, en este caso las mujeres ubicadas en la comuna 22 de la Ciudad de Cali.

Paso 1: consiste en diseñar uno a uno los tipos de prendas deportivas inteligentes que Wear Skin Pondrá en el mercado, estos son exclusivos y realizados por el personal profesional de la empresa.

Paso 2: consiste en la confección de las prendas por operaciones en la máquina correspondiente, empezando por la cortadora con molde, la plana, la Fileteadora, el collarín, la elastiquita, es aquí donde las prendas toman la forma para llegar al estado final.

Paso 3: se define el proceso de fibras sintéticas en las prendas deportivas inteligentes en la máquina remalladora y la máquina recubridora, aquí se adiciona la marquilla que garantiza calidad.

Paso 4: Consiste en empacar en condiciones óptimas las prendas deportivas inteligentes, de tal manera que genere satisfacción en la mujer.

3.2.3 Tecnología. *La tecnología se define como el conjunto de conocimientos y técnica que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles* (Plataforma Estatal de Asociaciones del Profesorado de Tecnología, 2017, párr. 1).

De acuerdo con lo anterior, empresa que no tenga innovación tecnológica no estará en la capacidad de entrar al mercado de prendas deportivas inteligentes, motivo por el cual Wear Skin deberá competir con tecnología del siglo XXI como los softwares y licencias, de esta manera tendrá ventaja competitiva.

Tabla 1. Software y licencias

SOFTWARE Y LICENCIAS
Licencia Software (CG1)
Microsoft Office 2017 Licenciado
Antivirus McAfee
Licencia Windows 10 (IVAluye paquete office)

Fuente: La autora

3.2.4 Selección del equipo. El equipo de cómputo seleccionado cuidadosamente por Wear Skin se relaciona a continuación:

Tabla 2. Equipos de cómputo y comunicaciones

EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES
Computador de escritorio
Teléfono Inalámbrico MOTOROLA GATE 4800 BT
Epson Multifuncional Ecotank L395

Fuente: (Alkosto, 2018)

Maquinaria seleccionada por Wear Skin:

Tabla 3. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO
Cortadora
Maquina Plana
Maquina Fileteadora
Collarín
Maquina Remalladora
Maquina Recubridora
Maquina Elastiquera
Botonera

Fuente: (Maquinasdecoserdioni, 2018)

Imagen 2. Maquinaria plana



Fuente: (Maquinasdecoserdioni, 2018)

Imagen 3. Maquinaria remalladora



Fuente: (Maquinasdecoerdioni, 2018)

Imagen 4. Equipo y cómputo



Fuente: (Elementallmaging, 2018)

3.2.5 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos. En el siguiente cuadro se puede apreciar el cálculo de las cantidades de materia prima requeridas para el proceso de confección de las prendas deportivas inteligentes, y posteriormente su costo de producción:

Tabla 4. Insumos primarios requeridos

IN SUMO S PRIM ARIOS REQUERIDO S - WEAR SKIN S.A. S			
ITEM	PRECIO MP M INIMA REQUERIDA	Cantidad	Unidad de medida
Tela (Lycra Poliéster)	24.000	100	Centímetros
Hilo	8.000	457.200	Centímetros
Hilaza	8.000	91.440	Centímetros
Elasticos	10.000	500	Centímetros
Fibra Sintética	28.000	1.000	Centímetros
Químico	12.000	345	mililitro
Sello adherido	8.000	1	UNIDAD

Fuente: (Comertex Colombia, 2018)

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es indispensable localizar la empresa en un lugar de prestigio y que sea visible para el grupo de interés de la empresa, Wear Skin centrará sus oficinas en la ciudad de Cali en el barrio Ciudad Jardín de la comuna 22 donde ejecutará el diseño, producción, y venta de las prendas deportivas inteligentes, todas las operaciones estratégicas se realizarán en un mismo lugar, puesto que estará acondicionado para que todas se puedan realizar sin dificultad.

3.3.1 Macro localización. La Comuna 22 de Cali está localizada al sur del área urbana de la ciudad, limita al norte con la Comuna 17, al sur y al occidente con el corregimiento de Pance, al oriente con el corregimiento de El Hormiguero. Hasta hace unos años, La Comuna 22 formaba parte de la Comuna 17, pero ante el desarrollo demográfico de esta comuna, el Concejo Municipal escindió este sector creando una nueva comuna. Se estableció como margen divisorio la Carrera 100. Es la comuna de mayor desarrollo de la ciudad, caracterizada por ser la sede de las cuatro universidades privadas más importantes de la ciudad (Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Icesi, Universidad de San Buenaventura, Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Católica), así como por sus amplios terrenos destinados a la construcción de vivienda, debido a que el Plan de Ordenamiento Territorial (POT)de la ciudad contempla gran parte de esta comuna para nuevos desarrollos urbanísticos siendo la actual zona de expansión urbana. Es la zona de mayor valorización de Cali, en la que se encuentran exclusivos y lujosos edificios de apartamentos y condominios de casas en los que habitan personas con importantes cargos en Cali y el Valle del Cauca, convirtiéndolo en uno de los sectores más caros y exclusivos de Colombia.

Para soportar lo anterior, he aquí los datos de interés del sector según el Departamento Nacional de Planeación.

Cuadro 6. Datos de Interés (DNP)

DATOS DE INTERÉS
Población aproximada: 20.000
Visitantes: 140.000
Estudiantes: 50.000
Educación: 6 Universidades, 20 colegios
Estimaciones de vivienda: 4.000
Densidad de Vivienda: 2,8%
Predios Construidos: 11.800

Fuente: (Departamento Nacional de Planeación, 2010)

3.3.2 Micro localización. Wear Skin se situará en la comuna 22 de la ciudad de Cali, cerca de la Avenida cañas gordas, en la Cra. 111, allí estará ubicada la oficina, el área de producción, el área de exhibición, ventas, y el área de negociación, donde se llevará a cabo el lanzamiento de nuevas colecciones, este lugar estará acondicionado, para que funcione con los estándares requeridos, para la atención a sus clientes.

Imagen 5. Micro localización Ciudad Jardín



Fuente: La autora

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Wear Skin será una pequeña empresa que estará en la capacidad de producir prendas deportivas inteligentes (con financiación de recursos de terceros) en el primer año para obtener su punto de equilibrio, para esto el tamaño de su infraestructura soportará dicho volumen.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Wear Skin cometerá un portafolio que contenga la descripción del proyecto, con el fin de ofrecer claridad en los procesos realizados por la empresa quien produce prendas deportivas inteligentes, de esta manera garantizará la correcta toma de decisiones cumpliendo con los lineamientos de la organización, y como consecuencia la fidelización del cliente y la recordación de la marca en su mente.

A futuro la organización diseñará una plataforma, donde reposará la información de los clientes y cada vez que realicen una transacción de compra, este sistema les asignará un código único que contendrá su información, esto permite personalizar las prendas.

A continuación, el logotipo institucional:

Imagen 6. Logotipo institucional



Wear Skin

Extraordinaria

Fuente: La autora

4.1.1 Misión. La misión de Wear Skin es ofrecer las mejores prendas deportivas inteligentes a la mujer de la comuna 22 en la Ciudad de Cali, contando con materia prima de calidad, innovación tecnológica, mano de obra profesional y promoviendo un buen servicio, de esta manera se mejorará la calidad de vida de la mujer del siglo XXI.

4.1.2 Visión. Ser la empresa líder a nivel local y regional, en el mercado de prendas deportivas inteligentes, a través del personal calificado, la innovación y mediante el uso de tecnología en la materia prima para el año 2020.

4.1.3 Valores corporativos. Son elementos de la cultura empresarial, estos corresponden a las características competitivas de cada organización. A continuación, los valores corporativos que representan a Wear Skin:

- **Pasión:** Se trabaja con el corazón, comprometidos con lograr la satisfacción del cliente, este es el hogar de cada uno de los que conforman esta empresa.
- **Transparencia:** Claridad de la información y de cada uno de los procesos de elaboración del producto hasta la entrega final.
- **Calidad:** Wear Skin trabaja con materia prima de excelente calidad, garantizando un producto de larga durabilidad.
- **Humildad:** En el trato con el equipo de trabajo y el cliente.

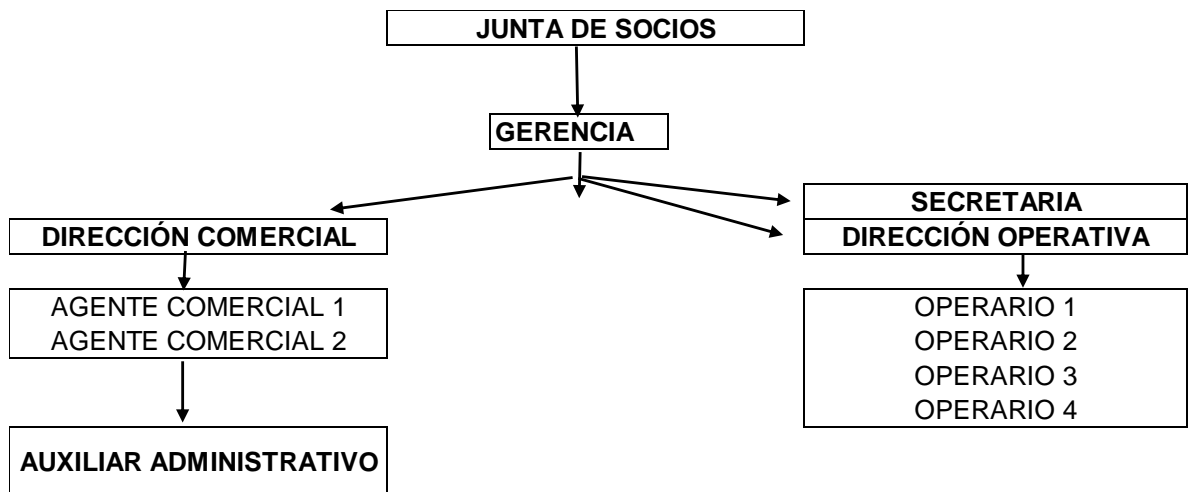
4.1.4 Filosofía del trabajo. Se definen como un conjunto de principios que direccionan la actividad laboral. Inmediatamente se mencionará la filosofía de trabajo que tendrá en cuenta Wear Skin para el funcionamiento de la empresa:

- **Comunicación y escucha activa:** Orientados a construir hábitos de saber transmitir correctamente el mensaje de un área a otra, teniendo en cuenta la habilidad de escuchar activamente.

- Trabajo en equipo: Se da en un ambiente de respeto hacia el otro, aceptando que cada uno cuenta con un conjunto de capacidades y habilidades que pueden aprovecharse positivamente al cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa.
- Compromiso: Cada empleado se identificará con la marca comprometiéndose con el cumplimiento de sus tareas.
- Excelencia: Realizar sus labores con calidad y mejorando cada vez sus procesos.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 4. Estructura organizacional



Fuente: La autora

4.3 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Para realizar un proceso de contratación de personal, es necesario crear previamente un plan de trabajo, seguido de esto se establece la metodología y técnica que se usarán, es decir, el proceso de selección que consiste en un grupo de personas candidatas para diversas vacantes. Wear Skin reclutará su personal a través de anuncios en las redes sociales, posterior a esto, se realizará la entrevista preliminar que contiene la prueba de conocimiento, la prueba psicológica, la prueba de desempeño y por último la entrevista final que definirá que persona será apta para el cargo a desempeñar (Director Comercial, Director Operativo, Auxiliar Administrativo, Secretaria, Agentes Comerciales y Los Operarios).

4.4 DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO

A continuación, se describirá y especificará los puestos a ocupar por el personal reclutado:

Gerente: Consiste en direccionar la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos, a través de estrategias que mitiguen los riesgos a los que la compañía se puede ver expuesta, para esto es necesario que realice el ciclo PHVA. Será una persona profesional y capacitada.

Dirección Comercial: Es aquel que concretiza estrategias de marketing para que generen rentabilidad a la empresa. Es una persona capacitada que da apoyo a sus colaboradores, es estratega y tiene espíritu de liderazgo.

Dirección Operativo: Es el encargado de coordinar el área operativa para cumplir con la meta de producción establecida. Es una persona que dinamiza y propone nuevos procesos.

Secretaria: Es la encargada de apoyar en cuestiones operativas a la alta gerencia; su trabajo es fundamental para la empresa; puesto que aportan al mejoramiento y crecimiento de la empresa.

Auxiliar Administrativo: Es el encargado de manejar información confidencial, este posee conocimiento de las áreas administrativas de la empresa, y aporta ideas para su crecimiento.

Operarios: Son los encargados de realizar los procesos que permiten que un producto llegue a las manos del cliente, a través de su conocimiento se puede garantizar una prenda bien elaborada.

4.5 MARCO LEGAL

El modelo de empresa en el marco legal escogido por Wear Skin es una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) contemplada en la Ley 1258 de 2008, pues trae consigo, grandes beneficios para las organizaciones en los siguientes aspectos:

- **Disposiciones generales:** Se puede conformar por una persona natural o jurídica y estas serán responsables hasta por el monto de sus aportes, una vez inscrita en el registro mercantil, esta será una persona jurídica. La naturaleza de una S.A.S será siempre de carácter comercial independientemente de las actividades que esta realice, además no podrán realizar negociaciones de valores en el mercado público, de esta manera se puede aprovechar la oportunidad e iniciar labores comerciales.
- **Constitución:** Se creará mediante contrato que conste en documento privado su inscripción en el registro mercantil, de la Cámara de Comercio del lugar en el que la empresa lo establezca. Este debe contener: Nombre (de la empresa) documento de identidad (de los accionistas), razón social (el nombre, y la sigla S.A.S) el termino de duración (se debe expresar en el acto de constitución),

domicilio principal de la empresa (incluyendo todos los puntos de venta) actividades principales (enumeradas), el capital pagado (el pago de las cuotas hasta por dos años), entre otras.

- **Pago de capital:** Puede efectuarse bajo distintas condiciones y plazos no debe excederse de 2 años, y esto es muy beneficioso para los socios, puesto que pueden pagarlo en montos mínimos.

- **Clases de acciones:** Wear Skin como sociedad S.A.S puede emitir acciones de clase: ordinarias, con dividendo preferencial sin derecho a voto, con voto múltiple, privilegiadas, con dividendo fijo y acciones de pago.

- **Organización de la sociedad:** Las empresas que optan por el modelo de S.A.S son libres de establecer su estructura orgánica y por consiguiente sus normas. Debido a que esta entidad cuenta con un solo accionista, este podrá practicar las atribuciones que la ley les concede a los distintos órganos sociales, las reuniones se podrán realizar dentro o fuera del domicilio principal.

- **Reformas estatutarias:** Serán aprobadas por la asamblea con voto a favor de uno o más accionistas, esto debe consignarse en documento privado inscrito en el registro mercantil. Cualquier empresa puede convertirse en una sociedad S.A.S si previamente ha realizado disolución con consentimiento de los accionistas.

- **Disolución:** Las sociedades se pueden disolver por vencimiento de términos, imposibilidad de desarrollar las actividades, por voluntad de los accionistas, por pérdidas que comprometan el patrimonio.

- **Liquidación:** Se realizará según los procedimientos establecidos, y este lo ejercerá el representante legal de la empresa a liquidar su sociedad.

Características de una S.A.S:

- Sociedad Por Acciones Simplificadas S.A.S. Ley 1258 de 2008
- Razón social: Wear Skin S.A.S
- Naturaleza: Comercial
- Proceso de Inscripción: Documento privado inscrito en el registro mercantil con escritura pública.

- Pluralidad de socios: Accionistas: 1
- Responsabilidad de los asociados: limitada, al momento de aportes, salvo fraude.
- Régimen de aportes: diferido a 2 años.
- Estimula el emprendimiento.

Ventajas:

- La empresa no está obligada a crear junta directiva.
- Es más flexible establecer negociaciones.
- Existe libertad de organización.
- La empresa Wear Skin tendrá en cuenta los costos que debe asumir por el uso del uso, el pago de impuestos como industria y comercio.

4.6 COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Los costos para la constitución de una empresa bajo el modelo de S.A.S se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 5. Costos de constitución de la S.A.S

REGISTRO MERCANTIL	
Limite Inferior	22.869.227
Limite Superior	24.344.661
Promedio	23.606.944
% A Aplicar	1,17%
Valor a Pagar	276.000

Fuente: (Cámara de Comercio de Cali, 2018)

Tabla 6. Inscripción en la Cámara de Comercio

INSCRIPCION EN CAMARA DE COMERCIO	
Derechos de inscripcion	31.000
Fomulario de registro	4.000
Inscripcion de libros	10.300
Higiene y Sanidad	60.000
Bomberos	25.000
Uso de Suelos	34000
TOTAL	164.300

Fuente: (Emprende, 2018)

4.7 SEGURIDAD SOCIAL

La seguridad social en Colombia está regida por la ley 100 de 1993 y es el conjunto de procedimientos y normas que toda persona tiene derecho con el fin de tener una calidad de vida, el empleador aportará el 8,5% y el trabajador el 4% para el año 2018 este contempla:

- Salud: Estado de bienestar y equilibrio que todos los empleados tienen por derecho.
- Pensión: Cantidad de dinero que una persona recibe por un tiempo determinado.
- Riesgos laborales: Son las posibilidades que un trabajador de sufrir una enfermedad o un accidente, a causa de las funciones desempeñadas en una organización.
- Servicios complementarios: Son aquellos que se ofrecen de forma alternativa, como: la recreación, la educación, entre otros, los empleados de esta compañía no tienen acceso a estos servicios.

4.8 PRESTACIONES SOCIALES

- Cesantías: Son prestaciones sociales que todo trabajador tiene derecho por el hecho de estar vinculado a una empresa, son un auxilio monetario que se otorgan en junio y diciembre de cada año.
- Intereses de Cesantías: Es la utilidad sobre el valor de las cesantías que las empresas deben pagarle a los trabajadores.
- Vacaciones: Al corte de cada año, todo empleado tiene derecho de disfrutar un tiempo estimado de 15 días hábiles.
- Primas: Se debe pagar a los empleados por cada año laborado.

4.9 CONTRATO LABORAL

- El tipo de contrato que manejará Wear Skin para sus empleados es el de a término Fijo (menor a un año para todos los empleados de la organización), puesto que es necesario garantizar una estabilidad laboral a los trabajadores y volver al modelo anterior de contratación, donde se le da importancia a cada uno de ellos; con las ganancias que genere la empresa se podrá garantizar un salario digno y acorde a sus horas trabajadas.

5 ESTUDIO FINANCIERO

Este proyecto de emprendimiento se ha trabajado proyectado a un año, el estudio financiero aquí descrito ha sido meticulosamente trabajado y permitirá establecer la viabilidad financiera para la creación de la empresa Wear Skin; aquí se expondrá la inversión inicial, los parámetros generales del proyecto, entre otros.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 7. Inversión inicial

INVERSIÓN EN PESOS - WEAR SKIN S.A.S			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Mesa de Corte	1	1.000.000	1.000.000
Mesa Calidad y Empaque	1	820.000	820.000
Archivador Papelerero 180x92x46 cm Gris	1	651.900	651.900
Estantería Stabil en Metal y Madera de 176x150x60	3	379.900	1.139.700
Escritorio	2	300.000	600.000
Silla Computador Realido Con Brazos Malla Negro Asenti	2	90.000	180.000
Sofá	2	1.000.000	2.000.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			6.391.800
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador de escritorio	2	1.500.000	3.000.000
Teléfono Inalámbrico MOTOROLA GATE 4800 BT	1	65.000	65.000
Espejo Multifuncional Ecotank L395	1	1.230.000	1.230.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			4.295.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cortadora	1	900.000	900.000
Maquina Plana	2	1.200.000	2.400.000
Maquina Fileteadora	2	1.100.000	2.200.000
Collarín	1	870.000	870.000
Maquina Remalladora	1	3.000.000	3.000.000
Maquina Recubridora	1	1.900.000	1.900.000
Maquina Elasticadora	1	1.300.000	1.300.000
Bolchera	1	256.000	256.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			12.828.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			23.612.800
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
Registro mercantil cámara de comercio	1	276.000	276.000
Derechos de Inscripción	1	33.170	33.170
Formulario de registro	1	4.280	4.280
Inscripción de libros	1	11.021	11.021
Higiene y Sanidad	1	64.200	64.200
Bombos	1	26.750	26.750
Uso de Suelos	1	36.380	36.380
TOTAL GASTO DE CONSTITUCION			461.801
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Calculadora Casio	4	40.000	160.000
Set De Escritorio Bright Cosedora Cinta Clips Saca Ganchos	6	9.400	56.400
Cosedora Perforadora 20 Hojas	2	60.900	121.800
Tijeras	5	30.000	150.000
Rimax Silla Plástica Con Brazos Blanca Institucional	2	33.000	66.000
Cafetera Programable BVS TDC 4401	1	178.900	178.900
Set de Mugs Colores x 4	4	24.900	99.600
Set Cuchillos 12 Pzs Cerámica Color	1	129.990	129.990
Papetera	5	56.900	284.500
Escoba	1	7.483	7.483
Trapeo	1	11.200	11.682
Recogedor	1	17.300	18.044
Toalla de manos	1	96.000	96.000
Extintor multipropósitos 20L polvo químico certificado	4	52.000	208.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES		684.979	1.687.727
SOFTWARE Y LICENCIAS			
Licencia Software (CG1)	1	950.000	950.000
Microsoft Office 2017 Licenciado	1	212.900	212.900
Antivirus McAfee	1	128.224	128.224
Licencia Windows 10 (MAUye paquete office)	1	855.224	855.224
TOTAL SOFTWARE Y LICENCIAS			2.148.348
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Tarjetas de presentación	5000	25	125.000
Volantes	5000	45	225.000
Pendones	4	65.000	260.000
Diseño (Tarjetas, volantes, pendones y bochure)	1	160.000	160.000
Página Web	1	1.500.000	1.500.000
Brochure	1000	1.100	1.100.000
Mantenimiento Pagina Web	1	250.000	250.000
TOTAL PREOPERATIVA			3.820.000
SEGUROS			
Póliza de Todo Riesgo	1	5.483.000	5.483.000
TOTAL DE POLIZA DE TODO RIESGO			5.483.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			13.288.878
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de administración	1	1.441.780	1.441.780
Gastos de ventas	1	3.620.000	3.620.000
Nominas	1	20.722.400	20.722.400
Inventario	1	15.074.000	15.074.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			40.868.179
TOTAL INVERSIÓN			77.868.865
% DE INVERSIÓN A FINANCIAR			30%
INVERSIÓN A FINANCIAR			23.287.888
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR POR MES			1.107.408

Fuente: La autora

5.2 PARÁMETROS GENERALES

Tabla 8. Parámetros económicos

PARAMETROS ECONOMICOS - WEAR SKIN S.A.S					
	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
IPC%	4,30%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
TRM (\$US \$)	3.036,00	3.005,00	3.005,00	3.005,00	3.005,00
VARIACION TRM	1,16%	(1,02%)	0,00%	0,00%	0,00%
% PRECIOS	4,30%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
% Costos	4,30%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
% Unidades	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%
RENTA	25,0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
CREE	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
IJA	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (Tarifa * Miles)	0,0041	0,0041	0,0041	0,0041	0,0041
Reserva Legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM AÑO 2015 (%)	3.000,7				

Fuente: La autora

Tabla 9. Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES - WEAR SKIN S.A.S	
SMMLV	781.242
Auxilio de Transporte	81.041
Cesantias	8,33%
Intereses a la Cesantias	1,0%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Salud	0,00%
Pension	12,00%
ARL	0,5226%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: La autora

Tabla 10. Admón. y ventas

ADMON Y VENTAS	
Gerente	4.000.000
Director comercial	2.000.000
Secretaria	781.242
Agente comercial 1	781.242
Agente comercial 2	781.242
Personas con auxilio	3

Fuente: La autora

Tabla 11. Producción

PRODUCCIÓN	
Director operativo	2.000.000
Operario 1	781.242
Operario 2	781.242
Operario 3	781.242
Operario 4	781.242
Auxiliar operativo	950.000
Personas con auxilio	5

Fuente: La autora

Tabla 12. Recaudos

RECAUDOS	
Contado (%)	80,00%
Credito (%)	20,00%
Plazo (Dias)	30

Fuente: La autora

Tabla 13. Pagos

PAGOS	
Contado (%)	80,00%
Credito (%)	20,00%
Plazo (Dias)	30

Fuente: La autora

Tabla 14. Registro mercantil e inscripción cámara de comercio

REGISTRO MERCANTIL	
Limite Inferior	22.869.227
Limite Superior	24.344.661
Promedio	23.606.944
% A Aplicar	1,17%
Valor a Pagar	276.000

INSCRIPCION EN CAMARA DE COMERCIO	
Derechos de inscripcion	31.000
Formulario de registro	4.000
Inscripcion de libros	10.300
Higiene y Sanidad	60.000
Bomberos	25.000
Uso de Suebs	340.000
TOTAL	164.300

Fuente: La autora

Tabla 15. Márgenes brutos

MARGENES BRUTOS -WEAR SKIN S.A.S				
ITEM	COSTO UNITARIO	MARGEN	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE VENTA
LINEAS DE PRENDAS DEPORTIVAS INTELIGENTES				
Top Wear Skin Única Talla	32.631	70 %	308	55.472
Short Wear Skin Única Talla	35.205	70 %	142	59.846
T-Shirt Wear Skin Única Talla	38.979	70 %	234	66.263
	32.325		683	60.139
INVENTARIO IN SUMOS -WEAR SKIN S.A.S				
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL Unid Req
Tela (Lycra Poliéster)	Centímetros	100	24.000	240,00
Hilo	Centímetros	457.200	8.000	0,02
Hilaza	Centímetros	914.40	8.000	0,09
Elasticos	Centímetros	500	10.000	20,00
Fibra Sintética	Centímetros	1000	28.000	28,00
Químico	mililitro	345	12.000	34,78
Selo adherido	UNIDAD	1	8.000	8.000,00

Fuente: La autora

Tabla 16. Insumos primarios requeridos

INSUMOS PRIMARIOS REQUERIDOS - WEAR SKIN S.A.S						
ITEM	PRECIO MP MINIMA REQUERIDA	Cantidad	Unidad de medida	MP REQUERIDA MENSUAL	Unidad de medida	PRECIO POR GRAMO/ MI
Tela (Lycra Poliéster)	24.000	100	Centímetros	250	Metros	6.000.000
Hilo	8.000	457.200	Centímetros	25	Metros	200.000
Hilaza	8.000	91.440	Centímetros	50	Metros	400.000
Elasticos	10.000	500	Centímetros	15	Metros	300.000
Fibra Sintética	28.000	1.000	Centímetros	50	Metros	1.400.000
Químico	12.000	345	milLiro	15	Metros	1.494.000
Sello adherido	8.000	1	UNIDAD	500	Unidades	4.000.000

Fuente: La autora

Tabla 17. Descripción producto

Top Wear Skin Unico Talla				
PRODUCTO	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR DE UNIDAD DE MEDIDA EN PESO \$	VALOR UNITARIO
Tela (Lycra Poliéster)	25	Centímetros	240,00	6.000,0
Hilo	100	Centímetros	0,02	1,7
Hilaza	100	Centímetros	0,09	8,7
Eásticos	100	Centímetros	20,00	2.000,0
Fibra Sintética	100	Centímetros	23,00	2.300,0
Químico	10	mililitro	34,78	347,8
Selo adherido	1	UNIDAD	8.000,00	8.000,0
TOTAL MATERIA PRIMA				18.168,3
MANO DE OBRA				12.994,6
CF				477,9
COSTO UNITARIO				32.640,8
Short Wear Skin Unico Talla				
PRODUCTO	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR DE UNIDAD DE MEDIDA EN PESO \$	VALOR UNITARIO
Tela (Lycra Poliéster)	35	Centímetros	240,00	8.400,0
Hilo	100	Centímetros	0,02	1,7
Hilaza	100	Centímetros	0,09	8,7
Eásticos	100	Centímetros	20,00	2.000,0
Fibra Sintética	100	Centímetros	23,00	2.300,0
Químico	15	mililitro	34,78	521,7
Selo adherido	1	UNIDAD	8.000,00	8.000,0
TOTAL MATERIA PRIMA				21.732,2
MANO DE OBRA				12.994,6
CF				477,9
COSTO UNITARIO				35.204,8
T-Shirt Wear Skin Unico Talla				
PRODUCTO	CANT	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR DE UNIDAD DE MEDIDA EN PESO \$	VALOR UNITARIO
Tela (Lycra Poliéster)	50	Centímetros	240,00	12.000,0
Hilo	100	Centímetros	0,02	1,7
Hilaza	100	Centímetros	0,09	8,7
Eásticos	100	Centímetros	20,00	2.000,0
Fibra Sintética	100	Centímetros	23,00	2.300,0
Químico	20	mililitro	34,78	695,7
Selo adherido	1	UNIDAD	8.000,00	8.000,0
TOTAL MATERIA PRIMA				26.698,2
MANO DE OBRA				12.994,6
CF				477,9
COSTO UNITARIO				39.973,6

Fuente: La autora

Tabla 18. Parámetro de gastos

PARAMETRO DE GASTOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACION			
Arrendamiento	1	900.000	938.700
Internet	1	55.000	57.365
Telefono Fijo	1	45.000	46.935
Telefono Celular	1	49.000	51.107
Servicios publicos	1	150.000	156.450
Mantenimiento equipos de computo	1	50.000	52.150
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			1.302.707
IMPLEMENTOS DE OFICINA Y PAPELERIA			
Agenda	2	6.600	13.768
Bisturi	2	800	1.669
lapicero caja de 10	1	4.500	4.694
Pegante liquido	1	1.800	1.877
Pegante barra	1	2.250	2.347
Sacagancho	2	700	1.460
Grapadora	2	4.200	8.761
Clips	1	2.500	2.608
Resma de papel carta	1	7.800	8.135
Resma de papel oficio	1	8.500	8.866
Marcador	2	1.900	3.963
Cinta	3	1.900	5.945
TOTAL IMPLEMENTOS DE OFICINA Y PAPELERIA			64.092
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			
Escoba	1	7.489	7.811
Trapero	1	11.200	11.682
Recogedor	1	17.300	18.044
Detergente Polvo AS Poder Azul 500gX5u	1	13.900	14.498
Paca papel higienico elite megarrullo 33mx24u	1	22.000	22.946
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			74.980
GASTOS DE RODAMIENTO			
Transporte de mercancia	4	135.000	540.000
TOTAL GASTOS DE RODAMIENTO			540.000
PLAN DE MEDIOS WEAR SKIN S.A.S			
Tarjetas de presentacion	5.000	25	125.000
Volantes	5000	45	225.000
Pendones	4	65.000	260.000
Diseño (Tarjetas, volantes, pendones y bochure)	1	160.000	160.000
Pagina Web	1	1.500.000	1.500.000
Brochure	1.000	1.100	1.100.000
Mantenimiento Pagina Web	1	250.000	250.000
TOTAL			3.620.000
COSTOS DE PRODUCCION (CIF)			
COSTOS DE PRODUCCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Transporte de mercancia	1	135.000	135.000
DOTACIONES			
OVEROLES	4	47.900	191.600
TOTAL DOTACIONES			191.600

Fuente: La autora

5.3 GASTOS DE GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN

Tabla 19. Gastos generales de ventas, admón. y producción

PROYECCIÓN GASTOS - WEAR SKIN S.A.S																	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arrendamiento	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	938.700	11.264.400	11.669.918	1.209.035	12.525.277	12.976.187
Internet	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	57.365	688.380	713.162	738.836	765.434	792.989
Telefono Fijo	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	46.935	563.220	583.496	604.502	626.264	648.809
Telefono Celular	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	51.107	613.284	636.362	658.235	681.932	706.481
Servicios publicos	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	156.450	1.877.400	1.944.286	2.015.006	2.087.546	2.162.698
Mantenimiento equipos de computo	52.150	0	0	0	0	0	52.150	0	0	0	0	0	104.300	108.055	111.945	115.875	120.150
IMPLEMENTOS DE OPCINA Y PAPELERIA	64.092	0	0	64.092	0	0	64.092	0	0	64.092	0	0	265.369	265.599	275.160	285.066	295.308
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	74.980	0	0	74.980	0	0	74.980	0	0	74.980	0	0	299.921	310.718	321.904	333.492	345.498
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	1.441.780	1.250.557	1.250.557	1.389.630	1.250.557	1.250.557	1.441.780	1.250.557	1.250.557	1.389.630	1.250.557	1.250.557	15.667.274	16.231.296	16.815.623	17.420.985	18.048.141
GASTOS DE VENTAS - WEAR SKIN S.A.S																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pagina Web	1.500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.500.000	0	0	0	0
Tarjetas de presentación	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	1.500.000	1.554.000	1.609.944	1.667.902	1.727.946
Volantes	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	2.700.000	2.797.200	2.897.999	3.002.224	3.110.304
Pendones	260.000	0	0	0	0	0	260.000	0	0	0	0	0	520.000	538.720	558.114	578.206	599.021
Diseño (Tarjetas, volantes, pendones y brochure)	160.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	160.000	165.760	171.727	177.910	184.314
Brochure	1.100.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.100.000	1.139.600	1.180.626	1.223.128	1.267.161
Mantenimiento Regime Web	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	3.000.000	3.108.000	3.219.888	3.335.804	3.455.893
TOTAL GASTOS VENTA	3.620.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	860.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	10.480.000	9.308.280	9.658.198	9.985.173	10.344.639
GASTOS DE DEPRECIACIÓN - WEAR SKIN S.A.S																	
MUEBLES Y EN SERIE	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	35.509	426.107	426.107	426.107		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	23.861	286.333	286.333	286.333		
MAQUINARIA Y EQUIPO	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	42.753	513.040	513.040	513.040	513.040	513.040
TOTAL DEPRECIACIONES	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	102.123	1.225.480	1.225.480	1.225.480	513.040	513.040
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS - WEAR SKIN S.A.S																	
GASTO DIFERIDO	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	2.657.775	0	0	0	0
TOTAL DIFERIDOS	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	2.657.775	0	0	0	0
GASTO SAL E ISADO E RESULTADO	5.385.384	2.174.162	2.174.162	2.313.234	2.174.162	2.174.162	2.625.384	2.174.162	2.174.162	2.313.234	2.174.162	2.174.162	30.030.529	26.760.096	27.679.301	27.919.198	28.905.820
GASTO AL FLUJO DE CAJA	5.061.780	1.850.557	1.850.557	1.999.630	1.850.557	1.850.557	2.301.780	1.850.557	1.850.557	1.989.630	1.850.557	1.850.557	26.147.274	25.534.576	26.493.821	27.406.158	28.392.780
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN (CF) - WEAR SKIN S.A.S																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte de mercancía	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	1.620.000	1.678.320	1.738.740	1.801.334	1.866.182
TOTAL DOTACIONES	191.600	0	0	0	0	0	1.916.000	0	0	0	0	0	383.200	396.395	411.287	426.093	441.433
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	326.600	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	3.266.000	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	2.003.200	2.075.315	2.150.027	2.227.428	2.307.615

Fuente: La autora

Tabla 20. Nomina admón. y ventas

NOMINA ADMINISTRACION Y VENTAS EN PESOS - WEAR SKIN S.A.S																	
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	48.000.000	49.728.000	51.518.208	53.372.863	55.294.287
Director comercial	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	24.000.000	24.884.000	25.759.104	26.634.432	27.547.143
Secretaria	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555
Agente comercial 1	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555
Agente comercial 2	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555
TOTAL	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	100.124.712	103.729.202	107.463.453	111.332.137	115.340.094
DATOS AL ESTADO DE RESULTADO																	
PERSONAS CON AUXILIO	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
SALARIOS	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	100.124.712	103.729.202	107.463.453	111.332.137	115.340.094
Auxilio de Transporte	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	2.917.480	3.022.509	3.131.319	3.244.047	3.360.832
Cesantías	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	8.583.415	8.892.417	9.212.545	9.544.196	9.887.787
Intereses a la Cesantías	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	85.868	1.030.422	1.067.517	1.105.948	1.145.762	1.187.009
Primes	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	715.285	8.583.415	8.892.417	9.212.545	9.544.196	9.887.787
Vacaciones	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	347.600	4.171.196	4.321.359	4.476.927	4.638.097	4.805.068
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pension	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	12.014.965	12.447.504	12.895.614	13.359.856	13.840.811
ARL	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	523.252	542.089	561.604	581.822	602.767
Caja de Compensación	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	4.004.988	4.149.168	4.298.538	4.453.285	4.613.604
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	11.829.487	141.953.844	147.064.182	152.358.493	157.843.398	163.525.761
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	8.343.726	100.124.712	103.729.202	107.463.453	111.332.137	115.340.094
Auxilio de Transporte	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	243.123	2.917.480	3.022.509	3.131.319	3.244.047	3.360.832
Cesantías													0	8.583.415	8.892.417	9.212.545	9.544.196
Intereses a la Cesantías													0	1.030.422	1.067.517	1.105.948	1.145.762
Primes						4.291.707							4.291.707	8.583.415	8.892.417	9.212.545	9.544.196
Vacaciones													4.171.196	4.321.359	4.476.927	4.638.097	4.805.068
Salud													0	0	0	0	0
Pension	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	1.001.247	12.014.965	12.447.504	12.895.614	13.359.856	13.840.811
ARL	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	43.604	523.252	542.089	561.604	581.822	602.767
Caja de Compensación	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	333.749	4.004.988	4.149.168	4.298.538	4.453.285	4.613.604
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	14.257.157	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	132.340.007	146.718.084	151.999.935	157.471.933	163.140.922

Fuente: La autora

Tabla 21. Nomina producción

NOMINA PRODUCCIÓN EN PESOS - WEAR SKIN S.A.S																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Director operativo	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	24.000.000	24.864.000	25.759.104	26.686.432	27.647.143	
Operario 1	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555	
Operario 2	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555	
Operario 3	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555	
Operario 4	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	781.242	9.374.904	9.712.401	10.062.047	10.424.281	10.799.555	
Auxiliar operativo	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	950.000	11.400.000	11.810.400	12.235.574	12.676.055	13.132.383	
TOTAL	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	72.899.616	75.524.002	78.242.866	81.059.609	83.977.755	
DATO SAL ESTADO DE RESULTADO																		
PERSONAS CON AUXILIO	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
SALARIOS	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	72.899.616	75.524.002	78.242.866	81.059.609	83.977.755	
Auxilio de Transporte	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	4.862.466	5.037.515	5.218.865	5.406.744	5.601.387	
Cesantías	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	6.477.581	6.710.774	6.952.362	7.202.647	7.461.943	
Intereses a la Cesantías	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	64.802	777.621	805.615	834.617	864.664	896.791	
Primas	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	539.798	6.477.581	6.710.774	6.952.362	7.202.647	7.461.943	
Vacaciones	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	253.083	3.036.998	3.146.330	3.259.598	3.376.943	3.498.513	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pensión	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	8.747.954	9.062.880	9.388.144	9.727.153	10.077.331	
ARL	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	380.973	394.668	408.897	423.618	438.868	
Caja de Compensación	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	2.915.985	3.020.960	3.129.715	3.242.384	3.359.110	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	8.881.398	106.576.776	110.413.540	114.388.427	118.506.410	122.772.641	
DATO SAL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	6.074.968	72.899.616	75.524.002	78.242.866	81.059.609	83.977.755	
Auxilio de Transporte	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	405.206	4.862.466	5.037.515	5.218.865	5.406.744	5.601.387	
Cesantías													0	6.477.581	6.710.774	6.952.362	7.202.647	
Intereses a la Cesantías													0	777.621	805.615	834.617	864.664	
Primas						3.236.791							3.236.791	6.477.581	6.710.774	6.952.362	7.202.647	
Vacaciones													3.036.998	3.036.998	3.146.330	3.259.598	3.376.943	
Salud	0												0	0	0	0	0	
Pensión	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	728.996	8.747.954	9.062.880	9.388.144	9.727.153	10.077.331	
ARL	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	31.748	380.973	394.668	408.897	423.618	438.868	
Caja de Compensación	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	242.999	2.915.985	3.020.960	3.129.715	3.242.384	3.359.110	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	7.483.916	7.483.916	7.483.916	7.483.916	7.483.916	10.722.707	7.483.916	7.483.916	7.483.916	7.483.916	7.483.916	7.483.916	13.759.705	99.321.573	110.152.352	114.117.837	118.226.079	122.482.218

Fuente: La autora

5.4 SE CALCULAN LOS COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO

Tabla 22. Costo unitario

COSTO UNITARIO SIN IYV SIN CIF																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Top Wear Skin Única Talla	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.158	19.948	20.563	21.303	22.070
Short Wear Skin Única Talla	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	21.732	22.915	23.028	24.165	25.035
T-Shirt Wear Skin Única Talla	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	25.506	26.424	27.078	28.361	29.382
TOTAL	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	66.397	68.787	71.263	73.829	76.487
COSTO TOTAL SIN IYV SIN CIF																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Top Wear Skin Única Talla	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	5.892.385	70.708.619	75.7.91.790	81.154.856	86.942.872	93.143.923
Short Wear Skin Única Talla	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	3.094.456	37.133.489	38.7.91.950	42.619.329	45.699.079	48.915.635
T-Shirt Wear Skin Única Talla	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	5.956.191	71.474.290	76.5.72.070	82.033.441	87.884.335	94.152.534
TOTAL	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	14.943.031	179.316.378	192.1.05.610	205.807.426	220.486.287	238.212.092
PRECIO PROMEDIO	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	21.863	22.650	23.466	24.311	25.186

Fuente: La autora

5.5 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS EN PESOS Y UNIDADES

Tabla 23. Proyección de costos y ventas

PRE BUDGETO UNIDADES A VENDER																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TopWear Skin Única Talla	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	3.691	3.817	3.947	4.081	4.220
ShortWear Skin Única Talla	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	1.709	1.767	1.827	1.889	1.954
T-ShirtWear Skin Única Talla	234	234	234	234	234	234	234	234	234	234	234	234	2.802	2.898	2.997	3.099	3.204
TOTAL	683	683	683	683	683	683	683	683	683	683	683	683	8.202	8.481	8.770	9.070	9.378

COSTOS UNITARIOS (MP-IND-CIF)																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TopWear Skin Única Talla	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	32.631	33.805	35.022	36.283	37.589
ShortWear Skin Única Talla	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	35.205	36.472	37.785	39.145	40.554
T-ShirtWear Skin Única Talla	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	38.979	40.382	41.835	43.342	44.902

COSTOS TOTALES																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TopWear Skin Única Talla	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	10.035.984	120.451.808	129.021.400	138.223.629	148.082.192	158.643.899
ShortWear Skin Única Talla	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	5.012.789	60.153.464	64.443.806	69.040.150	73.964.520	79.239.696
T-ShirtWear Skin Única Talla	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	9.102.257	109.227.081	117.017.515	125.363.588	134.304.930	143.883.988
TOTAL	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	289.812.354	310.482.721	322.627.367	336.351.641	351.767.595

PRECIO DE VENTA																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TopWear Skin Única Talla	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	55.472	57.469	59.538	61.681	63.902
ShortWear Skin Única Talla	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	59.848	62.002	64.254	66.547	68.943
T-ShirtWear Skin Única Talla	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	66.263	68.649	71.120	73.681	76.333
TOTAL	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	181.584	188.121	194.893	201.909	209.178

VENTA TOTALES																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TopWear Skin Única Talla	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	17.061.173	204.734.074	219.336.380	234.980.170	251.739.726	269.694.629
ShortWear Skin Única Talla	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	8.521.741	102.260.889	109.554.471	117.369.255	125.739.344	134.707.496
T-ShirtWear Skin Única Talla	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	15.473.837	185.696.038	198.929.775	213.118.099	228.318.381	244.602.796
TOTAL	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	492.691.001	527.820.626	565.466.523	605.791.450	649.004.911

Fuente: La autora

5.6 PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS, FLUJO DE CAJA Y ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL SIN FINANCIACIÓN

Tabla 24. Estado de resultados sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS - WDR SWN S.A.S																															
INDICADOR	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040		
VENTAS	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720	41.026.720
COSTOS	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000	34.172.000
UTILIDAD BRUTA	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720	16.854.720
CARGOS																															
IMPORTE	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467	11.828.467
GASTOS ADMINISTRACION	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760	1.441.760
GASTOS DE MANTENIMIENTO	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000	2.922.000
GASTOS DE DESARROLLO	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
GASTOS DE FERRETES	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481	221.481
IMPORTE	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226	186.226
TOTAL CARGOS	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234	17.218.234
UTILIDAD OPERACIONAL	(77.514)	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738	2.733.738
OTROS INGRESOS Y CARGOS																															
Cuentas financieras																															
Cuentas financieras leasing																															
TOTAL OTROS INGRESOS Y CARGOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMPORTE DE RENTA	0	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435	662.435
IMPORTE	0	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217	326.217
UTILIDAD NETA	(77.514)	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	3.002.391	
RESERVA LEGAL	0	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437	160.437
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(77.514)	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	1.841.954	
UTILIDAD ACUMULADA																															
RESERVA LEGAL ACUMULADA																															

Fuente: La autora

Tabla 25. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA FINANCIACION EN PESOS - WASH SKIN S.A.S																	
													ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
REGALADOS	32.845.400	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	41.056.750	454.469.651	527.234.965	564.832.022	605.125.265	645.254.756
VA COBRADO	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	3.254.540	39.414.450	42.225.850	45.231.322	48.463.176	51.920.392
TOTAL INGRESOS	36.100.940	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	44.311.290	523.884.101	569.460.815	610.063.344	653.588.441	707.175.148
EGRESOS																	
NOMINA	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	14.257.157	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	9.965.450	15.426.350	132.340.007	146.715.054	151.999.929	157.471.922	162.140.922
Gastos de administracion	1.441.750	1.250.557	1.250.557	1.250.557	1.250.557	1.250.557	1.441.750	1.250.557	1.250.557	1.250.557	1.250.557	1.250.557	15.667.274	16.231.296	16.815.622	17.420.955	18.048.141
Gastos de ventas	3.600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	10.480.000	9.303.250	9.635.195	9.985.172	10.344.629
VA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VA TOTALAL F.C	0	0	6.560.050	0	6.560.050	0	6.560.050	0	6.560.050	0	6.560.050	0	32.845.400	41.757.122	44.723.577	47.926.050	51.344.292
IMPUESTO DE RENTA													0	7.335.441	10.207.140	12.620.725	15.299.911
OTROS													0	2.640.759	2.721.464	4.342.466	5.507.965
ICA													0	2.019.992	2.164.065	2.315.412	2.492.770
PAGOS	21.162.423	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	24.151.029	286.622.747	310.269.564	322.399.006	336.106.794	351.505.495
TOTAL EGRESOS	36.100.940	35.987.039	42.536.119	36.106.109	42.536.119	40.256.744	42.536.730	35.987.039	42.536.119	36.106.109	42.536.119	44.420.920	475.156.420	538.275.536	571.611.069	606.330.551	647.675.142
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	(9.712)	8.324.254	1.805.174	8.205.181	1.805.174	4.052.547	1.353.911	8.324.254	1.805.174	8.205.181	1.805.174	(88.640)	45.727.702	33.185.077	38.265.345	45.195.513	52.530.036
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	(9.712)	8.324.254	1.805.174	8.205.181	1.805.174	4.052.547	1.353.911	8.324.254	1.805.174	8.205.181	1.805.174	(88.640)	45.727.702	33.185.077	38.265.345	45.195.513	52.530.036

FLUJO DE CAJA	
DI P (%)	84.9%
SI (%)	20.0%
CO (%)	27.7%
VI (%)	29.15%
IR (%)	45.1%
RO (%)	1.3%

ANOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(77.645.140)	45.727.702	33.185.077	38.265.345	45.195.513	52.530.036

Fuente: La autora

Tabla 26. Estado de la situación financiera actual

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA ACTUAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN - WEAR SKIN S.A.S						
ACTIVOS CORRIENTES	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCOS	40.244.872	85.993.569	124.081.139	163.995.923	210.761.093	263.803.570
C.X.C	0	8.094.430	8.671.752	9.290.249	9.952.860	10.662.731
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	40.244.872	94.088.000	132.752.891	173.286.172	220.713.953	274.466.301
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	6.391.600	6.391.600	6.391.600	6.391.600	6.391.600	6.391.600
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	4.295.000	4.295.000	4.295.000	4.295.000	4.295.000	4.295.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.826.000	12.826.000	12.826.000	12.826.000	12.826.000	12.826.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	6.127.400	12.254.800	18.382.200	20.947.400	23.512.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS	23.512.600	17.385.200	11.257.800	5.130.400	2.565.200	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	13.288.876	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	13.288.876	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	36.801.476	17.385.200	11.257.800	5.130.400	2.565.200	0
TOTAL ACTIVOS	77.046.347	111.473.200	144.010.691	178.416.572	223.279.153	274.466.301
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	2.988.606	3.201.764	3.430.124	3.674.771	3.936.868
Cesantias	0	8.397.068	8.699.362	9.012.539	9.336.991	9.673.122
Intereses a la Cesantia por pagar	0	1.008.051	1.044.341	1.081.937	1.120.887	1.161.239
Impuesto de Renta por Pagar	0	3.829.666	9.147.554	11.405.118	14.768.101	17.472.666
CREE por pagar	0	1.378.680	3.293.120	4.105.843	5.316.516	6.290.159
IVA/IVA por pagar	0	6.475.544	6.937.401	7.432.199	7.962.288	8.530.185
ICA por pagar	0	1.991.230	2.133.251	2.285.401	2.448.404	2.623.032
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	26.068.845	34.456.793	38.753.162	44.627.958	49.687.271
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0	0	0	0	0
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	26.068.845	34.456.793	38.753.162	44.627.958	49.687.271
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	77.046.347	77.046.347	77.046.347	77.046.347	77.046.347	77.046.347
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	7.346.976	29.081.565	56.180.126	91.269.132	132.784.184
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	1.011.032	3.425.986	6.436.937	10.335.716	14.948.499
TOTAL PATRIMONIO	77.046.347	85.404.355	109.553.898	139.663.410	178.651.195	224.779.031
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	77.046.347	111.473.200	144.010.691	178.416.572	223.279.153	274.466.301
	0	0	0	0	0	0

Fuente: La autora

6 CONCLUSIONES

Una vez concluido este proyecto que propende por la factibilidad y viabilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño y confección de prendas deportivas inteligentes para la mujer de hoy, y que se ha venido desarrollando durante el ciclo propedéutico se puede determinar:

- El proyecto realizó un estudio de mercado, técnico, legal y financiero que han permitido su factibilidad en el mercado local y regional del Valle del Cauca.
- El cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo permiten la sostenibilidad de la empresa, dando respuesta a las exigencias del entorno.
- El emprendimiento de este proyecto es la necesidad de un entorno con poca evidencia de la existencia de empresas que produzcan prendas deportivas inteligentes para la mujer.
- Este proyecto no es viable financieramente puesto que el uso de nanotecnología en las prendas deportivas es costoso.
- Se debe contar inicialmente con apalancamiento de terceros.

Concluyendo este proyecto se puede decir con certeza, que la planeación permite la orientación factible para la creación de una organización, que cuenta con estudios y directrices encaminadas al logro de una marca con participación en el mercado local y con una imagen fuerte ante el mercado internacional, dejando en alto el país, y porque no, pensar en el posicionamiento de una sociedad exportadora de productos elaborados con materia prima nacional, y satisfacer así las necesidades de las mujeres del siglo XXI en adelante.

7 RECOMENDACIONES

Este proyecto tiene como objetivo el crecimiento local y regional del Valle del Cauca, la satisfacción de la mujer y el crecimiento de la empresa, pero se hace necesario el acompañamiento de un empresario que tenga la experiencia y el manejo, en cuanto al surgimiento de entidades enfocadas a la implementación de la tecnología (nanotecnología), en prendas de vestir.

8 REFERENCIAS

- 20 minutos. (2010). *Ropa inteligente, una nueva forma de vestir*. Recuperado 15 de junio de 2018, a partir de <https://www.20minutos.es/noticia/608000/0/moda/ropa/inteligente/>
- Agüero, P. M. Z., Cabrera, N., & Manuel, Z. A. P. (2012). *Liderazgo Empresarial*. Venezuela: EAE.
- Aiken, L. R. (2003). *Tests psicológicos y evaluación*. Pearson Educación.
- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4a Ed.). México: McGraw-Hill.
- Alles, M. (2013). *Diccionario de competencias*. La trilogía. Tomo 1: Las 60 competencias más utilizadas. Ediciones Granica.
- Alles, M. A. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos gestión por competencias* (2a. Ed). Buenos Aires: Granica.
- Alonso, J. C., Arcos, M. A., Solano, J. A., Llanos, R. V., & Gallego, A. I. (2007). *Una mirada descriptiva a las comunas de Cali*. Recuperado 25 de octubre de 2015, a partir de http://www.icesi.edu.co/jcalonso/images/pdfs/Publicaciones/una_mirada_de_scriptiva_a_las_comunas_de_cali.pdf
- Arbós, L. C. (2012). *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Arce, A. M. L. (2006). *Modelo de evaluación por competencias laborales*. Publicaciones Cruz O., S.A.
- Belio, J., & Sainz, A. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios*. Especial Directivos.

- Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina* (2a. Ed). México: Pearson Educación.
- Bernal Torres, C. A. (2007). *Introducción a la administración de las organizaciones: enfoque global e integral*. México: Pearson Educación: Prentice Hall.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a Ed.). Bogotá: Prentice Hall.
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. [BBVA]. (2018). *Carlos Torres Vila: "BBVA es el proyecto más atractivo de la industria financiera"*. Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://www.bbva.com/es/carlos-torres-vila-bbva-es-el-proyecto-mas-atractivo-de-la-industria-financiera/>
- Chiavenato, I. (1988). *Administración de recursos humanos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (1995). *Introducción a la teoría general de la administración* (4a Ed). Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración* (5a Ed). Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a. Ed.). México D.F: McGraw-Hill
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3a Ed). México: McGraw Hill Interamericana.
- Departamento Nacional de Planeación. (2010). *Comuna veintidós*. Recuperado 15 de junio de 2018, a partir de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/65188/1/comuna_veintidos.pdf

- Echeverry, M. (2017). *Jacquard la chaqueta inteligente de Google y Levis tiene fecha de lanzamiento*. Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://www.xataka.com.co/wearables/jacquard-la-chaqueta-inteligente-de-google-y-levis-tiene-fecha-de-lanzamiento-para-otono-y-precio-de-350-dolares>
- El País. (2014). *Confecciones lideran repunte industrial de Cali y el Valle*. Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://www.elpais.com.co/economia/confecciones-lideran-repunte-industrial-de-cali-y-el-valle.html>
- Fernández, A. A. P., Saleh, M. E., & Bustos, S. de. (2017). *Sector de la ropa deportiva: la moda del fitness*. Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://madi.uc3m.es/investigacion-internacional/mercados-industrias/sector-de-la-ropa-deportiva-la-moda-del-fitness/>
- Litman, T. G. (2018). *El mercado de la ropa deportiva crece por encima del 15% anual en Colombia*. Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-mercado-de-la-ropa-deportiva-crece-por-encima-del-15-anual-en-Colombia,952508.html>
- Medina, M. A. (2014). *Colombia se mete en las telas inteligentes*. Recuperado 15 de junio de 2018, a partir de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/colombia-se-mete-telas-inteligentes-articulo-504393>
- Plataforma Estatal de Asociaciones del Profesorado de Tecnología. (2017). *PEAPT: ¿Qué es la Tecnología?* Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <http://peapt.blogspot.com/p/que-es-la-tecnologia.html>
- Revista Dinero. (2015). *¿Por qué María Claudia Lacouture es una gran innovadora?* Recuperado 7 de noviembre de 2018, de

<http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/maria-claudia-lacouture-procolombia/208966>

Suárez, J. F. S. (2015). *Innovación, secreto para exportar ropa deportiva*.

Recuperado 7 de noviembre de 2018, de

<http://www.elcolombiano.com/negocios/ropa-deportiva-paisa-que-viste-al-mundo-AB2892460>

Varela, R. (2014). *Innovación Empresarial Arte y ciencia en la creación de empresas* (4.ª ed.). Pearson Educación.

Yanes, J. (2017). *¿Tiene futuro la ropa inteligente?* Recuperado 7 de noviembre

de 2018, de <https://www.bbvaopenmind.com/tiene-futuro-la-ropa-inteligente/>