

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EMPRESA PAMAYDA EN LA CIUDAD DE
SANTIAGO DE CALI

LUZ AYDEE CABEZAS TORRES

MARTHA CECILIA MUÑOZ MANBUSCAY

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EMPRESA PAMAYDA EN LA CIUDAD DE
SANTIAGO DE CALI

LUZ AYDEE CABEZAS TORRES

MARTHA CECILIA MUÑOZ MANBUSCAY

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de empresas.

Asesor de trabajo de grado: Andrés Felipe Pérez

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado aprobado por la Facultad
de Ciencias Empresariales de la Fundación
Universitaria Católica Lumen Gentium,
admitido como requisito para obtener
el título de Administrador de Empresas.

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, 15 de diciembre de 2020

DEDICATORIA

A Dios y la virgen, por darnos la vida, la sabiduría y guiarnos para lograr nuestras metas, por dirigirnos a la culminación del proyecto de grado y obtener el título profesional.

A nuestras familias, por su apoyo económico, emocional y por creer en nuestras capacidades para terminar con éxito nuestra carrera profesional.

A los docentes, que nos aportaron y ayudaron a fortalecer nuestros conocimientos, y estuvieron dispuestos a brindarnos su ayuda en cada momento.

A nuestros amigos y conocidos que nos colaboraron a fortalecer y desarrollar mejor cada uno de los puntos de este proyecto de grado.

A la Fundación Unicatólica Lumen Gentium por permitirnos hacer parte de una universidad acreditada con una calidad de profesionales que ayudan a fortalecer conocimientos desde lo espiritual hasta la práctica empresarial, proporcionándonos buenas herramientas en nuestra vida profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primero a Dios y a la Virgen porque fueron nuestras guías en el recorrido de la carrera y realización del proyecto. Igualmente, a nuestra familia, por brindarnos su apoyo, motivación para seguir adelante y cumplir nuestra meta.

Les agradecemos a los profesores que nos apoyaron en el recorrido de la carrera profesional, aportándonos conocimiento que nos fortalece como personas para la finalización de este proyecto de grado.

Igualmente, gracias a cada una de las personas que nos ayudó hacer posible la realización del proyecto en cada uno de los diferentes capítulos.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	14
1. CONTEXTUALIZACIÓN	16
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	16
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	16
1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5 JUSTIFICACIÓN	19
1.6 MARCO DE REFERENCIA	24
1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	28
2 ANÁLISIS DEL MERCADO	32
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	32
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	33
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	38
2.4 PLAN DE MERCADEO.....	46
3 ESTUDIO TÉCNICO	54
3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	54
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	66
3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO	67
4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL	69
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	69
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	71
4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	78

4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	80
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	83
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 84	
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	85
5.1	MODELO DE SOCIEDAD	85
6	ESTRUCTURA FINANCIERA	90
6.1	INVERSIÓN INICIAL	91
6.2	PARÁMETROS GENERALES	96
6.3	PROYECCIONES DE GASTOS, COSTOS Y VENTAS	100
6.4	PROYECCIONES DE VENTAS Y COSTOS	103
6.5	VIABILIDAD DEL PROYECTO	104
6.6	ESTADOS FINANCIEROS	106
7	CONCLUSIONES	109
8	RECOMENDACIONES.....	111
	REFERENCIAS	112
	ANEXOS	116

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Análisis de flujo de caja sin financiación	90
Tabla 2. Inversión en pesos	91
Tabla 3. Depreciación en pesos de los activos	93
Tabla 4. Amortización en pesos	93
Tabla 5. Parámetros laborales	97
Tabla 6. Registro Mercantil y de escrituración.	98
Tabla 7. Márgenes Brutos	98
Tabla 8. Parámetros de gastos	99
Tabla 9. Gastos en Pesos	101
Tabla 10. Ventas y costos en pesos	102
Tabla 11. Proyecciones de IVA, recaudo y pagos anuales.	104
Tabla 12. Punto de equilibrio	105
Tabla 13. Análisis de sensibilidad	105
Tabla 14. Estado de resultados sin financiación anual	107
Tabla 15. Estado de resultados con financiación anual	108

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Materiales usados en la elaboración de una blusa	24
Cuadro 2. Portafolio.....	38
Cuadro 3. Comparativo de los precios de la competencia	43
Cuadro 4. Modelo de recaudos y pagos	47
Cuadro 5. Costos de materia prima por unidad	56
Cuadro 6. Maquinaria y equipos Improductivo	65
Cuadro 7. Materiales y equipos productivos	65
Cuadro 8. Costos mensuales productivos	65
Cuadro 9. Gastos mensuales improductivos	66
Cuadro 10. Manual de Funciones – cargo secretaria	72
Cuadro 11. Manual de Funciones – cargo operario de producción.	74

LISTA DE IMAGENES

	Pág.
Imagen 1. Reporte de importaciones a Colombia	17
Imagen 2. Etapas del proceso de creación de una empresa	21
Imagen 3. Participación según las categorías de consumo de moda 2020	33
Imagen 4. Cantidad de población en Cali.....	34
Imagen 5. Evolución del sector Retail en Colombia.....	36
Imagen 6. Principales empresas de moda según ingresos 2018.....	37
Imagen 7. Índice de producción y venta de prendas de vestir	37
Imagen 8. Estado de resultados de Permoda	40
Imagen 9. Estrategias claves de venta.....	48
Imagen 10. Frecuencia de uso de Facebook	48
Imagen 11. Cubrimiento geográfico inicial	49
Imagen 12. Impacto de Instagram para las marcas	50
Imagen 13. PAMAYDA en Instagram	51
Imagen 14. Logotipo de PAMAYDA.....	52
Imagen 15. Ficha técnica del producto.....	55
Imagen 16. Blusa cuello en V	57
Imagen 17. Blusa tipo camiseta	57
Imagen 18. Blusa manga corta	58
Imagen 19. Blusa franela	58
Imagen 20. Tipo corazón.....	59
Imagen 21. Tipo Mariquita.....	59
Imagen 22. Tipo Labios.....	60
Imagen 23. Mapa estratégico organizacional.....	61
Imagen 24. Actividades según el área.....	62
Imagen 25. Flujograma de procesos PAMAYDA	63
Imagen 26. Plano Del punto de venta PAMAYDA.	67

Imagen 27. Manual de Funciones – cargo de Gerente.....	76
Imagen 28. Manual de Funciones – cargo de Mensajero.....	77
Imagen 29. Organigrama de la empresa	78
Imagen 30. Flujograma de procesos PAMAYDA	79
Imagen 31. Formato de entrevista	81
Imagen 32. Parámetros económicos	96
Imagen 33. Cargos y salarios en Pamayda S.A.S	97
Imagen 34. Composición del gasto anual	100
Imagen 35. Costos	103

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta y resultados	116
Anexo 2. Formato de entrevista	121

RESUMEN

El siguiente proyecto es un estudio para la viabilidad de la creación de la empresa PAMAYDA dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas y personalizadas con mostacilla y lentejuelas, para todo tipo de mujer, en la ciudad de Cali donde al observar la necesidad en el mercado de lucir a la moda y con un estilo único, se decide desarrollar este proyecto en donde se evalúa el contexto, plan de mercadeo, estudio técnico, organizacional, legal y financiero para cumplir las expectativas de los clientes.

Palabras Claves:

Moda, belleza, decoración personalizada y arte.

ABSTRACT

The following project is a study for the viability of creation of the PAMAYDA company dedicated to the production and marketing of decorated and personalized blouses with mostacilla and sequins, for all types of women, in the city of Cali where when observing the need in the market To look fashionable and with a unique style, it is decided to develop this project where the context, marketing plan, technical, organizational, legal and financial study is evaluated to meet the expectations of the clients.

Keywords:

fashion, beauty, personalized decoration and art.

INTRODUCCIÓN

La industria textil y particularmente la producción y comercialización de prendas de vestir, especialmente las blusas se tornan cada vez más interesante, por un lado, hacen parte fundamental de la vida cotidiana. Por otro lado, la necesidad del público de estar a la moda y lucir ropa innovadora, más cuando se trata de ropa elaborada y decorada a mano.

Según la revista Dinero (2020) En Colombia el consumo de prendas de vestir en el año 2019 tuvo un crecimiento del 5.5 % con relación a los demás años. Si bien es cierto su crecimiento aumenta en temporadas o fechas especiales, su uso es constante, convirtiéndose en un comercio importante para atacar.

El año pasado, de acuerdo con la firma Raddar, el mercado colombiano de la moda alcanzó los 20,2 billones de pesos, toda vez que el gasto de los consumidores en este frente se incrementó en un 5,94 por ciento, mientras que en número de unidades la variación se ubicó en 5,55 por ciento, al totalizar 1.303 millones de unidades. La empresa señala que en este comportamiento tuvo incidencia no solo el aumento de los salarios, sino factores como el aumento de las remesas provenientes de colombianos que trabajan en el exterior, un mayor número de personas empleadas, más alternativas de crédito, con menores tasas de interés. (Tiempo, 2020).

En la actualidad, la imagen es tan importante, que, en muchos casos, sin una buena apariencia no se podrá llegar a demostrar la buena educación, los conocimientos profesionales o cualquier otro tipo de bagaje cultural personal que una persona tenga, una mala imagen puede cerrar muchas puertas. (Editorial, 2008)

Basados en lo expuesto, se propone por medio de este análisis incorporar en el mercado textil y de manufactura, una unidad de negocio dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas con mostacilla, lentejuelas y canutillos, decoradas 100% a mano, con el diseño que el cliente elija. Inicialmente se espera comercializar la propuesta en la ciudad de Santiago de Cali por redes sociales principalmente para evitar el desplazamiento de los futuros clientes y cuidar de su bienestar y el de su familia. A mediano plazo comercializar en el resto del país.

En este estudio se consideró el desarrollo de cinco capítulos desplegados a continuación para sustentar la viabilidad de la empresa PAMAYDA desde los diferentes enfoques organizacionales vistos en el plan de estudio.

Inicialmente se desarrolla la contextualización del problema de investigación abarcando aspectos clave como el planteamiento del problema, los objetivos de esta, la justificación y el marco referencial, en este último se determinó que la metodología de investigación es descriptiva, porque revela todos los cuestionamientos realizados al mercado, pretendiendo conocer costumbres, gustos, preferencias de las mujeres caleñas. Así mismo, lograr establecer el nivel de aceptación del producto a ofertar y las estrategias que se deben adoptar para lograr posicionar la empresa y lograr auto sostenibilidad.

También se realiza un estudio técnico con el fin de especificar los equipos y/o maquinaria que utiliza la empresa para la fabricación y comercialización del producto.

Seguidamente el estudio organizacional - legal, que muestra las áreas en las que se desarrolla cada proceso y los aspectos legales que se requieren para su constitución o formalización legal. Finalmente, se expone el análisis financiero con una proyección a cinco años para establecer la viabilidad del proyecto PAMAYDA.

1. CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de la empresa Pamayda en la ciudad de Santiago de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Colombia se ha convertido en una sociedad de comercialización masiva de productos importados desde China, actualmente en el mercado solo se visualiza la marquilla “Made in China”. Según el Dane, China es el segundo país importador de productos a Colombia. Entre sus productos de mayor auge está la industria tecnológica seguida de la textil, tal como lo muestra la siguiente imagen:

Imagen 1. Reporte de importaciones a Colombia

Colombia, origen de las importaciones 1995 - 2020 (Julio) ^P		Millones de dólares CIF			
Origen	2017	2018	2019	2020*	
Total importaciones/1	46.071	51.231	52.703	24.405	
Grupos comerciales de origen					
Aladi	9.056	10.398	10.913	4.621	
Comunidad Andina de Naciones	1.731	1.893	1.999	997	
Mercosur**	3.133	3.779	4.313	1.646	
* Unión Europea	6.855	7.583	8.133	3.415	
Principales países de origen					
Estados Unidos	12.014	12.986	13.277	6.300	
Venezuela	220	137	45	12	
México	3.437	3.947	3.880	1.615	
Brasil	2.286	2.828	3.174	1.229	
Alemania	1.874	2.173	2.173	953	
Japón	1.231	1.289	1.235	551	
España	967	992	1.030	456	
China	8.754	10.545	10.967	5.640	
Ecuador	715	812	824	469	
Resto de países	14.571	15.522	16.098	7.180	

Fuente: DIAN - DANE (IMPO)

Para nadie es un secreto que los productos provenientes de China carecen del proceso de manufactura. En la actualidad, manejan un proceso masivo donde su mayor importancia es la producción la cual no genera los mismos resultados de calidad que un producto 100% a mano.

Actualmente, las inversiones dentro de la industria textil china se han enfocado en el fomento de la innovación y tecnología de su maquinaria, teniendo como respuesta, un aumento en la productividad; posicionándose así, como en una de las industrias más vanguardistas del mundo. Como objetivos clave dentro del plan de desarrollo de la industria textil china, se destacan tres: 1) tecnología e innovación, 2) impulso de la cultura y talento local y 3) la introducción de métodos sustentables en la producción de los textiles. Este último objetivo, es uno de los temas más recurrentes en los paneles de discusión sobre el futuro de la industria textil en China;

en donde se destaca el importante impacto que ha tenido el activismo de los jóvenes a favor del medio ambiente, dentro de sus preferencias de consumo de moda (Textiles World, 2019) (como se citó en ("China como líder global en innovación y tecnología en materia textil – TALLER", 2020).

En Colombia, las personas requieren unas prendas con mayor calidad, duraderas, con detalles o una confección especializada. PAMAYDA, ofrece la posibilidad de contar con una alta confección enfocada en blusas decoradas en mostacilla, lentejuelas y canutillos y fácilmente customizable, es decir, personalizada según el gusto de cada mujer. El proyecto se maneja bajo pedido de talla, preferencia al modelo de blusa deseado y con un diseño exclusivo único y elaborado a mano.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cómo establecer la viabilidad de una empresa productora y comercializadora de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali?

1.3.3 Sistematización del problema. ¿Cuál es el estudio de mercado que permita identificar el grado de aceptación del producto?

- ¿Cuál es el estudio técnico para determinar la ubicación de la empresa, la distribución de espacios, costos de maquinaria y equipo, compras de insumos, materia prima, mano de obra, el proceso de producción e inventarios?
- ¿Cuál es el estudio administrativo y legal para determinar la estructura organizacional y los requisitos para la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali?
- ¿Cuál es el estudio financiero para determinar las variables económicas de la empresa planteada?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Estudiar la viabilidad para la creación de la empresa “PAMAYDA” productora y comercializadora de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Elaborar un estudio de mercado que permita identificar el grado de aceptación del producto frente a los consumidores, a través del análisis de la competencia, precio de venta, canales de distribución y medios de promoción.
- Realizar el estudio técnico para determinar la ubicación de la empresa, la distribución de espacios, costos de maquinaria y equipo, compras de insumos, materia prima, mano de obra, el proceso de producción e inventarios.
- Realizar el estudio administrativo y legal para determinar la estructura organizacional y los requisitos para la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali.
- Desarrollar el estudio financiero con una proyección a 5 años.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo la creación de una empresa productora y comercializadora de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali, el cual tiene como finalidad mostrar la importancia del uso de prendas elaboradas y decoradas a mano y la disminución del uso de

ropa importada. Generando valor en sus diferentes diseños, así como ayudar a disminuir el desempleo que vive la ciudad de Cali y que viene en aumento en todo Colombia como lo indica el DANE en Junio del 2020 donde se presenta un incremento de 10.4 comparado con el año pasado que fue del 9.4.

En los primeros meses del año 2020 Colombia ha sido uno de los países donde ha crecido el desempleo por culpa de la pandemia (Covid 19), como se evidencia en las cifras postuladas por el DANE en Junio del 2020 se presentó una novedad que se ve reflejada en la PILA donde el 4.0% de los puestos de trabajo dependiente se les suspendió el contrato de trabajo (Ramos, 2020).

PAMAYDA ofrece la oportunidad de aprender el arte del diseño a mano que se genera al juntar varios accesorios en alto relieve, esto con el fin de generar un trabajo que permita que las personas reciban ingresos para solventar sus necesidades, generar un producto de calidad y lograr satisfacer los gustos y preferencias de las mujeres Caleñas.

1.5.1 Teórica. En este marco se recopilan los conceptos y conocimientos científicos para desarrollar la viabilidad de la empresa PAMAYDA dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas y personalizadas con mostacilla y lentejuelas en la ciudad de Cali, que está enfocada en la línea de emprendimiento.

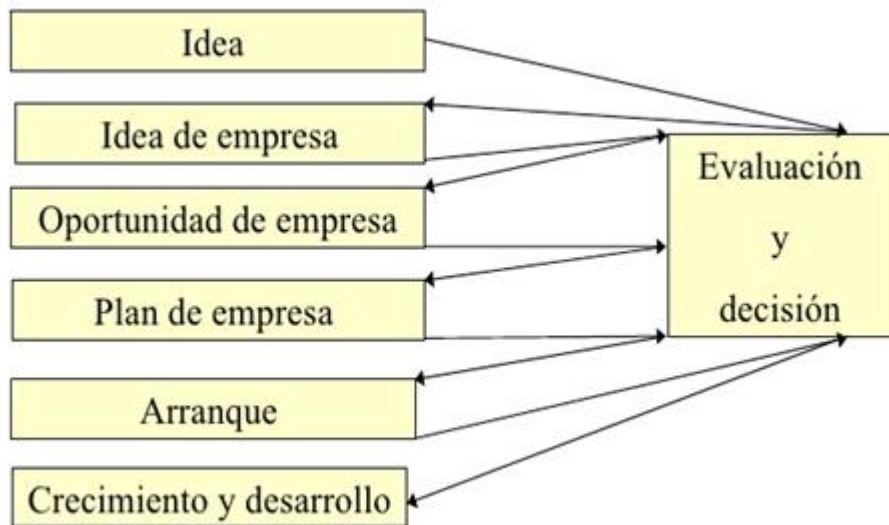
Inicialmente se nombra al autor Rodrigo Varela quien define en su libro “Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas” las etapas de la empresa:

La creación de una empresa es un proceso que, como tal, está formado por una serie de etapas que tienen racionalidad y permiten al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial. Con frecuencia las personas creen que esta serie de etapas no tiene lógica, que es posible saltarlas. Pero muy rápido encuentran –aunque a veces no lo reconozcan– que ese comportamiento los llevó

a un punto ciego, en el mejor de los casos, o a un fracaso, en el peor escenario.
(Varela, 2008, p. 203)

Varela destaca en un esquema básico las etapas que permitirá que la creación de la empresa sea un éxito.

Imagen 2. Etapas del proceso de creación de una empresa



Fuente: (Varela, 2008, p. 204)

Ya que el crecimiento de este proyecto tiene como objeto la creación de la empresa PAMAYDA, se decide tener como base, el libro “Un modelo de negocio” que tiene como autor a Alexander Osterwalder, donde ilustra al lector con sus 9 módulos que posibilita una estrategia que genere valor a la nueva empresa.

Estos son los 9 módulos según Osterwalder:

1. *Segmentos de mercado: Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.*
2. *Propuestas de valor: Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.*

3. *Canales: Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.*
4. *Relaciones con clientes: Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.*
5. *Fuentes de ingresos: Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.*
6. *Recursos clave: Los recursos clave son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos.*
7. *Actividades clave... mediante una serie de actividades clave.*
8. *Asociaciones clave: Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.*
9. *Estructura de costes: Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.*

Según lo planteado anteriormente, el modelo de negocio de la empresa PAMAYDA está definido tal como lo muestra el siguiente modelo canvas:

The Lean Canvas - PAMAYDA

<p>Problem</p> <p>Falta de aprovechamiento de la mano de obra Colombiana Uso excesivo de productos importados de baja calidad y poca duración.</p>	<p>Solution</p> <p>Ofrecer un producto 100% elaborado a mano. Aprovechar los recursos nacionales y con ello brindar un producto de calidad y estilo.</p>	<p>Unique Value Prop.</p> <p>Novedoso: Producto 100% decorado a mano, a gusto del cliente y con diseños exclusivos. Simplifica: El producto ofrecido en PAMAYDA simplifica el proceso de compra, cumpliendo con los tiempos estimados de entrega que se indican a los clientes. Además, la tarifa ofrecida es baja considerando que es un producto artesanal.</p>	<p>Unfair Advantage</p> <p>Compromiso con los Clientes de seguimiento de la calidad del producto, Ofertas Para los Clientes. PQRS Respuesta a muy corto plazo. asesoría personalizada. Brindar diferentes opciones al cliente, información de descuentos en el producto ofrecido.</p>	<p>Customer Segments</p> <p>Compras Personales: Se Define este segmento con este concepto para diferenciar su estilo de compra. Mujeres entre los 15 y 40 años de edad, de cualquier estrato, con posibilidad de pago efectivo, con hábitos de consumo constante, interés en blusas decoradas a mano. Apasionadas por el buen gusto, lo moderno, novedoso y de calidad.</p>
<p>Existing Alternatives</p> <ul style="list-style-type: none"> •koaj (permoda) •sif group s.a. (studio f) •compañía de vestuario s.a. (adriisa) •mattelsa s.a.s. •talulah •cereza moda •crystal s.a.s. <p>Existen diversas empresas que fabrican todo tipo de ropa, pero en Cali ninguna de estas empresas ofrecen la línea de blusas decoradas con mostacilla y lentejuelas elaborado 100% a mano</p>	<p>Key Metrics</p> <p>Las actividades claves necesarias para el proceso serían: seguimiento del producto en calidad y entrega oportuna, visitas a Clientes, comunicación constante con el cliente, actualización de información en página web, creación de bases de datos (Clientes, proveedores, etc.), recaudos efectivos, facturación oportuna, monitoreo a productos-precios, búsqueda de ofertas y descuentos, pautas en redes sociales y recepción y entrega del producto a tiempo.</p>	<p>High-Level Concept</p> <p>Pamayda = Artesanías de Colombia</p>	<p>Channels</p> <p>La estrategia de comunicación y ventas se llevará a cabo por medios digitales como página web, redes sociales, haciendo una estrategia de comunicación y marketing digital. La idea es poder generar interés en realizar compras, promocionar el producto, y generar la necesidad de compra de este. Las redes sociales que se utilizarán para la comunicación de la empresa serán fan page de Facebook, Instagram, WhatsApp business, LinkedIn, pautas con Google Adsword. Twitter. Adicionalmente, un punto físico donde se preste atención directa, fabricación del producto y recepción de entrega.</p>	<p>Early Adopters</p> <p>Personas que les guste lo artesanal, que incentiven la mano de obra. Que cuente con el efectivo necesario para realizar la compra.</p>
<p>Cost Structure</p> <p>Actualmente el costo más importante en el modelo de negocio de PAMAYDA es el pago de nómina y materia prima. Los recursos claves más costosos son la página web con la integración de la plataforma de gestión de información y prealerta de pedidos. Las actividades claves más costosas serán las pautas en Facebook ads e Instagram.</p>			<p>Revenue Streams</p> <p>El 100% de los ingresos provienen de las compras canceladas en efectivo. A mediano plazo se ingresarán más líneas de negocio al portafolio de productos con el fin de generar más ingresos, así como ofrecer medios de pago electrónicos para mayor facilidad.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente Conceptual. En este marco se presentan los conceptos más utilizados en el proyecto de emprendimiento PAMAYDA, dado que, la propuesta por el grupo emprendedor está integrada por variados diseños, los cuales se realizan con los siguientes materiales; mostacilla, lentejuelas, tela, cintas de colores e hilos, es adecuado nombrar las características de cada uno de estos elementos para notar la diferencia entre ellos.

Cuadro 1. Materiales usados en la elaboración de una blusa

Elemento	Definición
Mostacilla	Son cristales de vidrio que son fundidos a altas temperaturas
Lentejuelas	Laminilla redonda, generalmente de metal.
Cintas	Es una banda fina de material flexible, típicamente textil que también puede ser plástico o a veces metal
Hilos	son cuerpos delgados obtenidos mediante procesos que los transforman en fibras textiles delgadas.
Tela	Tejido hecho con fibras textiles, especialmente el fabricado en un telar o a máquina.
Botones	Pieza pequeña, generalmente redonda, de plástico, metal, nácar o algún material rígido, a veces forrado de tela o de cuero.

Fuente: Elaboración propia.

1.6.2 Referente Legal. Para constituir legalmente la empresa PAMAYDA dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas y personalizadas con mostacilla y lentejuelas en la ciudad de Cali, es necesario acoplarse a unas normas acordes al negocio a desarrollar.

NORMA	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
Código sustantivo de trabajo	Senado (1950) Artículos 57, 58, 59, 60, 127, 158 y 179. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. (Leyes desde 1992 - SECRETARÍA GENERAL DEL SENADO. (2020). Recuperado 25 Octubre 2020, por http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo_pr002.html	El código genera indicaciones sobre los compromisos y obligaciones laborales que por ley deberá cumplir la empresa en el momento de realizar la contratación de personal, como el descuento de los parafiscales, el pago de salarios y demás acuerdos entre las partes (Empleado - empleador).
Artículo 333 de la constitución política de Colombia	La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. (ConstitucionColombia.com. (2020). Recuperado 25 Octubre 2020, por https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333 .	En este Artículo se enfatiza la libre competencia económica, que es un derecho de todos, que supone responsabilidades y debe ser respetada, aplicada por la empresa.
Ley 905 del 2004	Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana Senado de la República de Colombia Leyes desde 1992. (2020). Recuperado 26 Octubre 2020, por http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html .	La ley 905 del 2004 estimula el fomento y creación de nuevas empresas, generando apoyo y beneficios a las pequeñas y medianas empresas, los cuales se espera sean aprovechados por la empresa
Ley 1014 de 2006	De fomento a la cultura del emprendimiento. (LEY 1014 DE 2006 - secretariasenado.gov.co Senado de la República de Colombia Leyes desde 1992. (2020). Recuperado 25 Octubre 2020, por http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html .	La Ley 1014 de 2006 es un apoyo para los nuevos emprendimientos, donde se generan bases que van a permitir el avance de los proyectos que están iniciando las pequeñas y medianas empresas. Se espera que la empresa acceda a los beneficios brindados por dicha ley.

NORMA	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
Ley 1258 del 2008	<p>Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. (Senado de la República de Colombia Leyes desde 1992. 2020. LEY 1258 DE 2008 - SECRETARÍA GENERAL DEL SENADO). Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html> [Acceso 26 Octubre 2020].</p>	<p>En esta ley se indican los requisitos para la creación de la empresa PAMAYDA S. A. S.</p>
Ley 1429 del 2010	<p>La ley 1429 del 2010, tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse. (Cámara de Comercio de Cali. 2020. Aspectos Importantes Sobre La Ley 1429 - Cámara De Comercio De Cali). Disponible en: <https://www.ccc.org.co/ley-1429/> [Acceso 26 Octubre 2020].</p>	<p>La ley del primer empleo, con esta norma se pretende estimular el empleo formal, generando beneficios e incentivos a la empresa.</p>

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Con el fin de cumplir con los objetivos de este proyecto se utilizará el tipo de estudio descriptivo.

1.7.1 Estudio Descriptivo. El método de investigación determinado para darle viabilidad a la empresa PAMAYDA que está dedicada a la producción y comercialización de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali es descriptiva; ya que postula una investigación sobre las tendencias actuales y demanda del mercado que permite acumular y procesar información veraz para realizar un análisis sobre la productividad de la empresa. También describe los factores que se deben tener en cuenta al momento de crear la empresa como, por ejemplo, el inventario de los productos que se van a comercializar, el modo de distribución que se va a utilizar a la hora de vender el producto y la población objetivo que va a permitir que el negocio obtenga beneficios.

1.7.2 Método de Investigación.

1.7.2.1 Investigación Cuantitativa. En este proyecto se escogió el método Cuantitativo porque se van a realizar encuestas dirigidas a las mujeres con el fin de medir sus preferencias a la hora de escoger ropa para dama con estampados, también se requiere información sobre la cantidad de canales de distribución que el cliente elige en el momento de realizar su compra y el valor que está dispuesto a pagar por el producto. Con los datos cuantitativos que se identifiquen en la

investigación se logrará establecer a qué cantidad de clientes les gusta el producto estampado, los canales preferidos de compra y el presupuesto que se requiere para la creación del producto.

1.7.2.2 Investigación Cualitativa. En este proyecto se escogió el método Cuantitativo porque se analizará el perfil del cliente identificando la percepción y características del producto, ya que esto genera un apoyo al momento de tomar decisiones en cuanto a la creación de los nuevos diseños que se van a comercializar.

1.7.2.3 Método de Encuesta. Se realizará encuestas a mujeres en edad de 15 a 40 años de la ciudad de Cali, con el fin de conocer los factores que permitirán que la comercialización y distribución del producto sea viable, teniendo en cuenta las preferencias del cliente y los canales de distribución y así mismo las recomendaciones que genere el cliente con el fin de realizarle mejoras tanto al producto como al servicio. Las preguntas serán de tipo abierta y cerrada, con el fin emitir un resultado cuantitativamente y cualitativo, se realizan 8 preguntas de las cuales 1 es abierta y 7 son cerradas. Se adaptó la encuesta a través del correo y redes sociales, invitando a amigos, familiares y conocidos a diligenciar.

1.7.3 Fuentes y Técnicas para Recolección de Información. El método adoptado para la recolección de información es la encuesta, la cual permite recopilar y analizar la información sobre las preferencias de los clientes y sus recomendaciones ante el producto, la encuesta se caracteriza por hacer parte de la investigación descriptiva la cual genera bases para conocer la viabilidad para la creación de la empresa productora y comercializadora de blusas decoradas con mostacillas, lentejuelas y canutillos en alto relieve en Cali. Se realizó con 1 pregunta abierta y 7 preguntas cerradas a la población objetivo (mujeres entre 15 y 40 años).

1.7.3.1 Fuentes Primarias. El presente proyecto estableció como fuente primaria de información la encuesta con preguntas abiertas y cerradas, orientada a mujeres entre los 15 y 40 años de todos los estratos de Santiago de Cali.

1.7.3.2 Fuentes Secundarias. Se determinó como fuentes secundarias, libros virtuales de emprendimiento, fuentes confiables de internet como revistas, páginas de estadísticas del gobierno y periódicos, todo este material permitirá un apoyo para el adelanto de la investigación, a continuación, se nombrarán las más representativas para el proyecto:

- Libro “Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas “de Rodrigo Varela.
- Libro “Un modelo de negocio” de Alexander Osterwalder.
- Página “Departamento Administrativo Nacional de estadística (DANE).
- Ley 1014 del 2006, Fomento a la cultura del emprendimiento.

1.7.4 Tratamiento de la información. La herramienta utilizada en este proyecto para recolectar información es la encuesta, la cual permite analizar e interpretar por medio de gráficas los resultados del sondeo que se realizó a la población objetivo, todo esto con el fin de complementar la investigación y determinar la viabilidad de la producción, comercialización de blusas en alto relieve. Esta recopilación de información se realiza con la ayuda de los formularios de Google.

1.7.4.1 Técnicas estadísticas. Debido a que la recolección de información se realizó por medio de la encuesta fácil de Google, se obtuvo una respuesta positiva de la población objetivo, el número de mujeres encuestadas fue de 354 mujeres. Los resultados de la encuesta serán presentados por medio de gráficos y tablas los cuales se realizaron en hojas de cálculo del programa Excel, Esto permite exponer de una manera fácil los efectos de la encuesta.

1.7.4.2 Resultados Esperados. Se realizaron 8 preguntas a la población objetivo que está determinada por mujeres en edad de 15 a 40 años, recibiendo una respuesta positiva de las encuestadas al responder 7 preguntas cerradas y 1 pregunta abierta, con el fin de ayudar a la investigación propuesta.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

En el presente capítulo se analizarán las variables del mercado que influyen a PAMAYDA interna y externamente, a través de las variables económicas, políticas, ambientales, sociales y tecnológicas, con el fin de analizar empresarialmente el sector en que está ubicado, así mismo saber la demanda y oferta que va a tener el producto, estudiando así más claramente los clientes y competencia para tener claro sus características las cuales servirán de apoyo para que el plan de mercado sea verídico.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Para el 2018 las tendencias iban dirigidas hacia un público más consciente y que buscaba una mayor cohesión en la industria textil, es decir, que no esperaban solo recibir prendas que las hicieran lucir bien, sino que trascendiera ese concepto a uno de mayor funcionalidad, ofreciendo así nuevos desafíos tecnológicos, pero abriendo también las oportunidades hacia escenarios más incluyentes de consumidores con responsabilidad social y ambiental. Las telas inteligentes fueron tendencia prometedora para el 2018, es decir, textiles con filtro UV, antibacteriales, biodegradables, repelentes, con adaptaciones especiales a las condiciones y cambios medio ambientales. Esta clase de telas se podrán apreciar en todo tipo de estilos, ya sean casuales, formales, deportivos o incluso para las prendas de control. (Garzón, 2018)

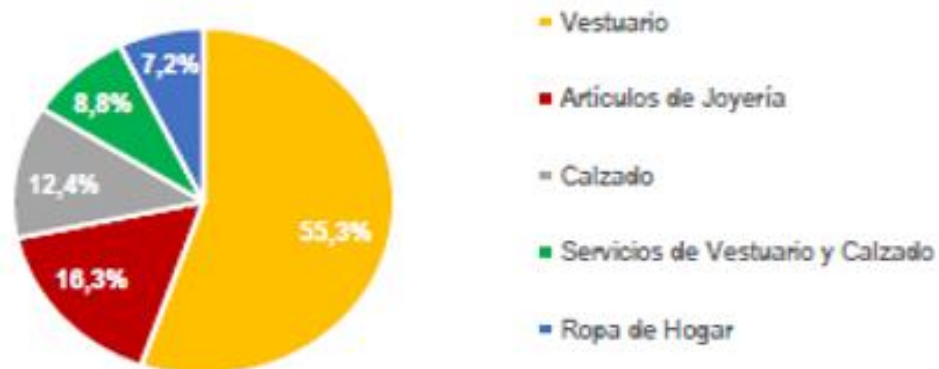
La industria textil muestra un panorama alentador para este 2018, es así como el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, señaló luego de culminar la Feria Colombiatex de las Américas, el pasado 25 de enero, que se ha presentado un ambiente de optimismo entre los empresarios, quienes ven grandes posibilidades de aumentar su competitividad, producción y rentabilidad. (Garzón, 2018)

Según datos de Inexmoda, Colombiatex congregó a 579 expositores en la muestra comercial, de los cuales un 60% eran nacionales y un 40% internacionales de países como Brasil, India y España.

Según la entrevista realizada a Saúl Pineda, viceministro de Desarrollo Empresarial, El funcionario declaró que, desde agosto de 2018, el sector textil viene creciendo positivamente mes a mes, ya que “en 2017 y principios de 2018 tenía márgenes negativos. El sector confección viene creciendo anualizadamente 3% y en el año corrido 2019, de enero a mayo, viene con un 4,8%”. (Analitik, 2019).

Datos recientes demuestran que el gasto de los hogares en moda continúa en un constante crecimiento frente a los períodos anteriores siendo el gasto corriente más alto de los últimos años. Así lo muestra esta imagen reportada por Inexmoda.

Imagen 3. Participación según las categorías de consumo de moda 2020



Fuente: Inexmoda.

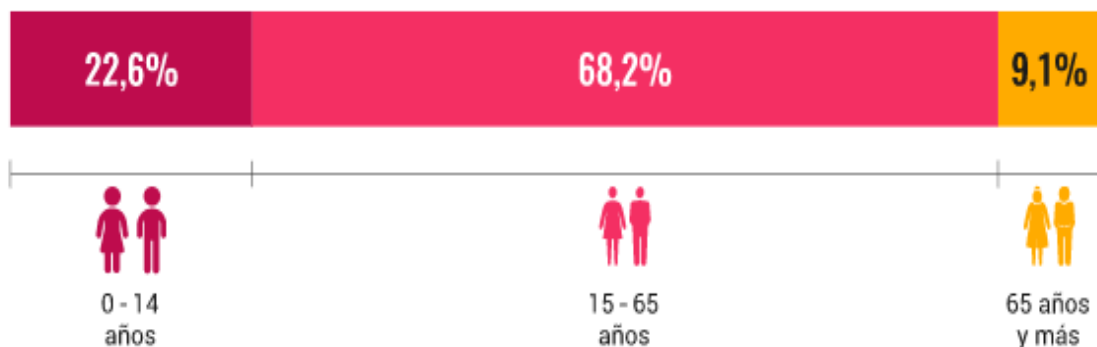
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Este negocio se basa en la estructura de mercado llamada oligopolio, dado que pocas personas ofrecen estos beneficios y el número de consumidores es grande

porque muchas personas quieren lucir una prenda a la moda, con un diseño exclusivo, hecho a mano. Esta es una competencia imperfecta debido a que no se consigue a la vuelta de la esquina a alguien ofreciendo este producto/servicio, pero si hay empresas ofreciendo un producto/servicio similar. (Francesc más, 2015, párr. 7-8).

2.2.1 Análisis de Demanda. Para el análisis de la demanda se tendrá en cuenta lo siguiente: El negocio se creará en la ciudad de Santiago de Cali y estará dirigido para mujeres desde los 15 años de edad, sin embargo, cualquier tipo de mujer puede hacer uso del producto ya que se fabrica bajo pedido. Según los resultados del censo nacional de población y vivienda del año 2018 publicado por el DANE, la población femenina es mayoritaria, ocupando el 51,2% del total de la población, distribuido de la siguiente manera:

Imagen 4. Cantidad de población en Cali



Fuente: DANE. Censo 2018.

Es decir, que la población a la que se va a ofertar el producto ocupa el mayor porcentaje de la población en la ciudad de Cali, logrando así abarcar un gran número de clientes potenciales.

2.2.1.1 Frecuencia de compra. En 2019, el gasto promedio por hogar llegó a \$4'060.000 y por persona a \$1'234.000, según Raddar. (Espectador, 2020)

Las mujeres de por si son vanidosas, invierten en moda y belleza gran parte de su salario, les gusta lucir bellas, a la moda. Siempre transmitiendo un mensaje de belleza, estética y seducción. Por ello nace PAMAYDA una empresa que busca llegar a todas las mujeres caleñas que deseen una blusa cómoda, con estilo y con un decorado hecho a mano que las haga lucir siempre innovadoras.

2.2.2 Análisis de la oferta. De acuerdo con un estudio de comercio electrónico de Blacksip, durante 2017 las ventas de ropa representaron 6,9% del comercio retail hecho de manera online por los consumidores en el país, arrojando tasas de crecimiento altas frente a las cifras de años anteriores.

Según el reporte, el año pasado se comercializaron \$8,07 billones en operaciones a través de internet, lo que quiere decir que solo en vestuario y calzado se movieron en e-commerce \$0,56 billones, con una alta perspectiva de crecimiento para los próximos años. La variación frente a las ventas online de ropa registradas en 2017 fue de 18,9% y quintuplica la cifra lograda durante 2012, que fue de \$0,16 billones.

Durante el lanzamiento de este informe, Camilo Rueda, chief executive officer de Dafiti Colombia, señaló que este modelo de negocio consiste en la experiencia del cliente. “La penetración de e-commerce en Colombia todavía es muy pequeña y tener un jugador como Amazon ayuda a abrir el mercado. Hay que enfocarse en diferenciarse”, dijo. (Vega, 2020)

Imagen 5. Evolución del sector Retail en Colombia



Autor: Banrep.

Actualmente en Colombia están posicionadas varias empresas de ropa donde su enfoque son las blusas en colores, formas y algunas con decoraciones a mano, las cuales cuentan con un amplio portafolio que ha generado una clientela complacida por la variedad de diseños y la calidad de los productos, además del reconocimiento internacional que ha generado un posicionamiento en la categoría de ropa. A continuación, se presentan las principales empresas del sistema Moda por tamaño de ingresos a cierre de 2018 y sus marcas asociadas.

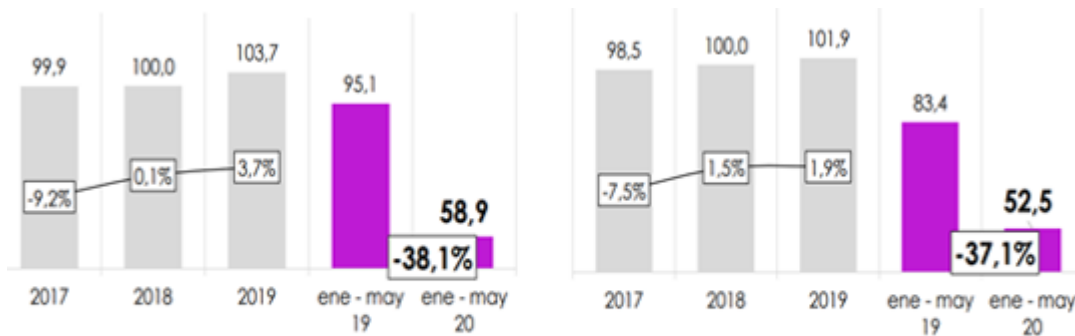
Imagen 6. Principales empresas de moda según ingresos 2018

Textil y confecciones							
No.	Empresa	Estado de Resultados			Activos	Pasivos	Patrimonio
		Ingresos Operacionales	Resultado Operativo	Resultado Neto	Activo Total	Pasivo Total	Patrimonio Total
1	Crystal S.A.S.	\$ 716,353	\$ 21,091	\$ 7,694	\$ 677,827	\$ 410,847	\$ 266,980
2	Manufacturas Eliot Sas	\$ 685,035	\$ 6,982	\$ (18,532)	\$ 807,963	\$ 486,044	\$ 321,919
3	Internacional De Distribuciones De Vestuario De Moda Sas	\$ 643,101	\$ 59,272	\$ 30,695	\$ 191,448	\$ 147,658	\$ 43,790
4	Sif Group Sa	\$ 610,249	\$ 30,809	\$ 1,143	\$ 440,638	\$ 329,689	\$ 110,949
5	Permoda Ltda	\$ 525,420	\$ (131,183)	\$ 28,065	\$ 613,604	\$ 363,294	\$ 250,310
6	Sociedad De Comercializacion Internacional Girdle & Lingerie S.A.S	\$ 495,055	\$ (11,483)	\$ 31,980	\$ 258,752	\$ 221,153	\$ 37,599
7	Comercializadora Arturo Calle Sas	\$ 459,104	\$ 36,237	\$ 19,017	\$ 338,406	\$ 201,356	\$ 137,050
8	Compañía De Inversiones Textiles De Moda Texmodas S.A.S.	\$ 440,560	\$ 24,095	\$ 7,529	\$ 134,607	\$ 105,989	\$ 28,618
9	Pash Sas	\$ 412,283	\$ 12,594	\$ 4,893	\$ 233,404	\$ 113,850	\$ 119,554
10	Fabricato SA	\$ 329,865	\$ (16,875)	\$ (31,755)	\$ 908,178	\$ 371,875	\$ 536,303

Fuente: Inexmoda, enero 2020.

De acuerdo con lo que indica Inexmoda, la industria de la moda está apuntando a ganar más cuota de mercado a nivel nacional e internacional. Con diferentes iniciativas como 'Vístete de Colombia', 'Hagamos lo que diga el corazón, apoyemos lo nuestro' y las iniciativas de comercio exterior de ProColombia, donde la solidaridad y la innovación de la mano para sacar a flote la producción nacional y fortalecer el sector. (Inexmoda;2020).

Imagen 7. Índice de producción y venta de prendas de vestir



Fuente: Inexmoda, junio 2020

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

PAMAYDA (transformación y moda al alcance de todas), es una idea de proyecto en la cual se quiere ofrecer como producto, blusas en diferentes tallas y estilos con bordados en canutillos, lentejuelas y mostacilla según el gusto de las consumidoras, donde se hará entrega del producto en la dirección y hora establecida dependiendo de la agenda que se tenga por pedidos.

Esta idea de negocio pretende incrementar el uso de productos nacionales en la decoración de las blusas, ayudar a fomentar el empleo, brindando capacitaciones a madres cabeza de hogar, mujeres embarazadas a temprana edad y cualquier tipo de persona que desee aportar su conocimiento o ganas de emprender un negocio y salir adelante. Si bien es cierto, las blusas son un producto mundial que cualquier mujer desea usar y es fácil de adquirir, pero PAMAYDA pretende lograr un diseño único con variedad en sus motivos o formas para que quien la adquiera se sienta cómoda, luzca su belleza, pero a la misma vez esté bien vestida en cualquier tipo de ocasión. Es una idea de negocio que se dará a conocer de manera virtual por medio de las principales redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp, especialmente en época de pandemia y a través del punto de fabricación con todas las medidas de bioseguridad establecidas por el gobierno.

Cuadro 2. Portafolio

REFERENCIA	PRODUCTO	DISEÑO EN ALTO RELIEVE	COLORES MOSTACILLA
A1123	Blusa Estampada	Mariposa	Blanco, Negro
A1124	Blusa Cuello redondo	Flores	Rojo, Verde
A1125	Blusa cuello bandeja	Libélula	Blanco, Amarillo, Rojo
A1126	Blusa bordada	Mariquita	Rojo, Negro

Fuente: Elaboración propia

2.3.1 Clientes. Los clientes de la comercializadora y productora PAMAYDA son mujeres en edad de 15 a 40 años en Santiago de Cali, ya que son las más interesadas en lucir blusas con un diseño innovador, la cual solo tiene competencia en cuanto a prenda de vestir, pero no en el bordado a mano con alto relieve sobre las blusas.

Los clientes de Pamayda muestran interés en este producto por su calidad y detalle en el alto relieve que se borda en la prenda, además la facilidad a la hora de obtener el producto debido a que maneja un canal de distribución idóneo por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram), realizando pago contra entrega.

La forma de pago utilizada por PAMAYDA, inicialmente es el efectivo por la seguridad que le genera a la clientela cuando se realiza el pago contra entrega y se proyecta en 6 meses recibir pagos electrónicos por medio de effecty, vía baloto.

2.3.2 Competencia. A continuación, se nombran las empresas comercializadoras de ropa femenina, que hacen parte de la competencia indirecta de la empresa PAMAYDA, cabe aclarar que directamente la empresa no cuenta con una competencia debido a que las empresas normalmente adquieren la tela ya decorada o pagan a terceros para que realicen los diseños.

- **KOAJ (PERMODA)**

Es una multinacional del sector retail con presencia en Colombia, México, Costa Rica, Ecuador y Panamá; con operaciones en China, Bangladesh e India.

La sede principal está ubicada en Bogotá – Colombia, donde se generan más de 6000 empleos directos que impulsan el desarrollo del país. (Inexmoda;2020).

Bodega Zona Franca

Cra 106 N.º 15-25

MZ 12 Bodega 71

Son expertos en interpretar la moda del mundo y hacerla posible en gran medida con manos colombianas, teniendo como aliados a productores internacionales con quienes garantizan look, calidad, precio y actualidad.

Al cierre del 2019, los ingresos operacionales de permoda fueron de \$654.054.542.

Imagen 8. Estado de resultados de Permoda

Cifras Relevantes	(Cifras expresadas en miles de pesos)		%
	2019	2018	
Ingresos operacionales	654,054,542	525,420,457	24,48%
Costos operacionales	407,932,929	309,405,137	31,84%
Otros Ingresos	7,364,082	11,486,648	-35,89%
Otros Gastos	2,323,685	1,888,054	23,07%
Gastos administrativos	40,560,741	35,303,464	14,89%
Gastos de ventas	147,298,913	129,897,955	13,40%
Resultado del ejercicio	19,407,628	28,065,280	-30,85%

Fuente: Permoda, 2019.

Productos Permoda: Ropa femenina como, Buzos. Blusas, Jeans., Camisas, Vestidos, etc.

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

- **COMPAÑÍA DE VESTUARIO S.A. (ADRISSA)**

Es una empresa y fábrica de ropa, cuya historia comenzó hace más de 35 años. Está dedicada a diseñar, producir y comercializar prendas de vestir para mujer con identidad propia, exclusivas, de calidad y de vanguardia, inspiradas en tendencias de moda mundial, para una mujer ejecutiva, femenina y moderna. ("Ropa de mujer al por mayor - Adrissa", 2020).

Productos ADRISSA: Jeans, Vestidos, Blusas, Chaquetas y Suéteres, Pantalones, Faldas, Básicos, Uniformes corporativos, entre otros productos.

Casa Matriz

Dir. Calle 16 N° 45 – 05

Tel. (57) (4) 444 44 02

MEDELLÍN – COLOMBIA

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional).

- **MATTELSA S.A.S**

Es una empresa fabricante de ropa, fundada en 2006, dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir. ("Ropa para Mujer || Mattelsa Tienda de Ropa", 2020)

Productos MATTELSA: (Tops, Bikinis, Busos, Vestidos, Shorts y Faldas, Camisas, Jeans y Pantalones, Joggers) y hombre (Camisetas, Tanks, Polos, Busos, Camisas, Shorts, Jeans y Pantalones, Joggers).

Casa Matriz

CL 35 # 46 63

Medellín- Colombia

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

- **TALULAH**

Es una empresa y fábrica de ropa, dedicada a diseñar, producir y comercializar prendas de vestir de alta calidad para mujer y niña. Sus diseños de estampados son exclusivos, mensualmente lanza nuevas colecciones basadas en las tendencias del mercado. ("Mujer archivos - Talulah", 2020)

Productos TALULAH: Ropa interior, blusas, pijamas de short, batolas, capris,

pantalón largo, conjuntos deportivos, short, Capri y leggins.

Casa Matriz

Calle 30A # 79 – 72

Medellín, Colombia

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

- **CEREZA MODA**

Empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa femenina. También cuenta con una división de asesoramiento técnico y legal en el proceso exportable dedicado al sector textil confección, con más de 15 años de experiencia.

Productos solo para exportación. ("Cerezamoda", 2020)

Producto Cereza Moda: Bodys, Conjuntos, Vestidos, Enterizos, Leggins, Blusas.

Casa Matriz

Carrera 56 B #49 A – 29 Ofic 120

Edif. Élite de la moda

Medellín-Colombia

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

- **CRYSTAL S.A.S**

Es una empresa y fábrica de ropa, con más de 50 años de experiencia y tradición. Se dedica a la producción y comercialización de sus marcas: Gef, Punto Blanco, Baby Fresh, Galaxy Casino.

Cuenta con 8 plantas de manufactura en Colombia, con un sistema vertical que abarca procesos de hilandería, tintorería, textiles, confección y calcetería. También

cuenta con 5 centros de distribución. Además, distribuye sus productos en puntos de venta propios y franquicias ubicados en Centroamérica, el Caribe y Suramérica.

Productos Crystal: Blusas, Jeans, Vestidos, Camisetas, medias, etc.

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

- **STF GROUP S.A. (STUDIO F)**

Stf Group S.A. es una empresa colombiana dedicada al diseño, confección y comercialización de prendas de vestir y accesorios femeninos. Actualmente tiene 6 puntos de venta en Bogotá. ("Stf Group S.A. Perfil de Compañía - Colombia | Finanzas y ejecutivos clave | EMIS", 2020)

Casa Matriz

Carrera 34 10-581 Acopi

Yumbo; Valle del Cauca

En el siguiente gráfico se evidencia que la empresa STF GROUP S.A ha generado ganancias en el transcurso de los años 2016 al 2019.

Canales de distribución: Virtual (Tienda Online), Presencial (tiendas a nivel nacional e internacional), Teléfono (WhatsApp).

Cuadro 3. Comparativo de los precios de la competencia

TIPO	ADRISSA	MATTELSA	TALULAH	CEREZA MODA	PERMODA	CRYSTAL	STUDIO F
Blusa Estampada	\$129.900	\$58.000	\$93.500	\$91.900	\$79.900	\$64.990	\$169.900
Camisa Corta	\$129.900	\$54.000	\$27.000	\$53.900	\$24.900	\$49.990	\$98.900
Blusa Cuello redondo	\$114.900	\$56.000	\$28.000	\$73.900	\$49.900	\$54.900	\$139.900
Camisa con bordado	\$154.900	\$58.000	N/A	\$91.900	\$79.900	\$79.990	\$189.900
Blusa Bandeja	\$79.900	\$48.000	\$55.000	\$71.900	\$49.900	\$54.900	\$169.900

Fuente: Los autores.

De acuerdo con el listado de la competencia y a las cifras de Inexmoda, se determina que las marcas líderes de comercialización y producción de ropa femenina son STF GROUP y CRYSTAL, todo esto debido al reconocimiento internacional y a las ventas online que se han incrementado.

También se identifica en el estilo de las blusas de la competencia que no manejan ropa con alto relieve, eso significa que PAMAYDA, tiene un punto favor a la hora de ofrecer su producto.

2.3.3 Diseño de la Investigación. En este punto se mencionan los métodos utilizados para efectuar la investigación que permite que el proyecto PAMAYDA sea viable en el mercado.

2.3.3.1 Técnica para la recolección de datos

2.3.3.2 Método. Encuesta realizada de manera virtual por medio de las redes sociales y del correo electrónico con preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas.

Objetivo general de la encuesta: Conocer las preferencias del cliente en cuanto a blusas en alto relieve en Santiago de Cali.

Objetivos específicos:

- Conocer la opinión de los clientes a la hora de comprar blusas.
- Indagar sobre comportamiento del cliente ante los canales de distribución.

2.3.3.3 Tamaño de la muestra poblacional.

- Población: La población objetivo del presente proyecto son Mujeres jóvenes y adultas en edad de 15 a 40 años, que habitan en la ciudad Santiago de Cali.

- Muestra: El muestreo aplicado fue no probabilístico por cuotas, porque en la muestra se reúnen todos los individuos, los cuales tienen la misma opción. Para soportar la viabilidad de este proyecto se genera la siguiente fórmula a partir de la teoría del muestreo:

- Imagen: Fórmula

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

- Tabla: Muestra:

Probabilidad de éxito (p)	P	0,5
Probabilidad de fracaso (q)	Q	0,5
Población = N	N	748,141
Nivel de confianza	Z	0,95
Margen de Error = e	E	0,5
Encuestas	n	384

Fuente: Los autores

2.3.4 Resultado de encuesta: En los anexos se muestra el porcentaje definido a cada respuesta dada por las posibles clientes potenciales, mujeres de 15 a 40 años dispuestas a adquirir blusas elaboradas a mano con un diseño exclusivo a gusto del cliente, con apliques en mostacilla, canutillos y lentejuelas.

2.4 PLAN DE MERCADEO

2.4.1 Estrategia de precios. Los grandes competidores utilizan como política de precios invertir en sus diseños arriesgándose a generar costos elevados, pero a la vez tienen un impacto comercial positivo por la publicidad en los catálogos de ventas. De acuerdo con lo manifestado inicialmente Pamayda decidió que los precios estarán acordes con lo estipulado por el mercado, y se dará un porcentaje de descuento del 10% al cliente por la compra de 3 blusas, con el fin de que el producto sea reconocido y esto ayude a la promoción, venta de las blusas en alto relieve Pamayda.

1. Utilidad para el consumidor

El consumidor obtiene beneficios a la hora de comprar las blusas Pamayda, debido a que tiene un producto de calidad, diseños exclusivos, compra segura, pago contra entrega y el valor de la blusa es asequible al bolsillo de todos los estratos.

2. Calidad percibida

Se ofrece calidad en las telas, materiales de las blusas Pamayda y se genera valor agregado al momento de brindarle la opción al cliente de escoger el diseño de su preferencia. También se le presenta una línea de servicio al cliente en donde el cliente manifiesta sus recomendaciones o quejas sobre el producto, esto con el fin de realizar seguimiento a los procesos de calidad.

3. Imagen creada mediante la publicidad

Inicialmente el producto Pamayda se da a conocer por medio de las redes sociales, Facebook e Instagram, con pago contra entrega. Donde la población objetivo es la más interesada en comprar blusas decoradas.

4. Nivel de servicios que acompaña el producto

Diseños exclusivos, donde el cliente puede escoger el modelo y el alto relieve preferido para plasmar en las blusas.

Cuadro 4. Modelo de recaudos y pagos

RECAUDOS	
CONTADO	100,00%
CRÉDITO	0,00%
PLAZO (DÍAS)	

PAGOS	
CONTADO	100,00%
CRÉDITO	0,00%
PLAZO (DÍAS)	

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 Estrategia de venta. Está diseñada para alcanzar los objetivos propuestos inicialmente y lograr el sostenimiento y crecimiento de la empresa. Aquí se definen las acciones que ayudaran al crecimiento de la empresa para alcanzar la rentabilidad esperada. A continuación, se exponen las estrategias de venta acogidas para fidelizar, atraer y mantener a los clientes:

Imagen 9. Estrategias claves de venta



Fuente: Elaboración propia

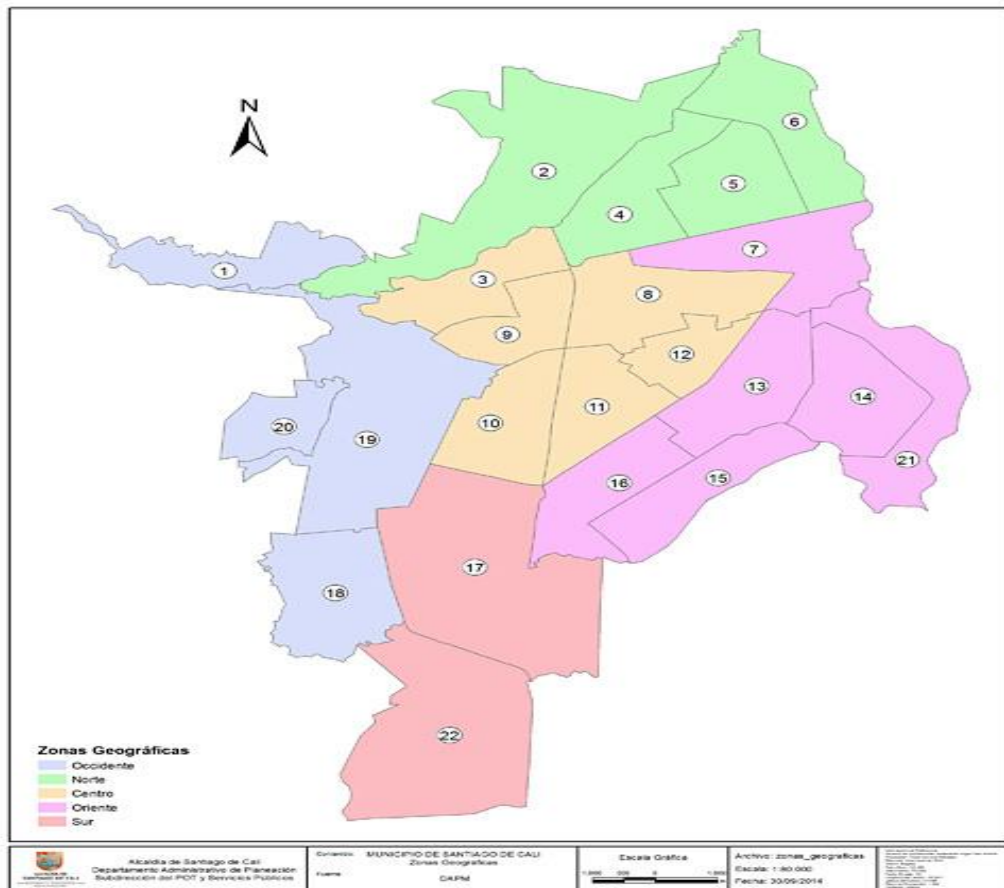
Imagen 10. Frecuencia de uso de Facebook



Fuente: Los autores según la página: <https://carlosguerraterol.com/estadisticas-pagina-facebook/>

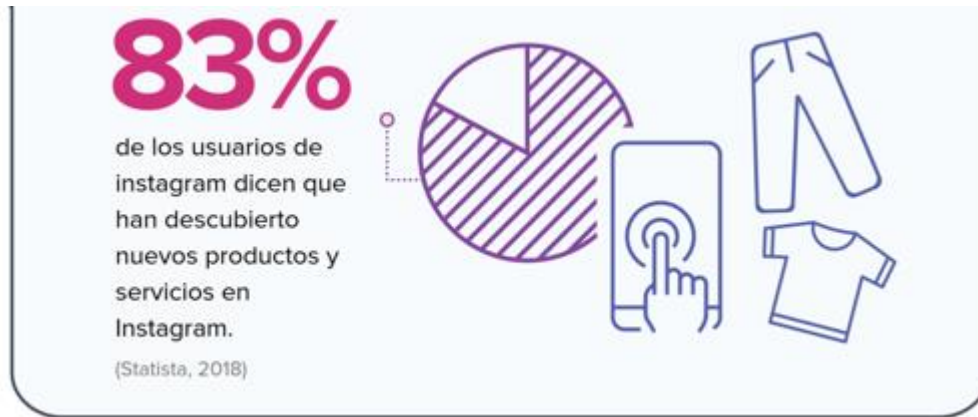
En este gráfico se evidencia que las mujeres en edad de 35 a 44 años ingresan con mayor frecuencia a Facebook, esto sería un punto positivo debido a que ese es el rango de edad de la población objetivo de Pamayda.

Imagen 11. Cubrimiento geográfico inicial



Fuente: Los autores en la página web <https://www.cali.gov.co/>

Imagen 12. Impacto de Instagram para las marcas



Fuente: Los autores de la página web:
<https://www.google.com/amp/s/www.oberlo.es/blog/estadisticas-de-instagram/amp>

El 83% de los usuarios utiliza la red social Instagram para realizar sus compras, siempre en busca de productos innovadores y canales de distribución que generen seguridad a la hora de adquirir el producto.

- Cubrimiento geográfico inicial: Santiago de Cali

2.4.3 Estrategia promocional. Este punto se convierte en parte fundamental del proyecto porque muestra la forma para llegar al cliente, captar su atención y lograr convertirlo en un gran consumidor. Es por ello por lo que se crean las estrategias de promoción de las blusas de la siguiente manera:

- Reducción de precios: Cada primer sábado del mes se ofrecerá el 5% de descuento en las blusas adquiridas en la bodega para incentivar el consumo, lograr reconocimiento y fidelización de los clientes.
- Publicidad por medio de volantes: Se hará la impresión de volantes publicitarios, los cuales se distribuirán en las principales zonas de la ciudad ofreciendo el producto para que toda la ciudadanía caleña tenga conocimiento de la empresa.

En Pamayda se realiza una estrategia promocional por medio de las redes sociales, En Facebook se promocionan las blusas Pamayda en alto relieve por Marketplace, donde se muestra el producto y sus características especiales para que el cliente se interese en este, la secretaria de Pamayda está pendiente de los mensajes que se generan por Facebook para indicar precios y beneficios del producto. Por otro lado, está la página de Instagram Pamayda donde se invita a los clientes a pertenecer a los amigos de Pamayda con el fin de que se enamoren de los productos innovadores que se manejan en ella.

En esta imagen se aprecia la promoción de instagram, donde la empresa Pmayda sigue a 149 personas con el fin de vender el producto en esta red social.

Imagen 13. PAMAYDA en Instagram



Fuente: Los autores

Imagen 14. Logotipo de PAMAYDA



Fuente: Los autores

2.4.4 Estrategia de distribución. PAMAYDA contara con un local ubicado en el centro de la ciudad de Cali, donde prestara el servicio de atención directa para toma de medidas, escoger el modelo y diseño deseado. El producto se entrega en la vivienda o dirección indicada por el cliente por medio de un mensajero. El costo de entrega está incluido en el valor del producto. No se cuenta con una bodega porque se maneja un modelo de negocio de fabricación por pedido.

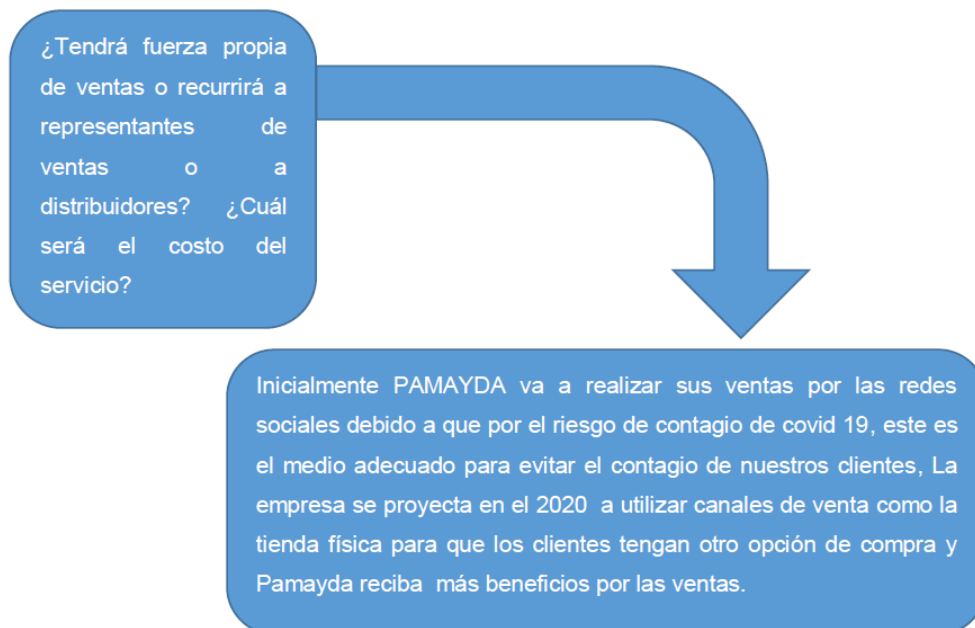
El producto una vez realizado el pedido tiene un tiempo de entrega de cuatro días hábiles.

2.4.5 Políticas de servicios. Se manejarán las siguientes

- Brindar información veraz sobre los productos y precios que PAMAYDA haya estipulado en su página web.

- La garantía de los productos Pamayda se realizará de manera directa con el cliente a la hora de recibir el pedido y hasta por 3 meses en costuras y acabados.
- Se entregará un producto de calidad, en buen estado.
- Seguridad de los datos personales y contacto del cliente
- Los clientes se atenderán por medio de las redes sociales y la secretaria es la persona encargada de generar los pedidos al área de producción del producto.

2.4.6 Tácticas de ventas



Fuente: Los autores

3 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se especifican los materiales, herramientas e insumos que se necesitan para la creación de PAMAYDA en donde se muestra la ficha técnica del producto, la tecnología requerida, localización y tamaño de la idea de negocio, con el fin de que se pueda brindar un producto de buena calidad a los consumidores y clientes.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El proyecto consiste en ofrecer una alternativa de moda diferente a la acostumbrada con detalles en un material muy poco utilizado y que adorna las prendas de vestir de una manera que resalta a plena vista. En este punto se harán una serie de estudios sobre lo que se necesita para la creación del producto como herramientas, materia prima y demás insumos necesarios para la creación y venta del producto y servicio que ofrece PAMAYDA a los clientes

3.1.1 Producto. El producto consta de blusas de diferentes telas, que traen además variadas decoraciones o bordados que aseguran la calidad para el cliente, con el fin de que las personas miren en las blusas una alternativa favorable y de muy buena calidad. PAMAYDA además de ofrecer una blusa ofrece modernización con sus decoraciones artísticas elaboradas a mano a base de mostacilla, lentejuelas y canutillos.

Imagen 15. Ficha técnica del producto

FICHA TECNICA	
	Nombre del producto Blusas para dama
	Tipos de telas algodón, poliéster, chalis, satén, etc. Depende del gusto del cliente.
	Colores 
	Corte cuello en V, bandeja, con manga, siza, básica o según el gusto del cliente.
	Costura  <small>Por su forma es más elástica que la puntada recta o de pespunte.</small>
	Bordados a gusto del cliente
	Tallas XS, S, M, L, XL
	Lavado A mano, no usar lavadora.
	Secado secar en la sombra, no sol.
Empaque depende de la ocasión.	
<p>Descripción: FAMAYDA (transformación y moda al alcance de todas), se quiere ofrecer como producto, blusas en diferentes tallas y estilos con bordados en canutillos, lentejuelas y mostacilla según el gusto de los consumidores, esta idea de negocio nos ayudara a fomentar el empleo, brindando capacitaciones a madres cabeza de hogar, mujeres embarazadas a temprana edad y cualquier tipo de persona que desee aportar su conocimiento o ganas de emprender un negocio y salir adelante.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Esta ficha técnica unifica la información y/o materiales que se utilizarán en la fabricación de cada blusa, teniendo en cuenta que la cantidad de insumos depende del diseño a crear, y podrá tener cambios de acuerdo con las recomendaciones y requerimientos del cliente, igualmente puede variar por la demanda del mercado

este es solo un esquema que se realiza teniendo en cuenta el mercado y el presupuesto.

3.1.1.1 Costo de materia prima por unidad de producto. A continuación, se desglosan los insumos y los costos de la materia prima para la fabricación de las blusas, en donde se debe tener en cuenta que:

La cantidad en tela y elementos para la fabricación de los apliques dependen de la talla y diseño escogido por el cliente y que PAMAYDA busca satisfacer e incentivar el uso de productos elaborados a mano.

Los precios que están en las anteriores tablas de los costos por unidad de producto están sujetos a cambios constantes por el mercado en que están establecidos, estos están actualizados hasta el 2020 y no incluye mano de obra de la decoración.

Cuadro 5. Costos de materia prima por unidad

BLUSA EN MOSTACILLA RELIEVE				
DESCRIPCION DE INSUMO	UNIDAD DE COMPRA (UND Y METRO)	COSTO SIN IVA	CANTIDAD X UNIDAD (UND Y METRO)	COSTO
CINTAS	1	1.500	1	1.500
MOSTACILLA	100	2.500	100	2.500
HILO	1	1.000	1	1.000
TELA	1	11.000	1	11.000
BOTONES	1	5.000	1	5.000
AGUJA	1	2.000	1	2.000
TOTAL COSTO INSUMOS				23.000

Fuente: Elaboración Propia.

Para tener una idea clara del producto que se ofrece, a continuación, se muestran algunos de los modelos y diseños, los cuales se tomaron por investigación propia en distintos almacenes de la ciudad de Cali.

Imagen 16. Blusa cuello en V



Fuente: Los autores a partir de página web: <https://www.penalbaweb.com/camisas-lentejuelas-mejores/>

Imagen 17. Blusa tipo camiseta



Fuente: Los autores a partir de página web <https://manualidadesparahacerencasa.com/aprende-ya-a-hacer-diversas-camisas-decoradas-con-lentejuela/>

Imagen 18. Blusa manga corta



Fuente: Pinterest.

Imagen 19. Blusa franela



Fuente: Pinterest.

Las decoraciones dependen del gusto del cliente.

Algunos modelos son los siguientes:

Imagen 20. Tipo corazón



Fuente: Pepaonline.

Imagen 21. Tipo Mariquita



Fuente: Los autores a partir de página web <http://decoracionesblusas.blogspot.com/2012/09/blusas-decoradas-en-lentejuelas.html>

Imagen 22. Tipo Labios



Fuente: Pinterest.

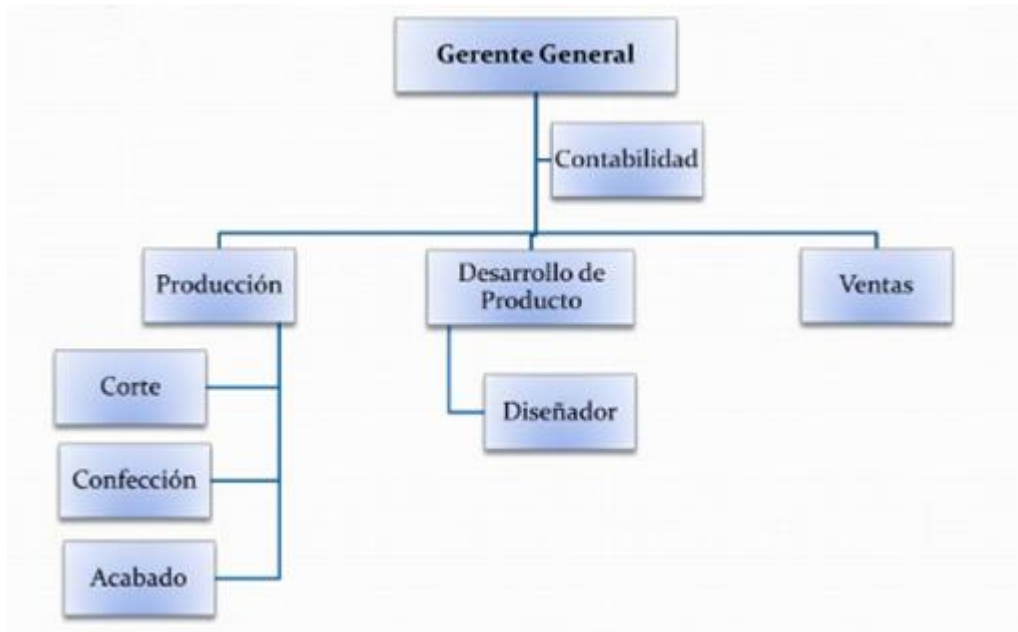
3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto

3.1.2.1 Ámbito del proyecto. Este proyecto se enmarca en el sector de la moda, debido a que el producto a comercializar es una prenda de vestir, inicialmente este proyecto se enfoca en blusas para dama con un diseño en alto relieve con mostacilla, lentejuelas, cintas que permiten hacer de este modelo una innovación, además se le da la opción al cliente de personalizar su prenda de vestir solo con indicar el diseño deseado.

Con este proyecto se busca incentivar al sector de la moda y a los artesanos a crear productos a mano, tejidos, que realicen un proceso sobre la tela que le permita innovar ante las demás prendas de vestir. Igualmente se pretende generar empleo a la juventud que no ha tenido la posibilidad de emplearse por falta de experiencia laboral. Todo esto con el apoyo de la ley del primer empleo donde incentivan a las nuevas empresas a realizar capacitaciones a los jóvenes con el fin de realizar una contratación que beneficie a las dos partes.

3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo

Imagen 23. Mapa estratégico organizacional



Fuente: Autores

Según la ilustración anterior se muestra el mapa estratégico organizacional de PAMAYDA, el cual fue dividido por procesos que se comunican entre sí y tienen las siguientes actividades:

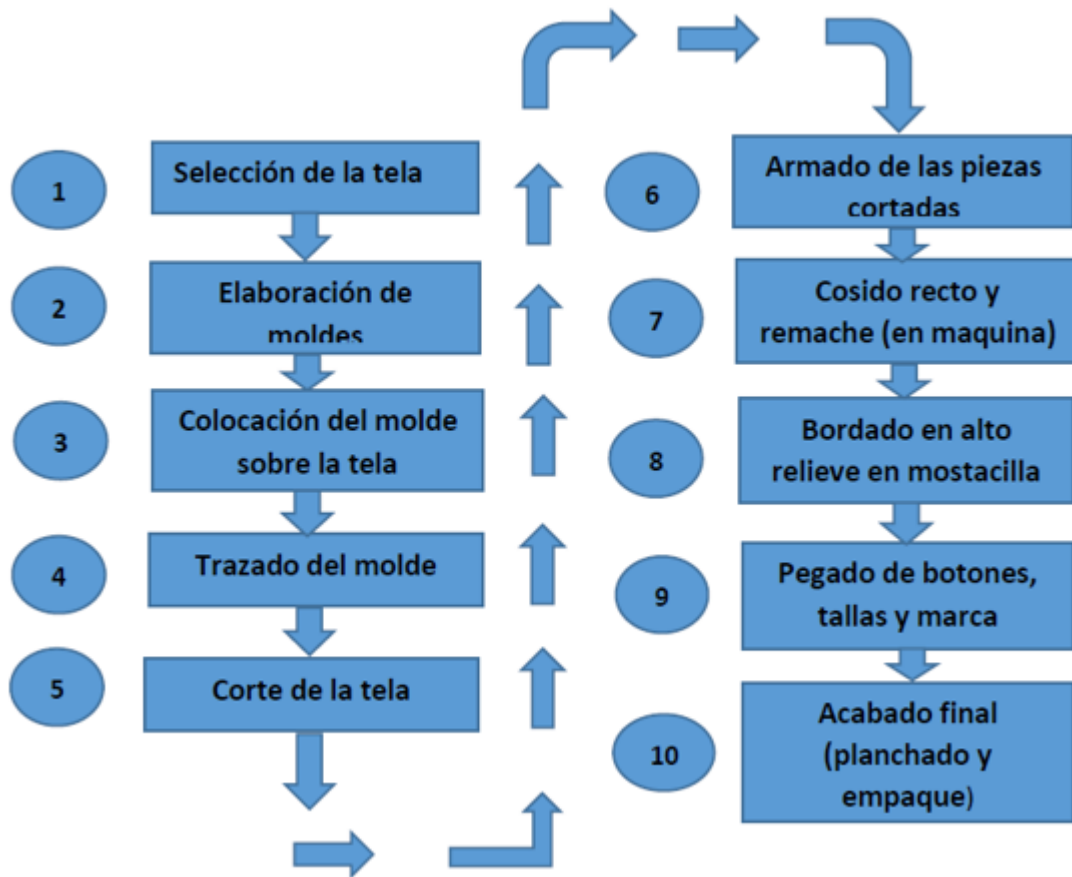
Imagen 24. Actividades según el área

ACTIVIDADES			
Administrativa	Velar porque las funciones se cumplan a cabalidad, planear las actividades con las diferentes áreas para cumplir las metas de PAMAYDA, organizar todo lo previsto para la realización de ellas, controlar dirigir y direccionar al personal con el cumplimiento de los objetivos, manejar el archivo administrativo de la empresa.	Logística	verificar en el inventario lo necesario para realiza la orden, coordinar con el área de compras lo que se necesita para almacenar o despachar, informar al área de producción el pedido detallado con e fin de que este listo para su entrega, dirigir la entrega al cliente día, fecha y hora programada.
Financiera	Contabilizar las compras y ventas de PAMAYDA, pagar los impuestos, manejar el archivo contable de la empresa con sus soportes, realizar balance, flujo de caja, estado de resultados y liquidación del personal.	Recursos humanos	Contratar al personal de acuerdo a las directrices del área que lo requiere, capacitar al personal de la empresa, velar por un buen ambiente laboral, evaluar de manera continua al personal y ejecutar los procesos disciplinarios del personal si se requiere.
Comercial	Hacer contacto con los posibles clientes para realizar la comercialización del producto, recaudar el pago de las ventas, informar al área de logística sobre el pedido requerido con el fin de despacharlo en el tiempo estipulado. También tendrá el manejo de redes sociales como canal de distribución y publicidad necesaria, planteada y aprobada para el contacto con el cliente.	Calidad	Revisar y controlar la calidad de los productos PAMAYDA, antes de empacarlos, así mismo revisar el estado de la materia prima utilizada para ello, asegurar que la calidad del producto ofrecido sea buena y que cumpla con las normas estipuladas
Compras	Con el proceso logístico revisar los inventarios para hacer los pedidos de las compras para despachar y almacenar, conseguir los insumos de mejor calidad a precio económico, pedir aprobación por la gerencia para realizar las compras del mes, buscar proveedores que se caractericen por su responsabilidad y compromiso a la hora de entregar lo solicitado.	Producción	Realizar los pedidos en el tiempo pertinente para su entrega, hacer productos innovadores, verificar la calidad de los productos, comunicar cualquier falla en las máquinas y en la materia prima, elaborar el pedido de los insumos necesarios para la producción.
Atención al cliente	Ofrecer el servicio pos-venta a los clientes recibiendo quejas, reclamos, agradecimientos, y sugerencias, manejo del cliente interno y externo de PAMAYDA.		

Fuente: Los autores

La cual se puede definir mejor en el siguiente flujograma de procesos de PAMAYDA.

Imagen 25. Flujoograma de procesos PAMAYDA



Fuente: Autoras

3.1.4 Tecnología. Se tienen las páginas web con dominio propio y Hosting para obtener comunicación y dar respuesta a cualquier duda que tengan los clientes, dar a conocer el producto y las diferentes opciones que se brindan, archivar los documentos e imágenes de la empresa y tener contacto con los clientes para requerir un servicio. También por este medio se obtiene comunicación con los proveedores para fijar las fechas y los precios.

La tecnología también se utiliza en este negocio en la parte de publicidad, ya que se da a conocer el producto por medio de anuncios en internet en páginas web como: Facebook y Twitter ya que casi todas las personas la visitan a diario para comunicarse, YouTube debido a que las personas ingresan a ver videos y escuchar música, Google porque las personas ingresan por segundos a buscar cualquier tipo de información que necesiten, email marketing se utiliza para enviar mensajes y documentos.

Los costos que se invierten al realizar las publicidades son mínimas obteniendo una gran ventaja. Por otro lado, es buena elección la publicidad por este medio, ya que no provoca daños ambientales y las personas se mantienen más conectados a la red que leyendo carteles en la calle.

Esta permite que se efectúe un buen manejo de los procesos y producción. Se obtiene como resultado una mayor eficiencia económica desde la sociedad, ya que al realizarse una selección correcta esta se convierte en una tecnología eficaz económicamente.

3.1.5 Selección del equipo. Se requieren materiales que no son esenciales para este negocio, ya que no se utilizan exactamente en el momento de la realización del producto pero que se necesitan para realizar su ejecución y planteamiento.

Cuadro 6. Maquinaria y equipos Improductivo

Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Valor total
Celular Corporativo	1	1.300.000	1.300.000
Computador Portátil	1	1.700.000	1.700.000
Computador de mesa	1	1.300.000	1.300.000
Impresora	1	250.000	250.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			4.550.000

Fuente: Elaboración propia.

3.1.6 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos

Cuadro 7. Materiales y equipos productivos

Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Valor total
Maquina industrial plana	1	2.300.000	2.300.000
Maquina collarín	1	1.950.000	1.950.000
Maquina familiar	2	650.000	1.300.000
Maquina fileteadora	1	1.010.000	1.010.000
Cortadora	1	350.000	350.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			6.910.000

Fuente: Elaboración propia.

Se requiere local de 48m², que estará ubicado en el centro de la ciudad.

Cuadro 8. Costos mensuales productivos

Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Valor total
Local	1	700.000	700.000
Servicios públicos	1	214.000	214.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			914.000

Fuente: Elaboración propia.

Estos servicios que se muestran en el siguiente cuadro son los precios que se deben cancelar mensualmente para obtenerlos, pero no son productivos porque no intervienen en el momento que realizar el producto.

Cuadro 9. Gastos mensuales improductivos

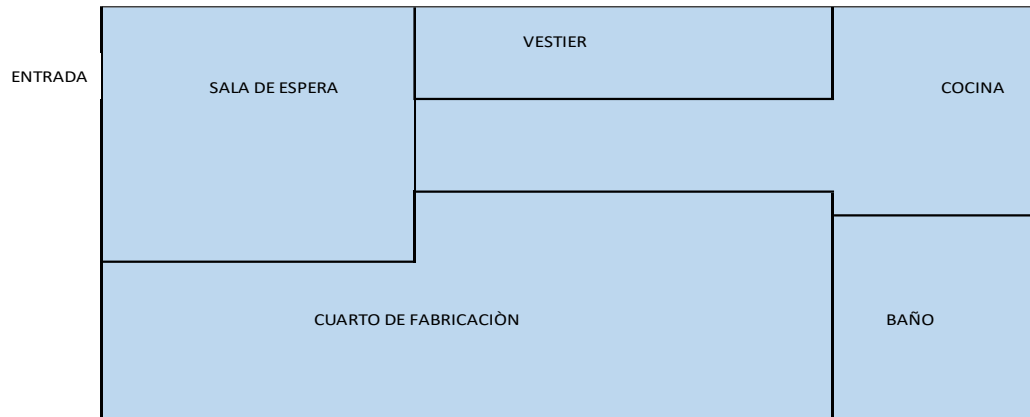
Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Valor total
Servicio telefónico, internet y parabólica	1	100.000	100.000
Servicio de telefonía celular	1	42.000	42.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			142.000

Fuente: Elaboración propia.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Ubicado en Colombia, Sur América, el Valle del Cauca es una de las regiones más ricas y de mayor desarrollo de la República de Colombia. Está ubicado en el suroccidente del país y tiene costas sobre el Océano Pacífico, en una extensión de 200 kilómetros, donde se encuentra ubicado el puerto de Buenaventura, el más importante del país, por el inmenso movimiento de carga importación y exportación que por allí se registra. Estará ubicado en el centro de Cali, barrio san Nicolás en la kr 7 cl. 23 sobre la vía que se evidencia en la imagen anterior. Costa de una bodega para la fabricación y decoración de las blusas. ("Datos de Cali y el Valle del Cauca", 2004).

Imagen 26. Plano Del punto de venta PAMAYDA.



Fuente: Elaboración propia.

3.2.1 Macro localización. La empresa PAMAYDA está ubicada estratégicamente en el centro de la ciudad de Cali. Cuenta con facilidad de transporte, ya sea público o particular.

Su ubicación agiliza cualquier tipo de proceso, al contar con una zona de fácil acceso para adquirir los insumos o materias primas que se requiere.

3.2.2 Micro localización. El centro de la ciudad de Cali es un lugar reconocido por toda la ciudadanía, cuenta con fácil acceso a restaurantes, incluso centros comerciales. Muy cerca de la bodega se encuentra la estación de policía, lo que garantiza una zona segura. Para los empleados se cuenta con fácil acceso para el uso del transporte masivo (MIO).

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

La viabilidad de la creación de una empresa de blusas en alto relieve con un diseño personalizado, nace de la necesidad de vestimenta y del nuevo estilo de moda de la población identificada en el análisis de mercado.

A nivel poblacional, el proyecto cuenta con una demanda de 748.141 mujeres las cuales pertenecen a los estratos 1, 2, 3, 4 y 5 de la ciudad Santiago de Cali, que se encuentran entre las edades de los 15 a los 40 años.

Este es un mercado amplio al cual se debe llegar de manera estratégica por medio de las redes sociales como Facebook e Instagram para promocionar de manera efectiva el producto.

4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

PAMAYDA (transformación y moda al alcance de todas), es una idea de proyecto en la cual se quiere ofrecer como producto, blusas y vestidos en diferentes tallas y estilos con bordados en canutillos, lentejuelas y mostacilla según el gusto de los consumidores, donde se hará entrega del producto en la dirección y hora establecida dependiendo de la agenda que se tenga por pedidos de ese día.

Esta idea de negocio además de intentar incentivar el uso de materiales nacionales, la mano de obra colombiana e intentar reducir el uso de prendas importadas, fomenta el empleo, brindando capacitaciones a madres cabeza de hogar, mujeres embarazadas a temprana edad y cualquier tipo de persona que desee aportar su conocimiento o ganas de emprender un negocio y salir adelante. Además de generar ingresos para el beneficio de todos sus colaboradores. Si bien es cierto, las blusas son un producto mundial que cualquier mujer desea usar, PAMAYDA se proyecta a lograr un diseño único con variedad en sus motivos o formas para que quien la use se sienta cómoda, linda y bien vestida. Es una idea de negocio que se dará a conocer vía virtual por medio de las principales redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp o a través del punto de fabricación.

4.1.1 Misión. Somos una empresa que ofrece ropa con apliques en bisutería, de alta calidad, innovadora, que busca satisfacer al 100% los clientes, además, de tener un continuo mejoramiento y control en los procesos que tiene el producto.

4.1.2 Visión. Llegar a ser en el 2025 una empresa líder en ropa con bisutería, generando innovación y logrando un gran volumen de usuarios y participación de nuestra marca en el mercado nacional, con el fin de estar más cerca de nuestros clientes y satisfacer sus necesidades.

4.1.3 Valores corporativos

VALOR	DESCRIPCION
Respeto	En PAMAYDA promovemos la valoración, aprecio y reconocimiento por los clientes.
Rectitud	Trabajamos diariamente con integridad y honradez brindando material de alta calidad.
Confianza	Entregamos con nuestros productos lo que prometemos.
Creatividad	Fomentamos la creación de nuevos e innovadores diseños
Responsabilidad	Comprometidos en el cumplimiento de la entrega de nuestros productos en el tiempo y hora acordada.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4 Filosofía de trabajo. Se trata de una filosofía del trabajo que se usa en muchas partes del mundo pero que viene directamente de Japón. Para esta teoría, el éxito en el trabajo se sustenta en 5 pilares básicos:

Pilar	Concepto
Seiri	Establecer la diferencia entre lo realmente importante y lo accesorio.
Seiton	Orden y organización.
Seiso	Limpieza en el espacio de trabajo.
Seiketsu	Que cada trabajador asuma que debe cumplir con los puntos anteriores.
Shitsuke	Establecer estándares de calidad.

Fuente: Elaboración propia.

Además, la empresa busca que todos los colaboradores generen sinergia y engranaje en cada área del trabajo, con el objetivo de potencializar la eficiencia laboral y entregar un producto con las características requeridas.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Procesos Operativos. PAMAYDA es una empresa que confecciona blusas decoradas en mostacilla, canutillos y demás productos de bisutería. Para ello, inicialmente se obtienen los pedidos de los clientes según su gusto, se define la talla, modelo y tipo de decoración. El pedido se recibe directamente en el almacén porque se hace a medida y predilección del cliente. Es por eso por lo que este, es quien decide la tela que desea para su diseño, una vez tomadas las medidas y definido el modelo se procede a cortar la tela, se cose y se pasa al área de decoración.

El tiempo de elaboración depende del modelo. Sin embargo, después de realizado el pedido la empresa se compromete con el cliente a hacer la entrega en máximo 4 días hábiles.

4.2.2 Descripción de Puestos

Cuadro 10. Manual de Funciones – cargo secretaria

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PAMAYDA	
Cargo	Secretaria
Reporta a	Gerente
Descripción del cargo	Debe asistir administrativamente de manera eficiente y oportuna a la gerencia de PAMAYDA. De igual forma, debe colaborar en la revisión y generación de documentos , manteniendo adecuado registro, Colaborar en actividades logísticas, como gestión de materiales, espacios físicos , etc.
Nivel de estudio	Técnico en gestión administrativa
Título o profesión	Secretaria/o Ejecutiva/o, Asistente Ejecutiva/
Idioma	No requiere
Experiencia	Mínimo de 1 año de experiencia en cargos similares
Funciones del cargo:	
Redactar y transcribir correspondencia, oficios, actas, informes, correo electrónico y otros documentos.	
Elaborar y mantener actualizada la documentación interna y externa, asociado a la norma.	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PAMAYDA	
Entregar informes de actividades al Gerente General.	
Registro y seguimiento del proceso de contratación de personal.	
Registro y control de permisos administrativos, descansos complementarios.	
Gestión de cotizaciones y solicitudes compras de insumos.	
Revisión de documentación relacionada a compras, contratación, pago de proveedores.	
Uso de computador, fotocopiadora, escáner, proyector, etc.	
Mantener la confidencialidad y privacidad de la información recepcionada y emitida.	
Atención de público presencial y virtual	
SALARIO	\$877.803

Fuente: Los autores

Cuadro 11. Manual de Funciones – cargo operario de producción.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Cargo	Operario de producción
Reporta a	Gerente General
Descripción del cargo	Fabricar y elaborar diferentes modelos en alto relieve con mostacilla y bisutería sobre ropa, como blusas, vestidos con detalle a mano y maquinaria especializada
Nivel de estudio	Bachillerato
Título o profesión	Auxiliar
Idioma	No requiere
Formación complementaria	Manejo de manualidades
	Manejo de bisutería en mostacilla y alto relieve
Experiencia	Mínimo de 6 meses de experiencia en cargos similares

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Funciones del cargo:	
Realizar bordado de alto relieve en mostacilla y bisutería sobre ropa	
Operar maquinaria y equipos	
Conocer el funcionamiento de los equipos destinados a sus labores	
Registro de datos confiables del gasto de insumos en una plantilla manual	
SALARIO	\$877.803

Fuente: Los autores

Imagen 27. Manual de Funciones – cargo de Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PAMAYDA	
Cargo	Gerente
Reporta a	Socios
Descripción del cargo	Se encarga de coordinar todas las actividades de la empresa, supervisando el desempeño de los empleados, controlando el presupuesto, estableciendo los objetivos generales, además de asegurar que todas las actividades se realicen de manera eficiente, organizada, segura y rentable.
Nivel de estudio	Profesional
Título o profesión	Administrador de empresa/ ingeniero industrial
Idioma	Inglés
Experiencia	Mínimo de 1 año de experiencia en cargos similares
Funciones del cargo:	
Planificar, organizar, dirigir y evaluar las actividades de la empresa, asegurando el cumplimiento de objetivos y metas.	
Monitorear presupuestos y el progreso de las actividades	
Desarrollar e implementar procesos y políticas.	
Supervisar a los empleados, encargarse de su entrenamiento, gerencia y evaluaciones.	
Cooperar con empleados, otras compañías, socios y terceros, representando a la empresa	
Gestionar las actividades de la organización estableciendo tareas, objetivos y prioridades	
Revisar e interpretar la información presupuestaria y los datos financieros	
Monitorear los gastos y realizar un análisis de rentabilidad	
Asegurar que los libros contables y otros controles cumplan con la normativa vigente	
Evaluar y manejar cualquier riesgo financiero	
SALARIO	\$2.000.000

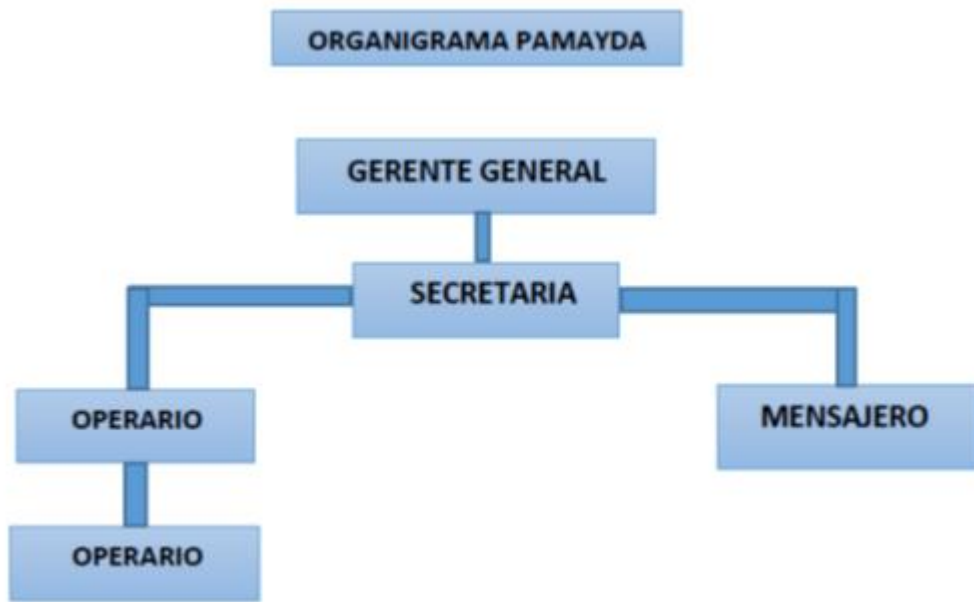
Fuente: Los autores

Imagen 28. Manual de Funciones – cargo de Mensajero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PAMAYDA	
Cargo	Mensajero
Reporta a	Secretaria
Descripción del cargo	Se encarga de repartir correspondencia y entrega de pedidos, utilizando los medios adecuados, para cumplir con lo solicitado.
Nivel de estudio	Bachillerato
Título o profesión	Auxiliar
Idioma	No requiere
Experiencia	Mínimo de 6 meses de experiencia en cargos similares
Funciones del cargo:	
Llevar documentos a proveedores, clientes y bancos	
Atender cualquier solicitud de la gerencia	
Mantener permanente comunicación con la secretaria	
Llevar los pedidos solicitados de manera virtual	
SALARIO	\$ 877.803

Fuente: Los autores

Imagen 29. Organigrama de la empresa



Fuente: Los autores

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

PAMAYDA es una empresa pequeña, que cuenta con un único dueño. Lo que hace que el reclutamiento de personal sea un poco más sencillo. Este reclutamiento es externo porque la empresa no cuenta con mucho personal para cubrir internamente las vacantes. Por tal motivo se hace directamente entre gerente y aspirante al cargo, quien esté interesado (a) en hacer parte del equipo de trabajo debe acercarse a las instalaciones y hacer entrega de su hoja de vida para verificar si tiene o no la experiencia que se requiere en el manejo de telas y decoración con mostacilla y canutillos. Es importante aclarar que quienes cumplan con la experiencia deberán realizar un producto como prueba para conocer sus capacidades y la calidad de su trabajo. Quienes no cumplan con la experiencia, pero deseen hacer parte de la

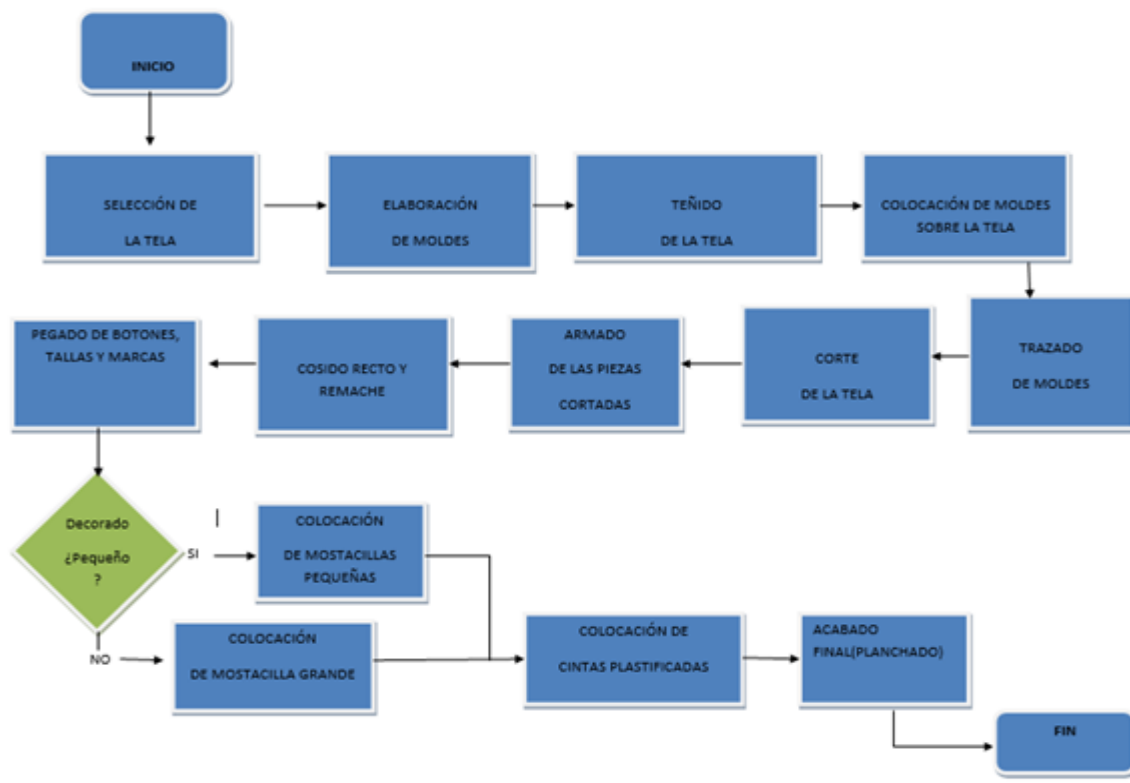
empresa iniciarán un proceso de capacitación donde podrán demostrar sus habilidades y destrezas para la elaboración de blusas decoradas.

En el momento que surjan las vacantes se publicará por medio de redes sociales y periódicos la difusión para los interesados.

Por este motivo, se considera que la rotación de personal o la necesidad de reclutamiento es más amplia en el sector de producción, porque a mayor demanda de producto se va a requerir el servicio de más operarios

A continuación, se presenta el flujograma de procesos que debe conocer el operario para la elaboración del producto.

Imagen 30. Flujograma de procesos PAMAYDA



Fuente: Elaboración propia


4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

PAMAYDA es una empresa que ofrece a todas las personas la posibilidad de aprender, obtener recursos y beneficios para el empleado y su familia. Lo más importante es tener iniciativa y ser creativo. A continuación, se mencionan las fases que tiene el proceso de selección de personal, pues de este depende la correcta captación de colaboradores que ayuden en el crecimiento y mejoramiento de la compañía.

4.4.1 Solicitud de empleo. PAMAYDA es un lugar para todos, quien desee hacer parte de su equipo de trabajo puede llevar su hoja de vida a las instalaciones para realizar las pruebas pertinentes. A través de las redes sociales se dará a conocer la necesidad de los aspirantes. En muchas ocasiones son personas recomendadas por los mismos empleados.

4.4.2 Entrevista. La llevará a cabo el gerente general de la empresa con el fin de recolectar toda la información de los aspirantes al cargo. Toda esta información sirve para determinar qué candidato cumple con el perfil requerido, conocer sus experiencias, expectativas, metas y conocimientos frente a la fabricación de prendas decoradas. Prendas decoradas

Imagen 31. Formato de entrevista

Fecha de Inicio 15 de Agosto del 2020	FORMATO DE ENTREVISTA		
Fecha			
Nombre del entrevistador:			
DATOS PERSONALES			
Nombre del entrevistado:			
Cargo que solicita:			
Con quien vive			
INFORMACIÓN LABORAL			
Empresa donde ha laborado			
Tiempo laborado			
Cargo			
Motivo de retiro			
Actividades desarrolladas			
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA			
¿Conoce la empresa?			
¿Cuáles son sus mayores fortalezas			
¿Cuál es su estado de salud actual?			
¿Cómo se visualiza en un año?			
APARIENCIA PERSONAL			
Impecable	Buena apariencia	Descuidado	
CONOCIMIENTO			
Conocimientos excepcionales	Educación necesaria para el puesto	No posee educación necesaria	
EXPERIENCIA			
Especialista	Tiene cierta experiencia	No tiene experiencia	
ACTITUD EN LA ENTREVISTA			
Sociable	Proporciona datos necesarios		Retraído
ASPIRACIÓN SALARIAL:	\$		
Observaciones:			
Concepto Final:	Se adapta al perfil	No se adapta al perfil	
Firma del entrevistador:			

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Exámenes. Los únicos exámenes que realiza la empresa PAMAYDA se describen a continuación:

1. Examen Médico Ocupacional de Ingreso: Se realiza para determinar las condiciones de salud física, mental y social del trabajador antes de su contratación, teniendo en cuenta el tipo de labor que va a ejecutar.

2. Examen Médico Ocupacional Periódico: Se realizan con el fin de monitorear la exposición a factores de riesgo e identificar en forma precoz posibles alteraciones ocasionadas por la labor desempeñada, por la posición ergonómica, por ejemplo. Así como detectar enfermedades de origen común con el fin de establecer un manejo preventivo.

3. Examen Médico Ocupacional de Retiro: Ayudará a evaluar las condiciones de salud en las que el trabajador se retira de las tareas o funciones asignadas.

4. Examen paraclínico para el ingreso: se hará la Optometría que prueba la función visual y corrección de la vista por estar expuestos a máquinas que pueden agotar la vista.

Todos estos exámenes se solicitan en una empresa aliada donde un médico especialista en medicina del trabajo o salud ocupacional se encargará de practicarlos. Según lo señalado en el artículo 4° de la Resolución 2346 de 2007, las evaluaciones médicas «son aquellas que se realizan para determinar las condiciones de salud física, mental y social del trabajador antes de su contratación, en función de las condiciones de trabajo a las que estaría expuesto, acorde con los requerimientos de la tarea y perfil del cargo»

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Luego de finalizar el proceso de selección se realiza la contratación del personal seleccionado, se creará una carpeta la cual contará con toda la documentación requerida, además, los colaboradores contarán con todas las compensaciones laborales de ley, cabe resaltar que el personal que sea contratado por Pamayda será contratado bajo un contrato a término fijo inferior a un año.

El contrato de trabajo a término fijo está regulado por el artículo 46 del código sustantivo del trabajo, que señala las siguientes reglas o características.

1. El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres (3) años, pero es renovable indefinidamente.
2. Si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente.
3. No obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente.

El pago del salario del trabajador contratado se realizará mensualmente.

4.5.1 Inducción del Personal. Una vez contratado el personal adecuado para cada cargo, llega un elemento tan básico como la presentación general de la empresa y de las políticas que maneja, todos los aspectos de seguridad, situaciones relacionadas al contrato laboral, capacitaciones y programas de desarrollo específicos para cada función, y factores de riesgo entre otros. En este primer momento la empresa:

1. Da a conocer al empleado todo lo relacionado con la empresa (misión, visión, valores corporativos, organigrama).
2. Entrega copia del manual de convivencia
3. Enseña las instalaciones y ubicación de cada área
4. Entrega dotación requerida para cada cargo.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. Este proceso es necesario en el área de producción principalmente, porque se requiere capacitar a quienes no tienen experiencia en la fabricación y/o elaboración de decorados en mostacilla y canutillos.

Esta capacitación la realiza la propietaria de la empresa quien tiene todo el conocimiento respecto a telas, texturas, manejo de materiales y, además, es quien maneja el control de calidad a todas las prendas que se fabriquen.

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Se ha determinado para la empresa PAMAYDA S.A, el aporte de dos (2) socios, Martha Cecilia Muñoz Manbuscay y Luz Aydee Cabezas Torres, los cuales aportaran capital y a la vez conocimiento ya que son profesionales en Administración de empresas y tienen el conocimiento práctico en la decoración de las blusas.

5.1 MODELO DE SOCIEDAD

Se ha decidido constituir una sociedad por acciones simplificadas, debido a que este modelo es acorde a la estructura de la empresa, dicha sociedad está conformada por 2 socios, los cuales realizan un acuerdo en el pago del capital, permitiendo así el inicio de actividades de la empresa PAMAYDA S.A.S.

El valor de la inversión total es de \$ 24.9865.408

5.1.1 Creación de la empresa. A continuación, se relacionan los requisitos para la creación de la empresa PAMAYDA como sociedad por acciones simplificadas ante la cámara de comercio:

- *Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (ciudad o municipio).*
- *Razón social: seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.*
- *Domicilio principal: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.*

- *Término de duración: la SAS podrá tener término de duración indefinido. En todo caso, si no se establece una vigencia definida el término de duración será indefinido.*
- *Enunciación de actividades principales: las SAS permite establecer un objeto social indeterminado. En todo caso, si nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita de comercio.*
- *Capital autorizado, suscrito y pagado: se debe expresar el valor de cada capital, indicando la forma y el término en que deberán pagarse.*
- *La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. (Ley 1258 de 2008).*

5.1.1.1 Requisitos para funcionar y operar. A continuación, se indican los requisitos de carácter obligatorio para realizar la apertura de la empresa.

- *Verificar que no figure matriculada otra sociedad, establecimiento de comercio, entidad sin ánimo de lucro del sector solidario, a nivel nacional, con un nombre idéntico. Lo puede verificar en las terminales de auto consulta dispuestas en los Centros de Atención Empresarial CAE de la Cámara de Comercio de Cali o a través del sitio web www.rues.org.co.*
- *Diligenciar el formato de solicitud de inscripción*
- *Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES, suministrando en forma exacta los datos solicitados. El formulario debe estar firmado por el representante legal.*
- *Diligenciar el formulario del RUT. Adjuntar fotocopia del documento de identidad del representante legal.*
- *Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades (para personas jurídicas con domicilio en Cali o Yumbo).*
- *Adjuntar documento de constitución. Tenga en cuenta que, si se aportan bienes inmuebles, deberá hacerse por escritura pública.*

- *Certificación para acreditar los requisitos de la Ley 1780 de 2016, en caso de cumplirlos.*
- *Presentar todos los documentos anteriormente mencionados en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio de Cali a través del servicio virtual de inscripción de actos y documentos y cancelar los derechos de inscripción a que hubiere lugar.*
- *Diligenciar el formato de solicitud de registro de libros de registro de socios o accionistas y libro de actas de junta de socios o asamblea, indicando el nombre de la sociedad, Empresa Asociativa de Trabajo o Empresa Unipersonal, el destino de cada libro y el número de hojas debidamente firmado por el representante legal. ("Compromisos con el Registro Mercantil | Cámara de Comercio de Cali", 2020)*

5.1.2 Aspectos laborales. En la empresa PAMAYDA se utiliza para el área operativa el contrato de trabajo a término fijo, es aquel en que los directivos pactan una duración cierta y limitada en el tiempo, la cual tiene una duración máxima de 3 años pero que puede ser renovado tantas veces como lo dispongan las partes, el área administrativa se va a manejar contrato indefinido, sin límite de tiempo para los siguientes cargos:

- Gerente
- Secretaria
- Mensajero

La contratación se efectúa de acuerdo con normatividad estipulada en el código sustantivo del trabajo.

5.1.2.1 OTROS ASPECTOS. A continuación, se enumeran las entidades que brindan apoyo a las pequeñas y medianas empresas en sus proyectos de emprendimiento y otras que se requieren como trámite obligatorio:

- **Ley de emprendimiento Juvenil:** Mediante la Ley 1780 de 2016 se busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes. (Bogotá, 2020)
- **Fondo emprender (SENA):** El Fondo Emprender se constituyó como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.(Fondoemprender,1996).
- **Superintendencia de Industria y Comercio:** La Propiedad Industrial es un sistema administrado por el Estado, a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, para la concesión de derechos sobre nuevas creaciones (Patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazados de circuitos integrados) y a los comerciantes sobre los signos que utilizan para distinguir sus productos y servicios (Marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales) en el mercado.

- **Innpulsa:** Es una agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos.

6 ESTRUCTURA FINANCIERA

En este capítulo, se presenta la situación financiera de la empresa PAMAYDA y la viabilidad del proyecto para producir y comercializar blusas decoradas con mostacilla, canutillos y lentejuelas.

Se especifican los recursos necesarios para iniciar la producción y comercialización de las blusas decoradas, el estimado de ingresos y egresos y la cantidad posible a financiar. Se hace un estudio financiero proyectado a 5 años

Tabla 1. Análisis de flujo de caja sin financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(24.865.408)	24.976.872	11.690.827	14.527.753	17.747.029	20.268.904
DTF(%)	4,53%						
SPREAD(%)	28,00%						
CDO(%)	33,80%						
VPN(\$)	16.662.293						
TIR(%)	71,39%						
B/C(VECES)	1,67						

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede confirmar que el costo de oportunidad o tasa mínima de rentabilidad (CDO), que se espera de la empresa PAMAYDA corresponde al 33,80%, además se logra determinar que el negocio es viable y cumple con el objetivo básico financiero que es maximizar la inversión. Porque mayor que cero; es decir, que se recupera la inversión para el caso de la empresa PAMAYDA se obtiene una ganancia de \$16.662.293 millones y una TIR del 71,39% mayor al CDO.

Por otro lado, el B/C: (BENEFICIO COSTO), muestra como por cada peso que invierte el proyecto, se obtiene un excedente de 67 centavos por peso.

6.1 INVERSIÓN INICIAL

A continuación, se establece la inversión de la empresa PAMAYDA, la cual se compone de activos fijos (muebles y enseres, maquinaria y equipo y equipos de cómputo y comunicación), activos diferidos (gastos de constitución, gastos no depreciables, activos Intangibles, adecuaciones, publicidad, seguros), capital trabajo. La primera opción es que el proyecto se financie con recursos propios, provenientes del capital económico de las dos socias: Luz Aydee Cabezas y Martha Muñoz y la segunda opción consiste en un aporte de socios y la financiación en una entidad bancaria.

Tabla 2. Inversión en pesos

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	10	230.000	2.300.000
Sillas Ergonómicas	10	100.000	1.000.000
Sillas Sala de Espera 4 Puestos	0	0	0
Archivador	1	120.000	120.000
Vitrina	0	0	0
Bafle amplificador de sonido	0	0	0
Televisor	0	0	0
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.420.000
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Maquina Industrial plana	1	2.300.000	2.300.000
Maquina Collarín	1	1.950.000	1.950.000
Maquina familiar	2	650.000	1.300.000
Maquina fileteadora	1	1.010.000	1.010.000
Cortadora	1	350.000	350.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			6.910.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Celular Corporativo	1	1.300.000	1.300.000
Computador portátil	1	1.700.000	1.700.000
Computador de mesa	1	1.300.000	1.300.000
Impresora	1	250.000	250.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			4.550.000
TOTAL ACTIVOS FIJO			14.880.000

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil Cámara de Comercio			138.000
Notaria			0
Dian			0
Dagma			0
Uso de suelos			0
Sayco Acinpro			0
Bomberos			20.000
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN			158.000
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Cafetera	1	80.000	80.000
Pistola Petrolizadora	0	0	0
Teléfono	1	50.000	50.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			130.000
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software CG1	1	2.000.000	2.000.000
Antivirus	1	159.000	159.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			2.159.000
ADECUACIONES			
Construcción de Aljibe	0	0	0
Obra gris y blanca	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL ADECUACIONES			2.000.000
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Perifoneo	0	0	0
Volantes	1	70.000	70.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			70.000
SEGUROS			
Póliza todo riesgo	1	635.000	635.000
TOTAL SEGUROS			635.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			5.152.000
CAPITAL DE TRABAJO			
Nominas	4	1.158.352	4.633.408
Gastos de Administración		200.000	200.000
Gastos de Ventas			0
			0
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			4.833.408
TOTAL INVERSION			24.865.408
% De Inversión a Financiar			50,00%
INVERSION A FINANCIAR			12.432.704
Meses a Diferir			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			429.333

Fuente: Elaboración propia

6.1.1 Depreciación de los activos. En la siguiente tabla se presentan los activos fijos con los que contara la empresa, su vida útil y la depreciación tanto mensual como anual proyectada a 5 años.

Tabla 3. Depreciación en pesos de los activos

PAMAYDA S.A.S							
ITEM	AÑO	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	95.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	5	75.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	3	126.389	1.516.667	1.516.667	1.516.667		
TOTAL		296.389	3.556.667	3.556.667	3.556.667	900.000	900.000
MESES DEL AÑO	12						

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Amortización del préstamo. El valor para financiar corresponde a \$12.432.704, diferido a 60 meses, se presenta una tabla de amortización que permite visualizar el valor de la cuota a cancelar mensualmente y la diferencia entre el interés y capital a pagar.

Según el análisis de las entidades bancarias y las oportunidades que brindan a las empresas, se ha optado financiar con BBWA por medio del impulso que brinda a las pymes para una línea de crédito de libre inversión.

Tabla 4. Amortización en pesos

VALOR PRESTAMO	12.432.704
TEA (%)	28,00%
TASA NOMINAL MES (%)	24,94%
TASA MENSUAL (%)	2,33%
MESES DEL AÑO	12
NÚMERO DE CUOTAS	60
VALOR PRESTAMO	12.432.704

No. Cuotas	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				12.432.704
1	387.102	290.096	97.006	12.335.698
2	387.102	287.833	99.269	12.236.428
3	387.102	285.517	101.586	12.134.843
4	387.102	283.146	103.956	12.030.887
5	387.102	280.721	106.382	11.924.505
6	387.102	278.238	108.864	11.815.641
7	387.102	275.698	111.404	11.704.237
8	387.102	273.099	114.004	11.590.233
9	387.102	270.439	116.664	11.473.569
10	387.102	267.717	119.386	11.354.184
11	387.102	264.931	122.171	11.232.012
12	387.102	262.080	125.022	11.106.990
13	387.102	259.163	127.939	10.979.051
14	387.102	256.178	130.925	10.848.126
15	387.102	253.123	133.980	10.714.147
16	387.102	249.997	137.106	10.577.041
17	387.102	246.798	140.305	10.436.736
18	387.102	243.524	143.579	10.293.157
19	387.102	240.174	146.929	10.146.229
20	387.102	236.745	150.357	9.995.872
21	387.102	233.237	153.865	9.842.006
22	387.102	229.647	157.456	9.684.550
23	387.102	225.973	161.130	9.523.421
24	387.102	222.213	164.889	9.358.532
25	387.102	218.366	168.737	9.189.795
26	387.102	214.429	172.674	9.017.121
27	387.102	210.399	176.703	8.840.418
28	387.102	206.276	180.826	8.659.592
29	387.102	202.057	185.045	8.474.547
30	387.102	197.739	189.363	8.285.184

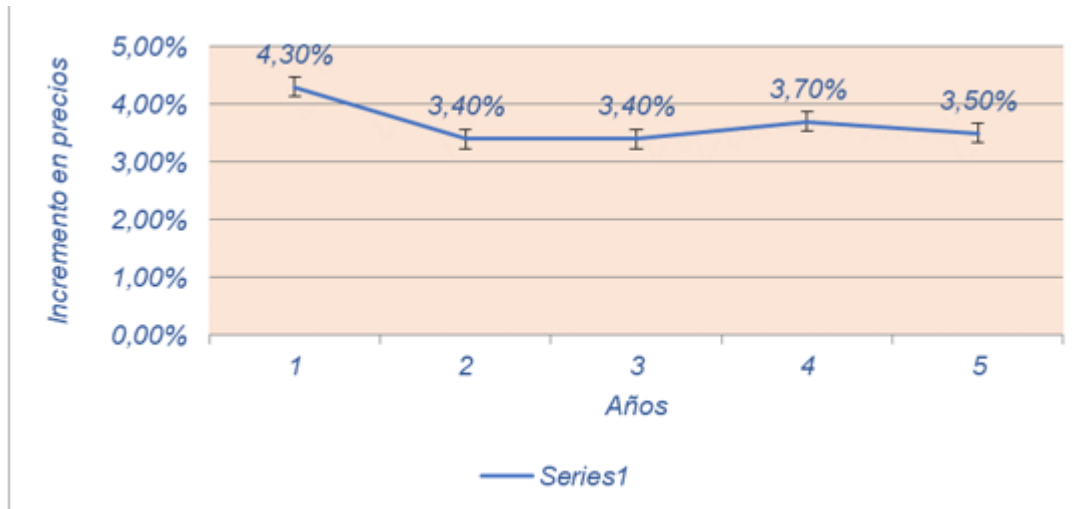
	No. Cuotas	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
	31	387.102	193.321	193.781	8.091.402
	32	387.102	188.799	198.303	7.893.099
	33	387.102	184.172	202.930	7.690.169
	34	387.102	179.437	207.665	7.482.504
	35	387.102	174.592	212.511	7.269.993
	36	387.102	169.633	217.469	7.052.524
	37	387.102	164.559	222.544	6.829.980
	38	387.102	159.366	227.736	6.602.244
	39	387.102	154.052	233.050	6.369.194
	40	387.102	148.615	238.488	6.130.706
	41	387.102	143.050	244.053	5.886.654
	42	387.102	137.355	249.747	5.636.906
	43	387.102	131.528	255.575	5.381.332
	44	387.102	125.564	261.538	5.119.794
	45	387.102	119.462	267.641	4.852.153
	46	387.102	113.217	273.886	4.578.268
	47	387.102	106.826	280.276	4.297.991
	48	387.102	100.286	286.816	4.011.175
	49	387.102	93.594	293.508	3.717.667
	50	387.102	86.746	300.357	3.417.310
	51	387.102	79.737	307.365	3.109.945
	52	387.102	72.565	314.537	2.795.408
	53	387.102	65.226	321.876	2.473.532
	54	387.102	57.716	329.387	2.144.145
	55	387.102	50.030	337.072	1.807.072
	56	387.102	42.165	344.937	1.462.135
	57	387.102	34.116	352.986	1.109.149
	58	387.102	25.880	361.222	747.927
	59	387.102	17.452	369.651	378.276
	60	387.102	8.826	378.276	0
			10.793.443	12.432.704	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERÉS	3.319.515	2.896.771	2.339.222	1.603.881	634.054
AMORTIZACIÓN	1.325.714	1.748.458	2.306.008	3.041.349	4.011.175
	4.645.229	4.645.229	4.645.229	4.645.229	4.645.229

Fuente: Elaboración propia

6.2 PARÁMETROS GENERALES

A continuación, se establecen los diferentes parámetros que se tienen en cuenta en la empresa PAMAYDA.

Imagen 32. Parámetros económicos



Fuente: Elaboración propia

Los anteriores parámetros económicos son indicadores macroeconómicos proyectados a cinco años. La proyección muestra el incremento en precio (\$) vs el IPC arrancando con el 4.30%.

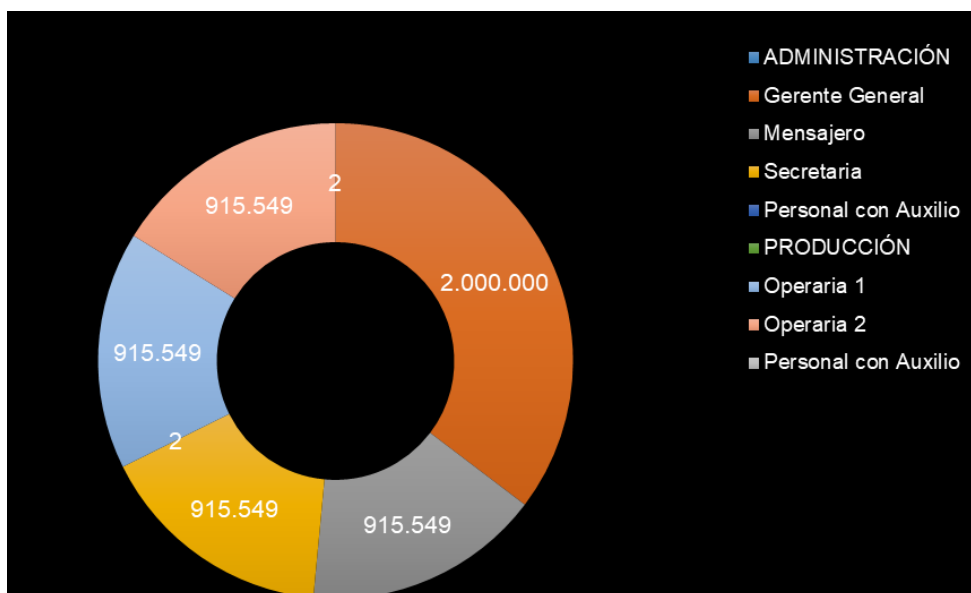
Tabla 5. Parámetros laborales

ITEM	
SMMLV (\$)	915.549
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	102.854
CESANTIAS (%)	8,33%
INTERES A LAS CESANTIAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD (%)	8,50%
PENSIONES (%)	12,00%
ARL (%)	0,5226%
ARL PARA OPERATIVA (%)	2,4360%
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	4,00%
ICBF (%)	3,00%
SENA (%)	2,00%

Fuente: Elaboración propia

Estos porcentajes son los establecidos actualmente y los valores de salario y transporte se encuentran ajustados.

Imagen 33. Cargos y salarios en Pamayda S.A.S



Fuente: Elaboración propia

Inicialmente se contará con tres cargos de administración y dos de producción, según el flujo de ingresos se va a ir contratando personal al área de producción para lograr satisfacer al cliente con los tiempos de entrega. En este también se identifica la asignación salarial, teniendo como base el salario mínimo al año 2020, agregándole la proyección de la inflación

Tabla 6. Registro Mercantil y de escrituración.

REGISTRO MERCANTIL		ESCRITURACIÓN	
LIMITE INFERIOR	15.492.057	CAPITAL A REGISTRAR	14.226.000
LIMITE SUPERIOR	16.967.491	% A APLICAR	0,007%
PROMEDIO	16.229.774	VALOR A PAGAR	996
% A APLICAR	1,23%	PAPEL NOTARIAL	25.000
VALOR A PAGAR	199.000	FOTOCOPIAS	15.000
		VALOR TOTAL A PAGAR	40.996

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Márgenes Brutos

PAMAYDA S.A.S			
ITEM	COSTO SIN IVA	MARGEN	PRECIO DE VENTA SIN IVA
Blusas con Mostacilla en alto relieve	30.000	90,00%	57.000
	0	0,00%	0
	0	0,00%	0
	0	0,00%	0
DISMINUCION % DE MARGEN	0,00%		

Fuente: Elaboración propia

En la anterior tabla se muestra la utilidad bruta de cada blusa, después de aplicar los costos y gastos de producción de la elaboración de las mismas. El margen establecido será del 90%.

Tabla 8. Parámetros de gastos

PAMAYDA S.A.S			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
ADMINISTRACIÓN			
Arriendo	1	700.000	730.100
Servicios Públicos	1	210.000	219.030
Servicio de Gas	1	4.000	4.172
Servicio Telefónico, Internet y Parabólica	1	100.000	104.300
Celulares	1	42.000	43.806
Honorarios Contador	1	300.000	312.900
Servicios de Vigilancia	1	20.000	20.860
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			
Azúcar (Libras)	5	1.500	7.823
Café (Libras)	2	5.000	10.430
Mezcladores (Paquete X 150)	2	1.500	3.129
Vasos Desechables (Paquetes X 50)	20	1.500	31.290
Limpiones	2	2.000	4.172
Jabón de Manos	4	4.000	16.688
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			73.532
UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			
Resmas de Papel Tamaño Carta	1	10.100	10.534
Resmas de Papel Tamaño Oficio	0	11.700	0
Lapiceros (Caja X 15)	1	11.000	11.473
Marcadores	2	1.500	3.129
Clips	1	2.500	2.608
Ganchos Cosedora (Caja X 50)	2	5.500	11.473
Cartuchos de Impresora	1	45.000	46.935
TOTAL UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			86.152
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			1.594.851
VENTAS			
Gastos de Representación	0	300.000	0
Volantes (Paquete X 1000)	1	70.000	73.010
Publicidad en patines	0	100.000	0
Pancartas	0	50.000	0
TOTAL GASTOS VENTAS			73.010
TOTAL GASTOS			1.667.861

Fuente: Elaboración propia

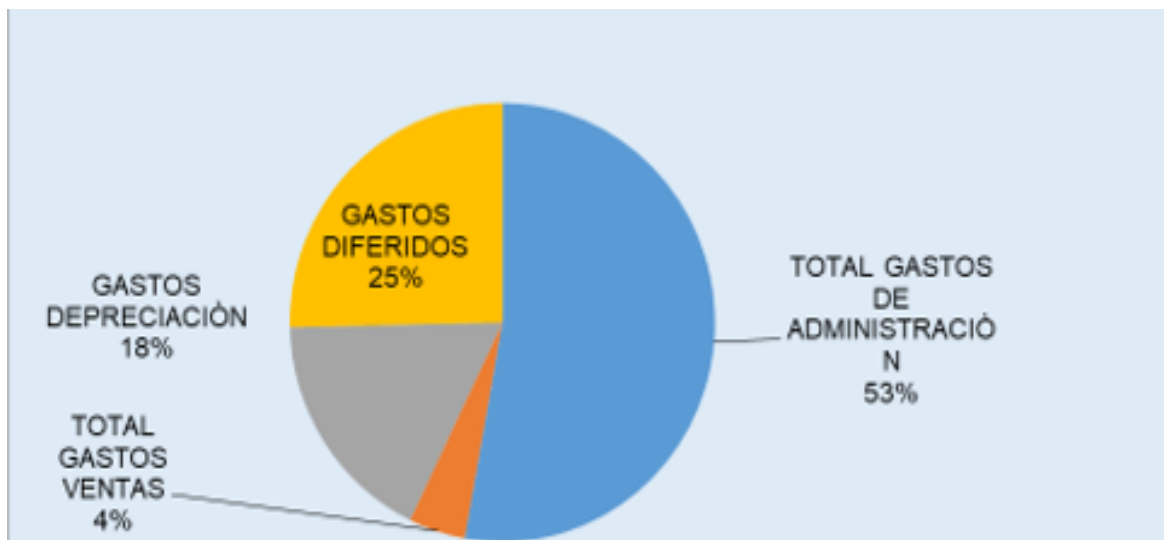
Hacer la relación de los gastos de administración es importante para el funcionamiento de la idea de negocio y así proyectar el capital que se requiere para invertir.

Este Comprende los gastos realizados por la empresa de acuerdo al objeto económico, el cual está contemplado por los pagos de servicios públicos, telefonía e internet, mantenimiento de equipos y demás gastos administrativos para el correcto funcionamiento de la empresa.

6.3 PROYECCIONES DE GASTOS, COSTOS Y VENTAS

En este punto se proyectan los gastos y costos de la empresa, proyectados a cinco años.

Imagen 34. Composición del gasto anual



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Gastos en Pesos

PAMAYDA S.A.S					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ADMINISTRACIÒN					
Arriendo	3.066.420	3.170.678	3.278.481	3.399.785	3.518.778
Servicios Públicos	919.926	951.203	983.544	1.019.936	1.055.633
Servicio de Gas	17.522	18.118	18.734	19.427	20.107
Servicio Telefónico, Internet y Parabólica	1.251.600	1.294.154	1.338.156	1.387.667	1.436.236
Celulares	525.672	543.545	562.025	582.820	603.219
Honorarios Contador	3.754.800	3.882.463	4.014.467	4.163.002	4.308.707
Servicios de Vigilancia	250.320	258.831	267.631	277.533	287.247
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA					
	441.189	456.189	471.700	489.153	506.273
UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA					
	516.911	534.486	552.658	573.107	593.165
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	10.744.360	11.109.668	11.487.397	11.912.431	12.329.366
VENTAS					
Gastos de Representación	0	0	0	0	0
Volantes (Paquete X 1000)	876.120	905.908	936.709	971.367	1.005.365
Pancartas	0	0	0	0	0
Publicidad en patines	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS VENTAS	876.120	905.908	936.709	971.367	1.005.365
GASTOS DEPRECIACIÒN	3.556.667	3.556.667	3.556.667	900.000	900.000
GASTOS DIFERIDOS	5.152.000	5.327.168	5.508.292	5.712.099	5.912.022
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	20.329.147	20.899.411	21.489.065	19.495.897	20.146.753
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	11.620.480	12.015.577	12.424.106	12.883.798	13.334.731

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, los gastos son de vital importancia para hacer una proyección a futuro y garantizar que mientras la empresa logra el punto de equilibrio o un sostenimiento se tendrán los recursos necesarios para el mismo.

Tabla 10. Ventas y costos en pesos

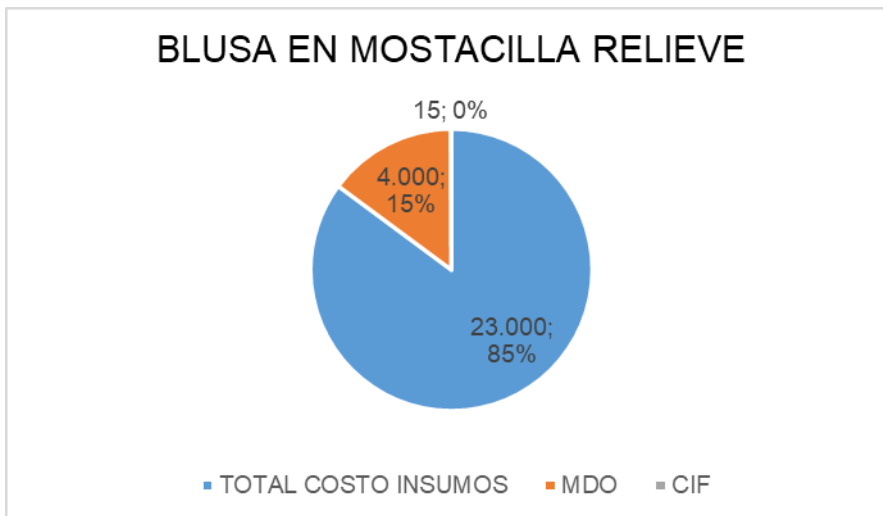
PAMAYDA S.A.S					
UNIDADES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas con Mostacilla en alto relieve	3.120	3.245	3.375	3.510	3.651
TOTAL	3.120	3.245	3.375	3.510	3.651
PRECIO DE VENTA					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	57.000	58.938	60.942	63.197	65.409
COSTO UNITARIO					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	30.000	31.020	32.075	33.261	34.426
VENTAS TOTALES					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	177.840.000	191.253.101	205.677.848	221.832.295	238.794.115
TOTAL	177.840.000	191.253.101	205.677.848	221.832.295	238.794.115
COSTOS TOTALES					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
TOTAL	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
COSTO UNITARIO SIN MDO Y SIN CIF					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	30.000	31.020	32.075	33.261	34.426
COSTO TOTALES SIN MDO Y SIN CIF					
Blusas con Mostacilla en alto relieve	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
TOTAL	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
PRECIO PROMEDIO	57.000	58.938	60.942	63.197	65.409
COSTO PROMEDIO	3.120	3.245	3.375	3.510	3.651

Fuente: Elaboración propia

Las ventas y costos se proyectan igualmente a cinco años para verificar la viabilidad del proyecto, en el cuadro anterior se muestran anualmente, pero la investigación fue hecha inicialmente mes a mes por el primer año y posteriormente de manera anual.

6.3.1 Costos del producto o servicio. Se presenta el cálculo de los costos unitarios por blusa, teniendo en cuenta insumos, mano de obra y el costo indirecto de fabricación.

Imagen 35. Costos



Fuente: Elaboración propia

6.4 PROYECCIONES DE VENTAS Y COSTOS

6.4.1 Proyecciones. El impuesto al valor agregado IVA, se aplicó de acuerdo con los requerimientos, y obligación tributaria impuesta por el estado. El cuadro especifica el IVA cobrado, pagado y causado.

Tabla 11. Proyecciones de IVA, recaudo y pagos anuales.

IVA EN PESOS PAMAYDA S.A.S					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
IVA COBRADO	33.789.600	36.338.089	39.078.791	42.148.136	45.370.882
IVA PAGADO	17.784.000	19.125.310	20.567.785	22.183.230	23.879.411
IVA CAUSADO	16.005.600	17.212.779	18.511.006	19.964.907	21.491.470
IVA AL FLUJO DE CAJA	10.670.400	11.475.186	12.340.671	13.309.938	14.327.647
IVA AL AÑO SIGUIENTE	0	5.335.200	5.737.593	6.170.335	6.654.969
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	10.670.400	16.810.386	18.078.264	19.480.273	20.982.616
MES AÑO					
IVA PAGADO X AÑO MES					
IVA X PAGAR X AÑO MES					
RECAUDOS EN PESOS					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CONTADO	177.840.000	191.253.101	205.677.848	221.832.295	238.794.115
CREDITO	0	0	0	0	0
TOTAL	177.840.000	191.253.101	205.677.848	221.832.295	238.794.115
MESES AÑO					
MESES RECAUDADOS					
PAGOS EN PESOS					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CONTADO	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
CREDITO	0	0	0	0	0
TOTAL	93.600.000	100.659.527	108.251.499	116.753.840	125.681.113
MESES AÑO					
MESES RECAUDADOS					

Fuente: Elaboración propia

6.5 VIABILIDAD DEL PROYECTO

6.5.1 Punto de equilibrio. Se Calcula el Punto de equilibrio de la empresa PAMAYDA para lograr establecer el punto mínimo donde se igualan los costos y los ingresos, con el fin de conocer donde debe estar la empresa para no tener pérdidas y que el beneficio sea 0.

Tabla 12. Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ER SIN FINANCIACIÓN	233	272	312	339	384
ER CON FINANCIACIÓN	192	237	285	321	377

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos. Este sirve para respaldar la toma de decisiones, se analiza el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder la inversión. Con el análisis del punto de equilibrio PAMAYDA S.A.S conoce el nivel de ventas que necesita para recuperar lo invertido según los estados de resultados ya sea con o sin financiación.

6.5.2 Análisis de sensibilidad

Tabla 13. Análisis de sensibilidad

DISMINUCIÓN MARGEN BRUTO EN 10%				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN (\$)	16.520.882	(2.701.731)	19.775.377	(432.409)
TIR (%)	70,99%	27,35%	124,05%	31,68%
B/C (Veces)	1,66	0.89	2,59	0.97

Fuente: Elaboración propia

Con el análisis de sensibilidad se busca conocer con que disminución del margen bruto el proyecto se vuelve inviable. Se realiza una disminución del 10% obteniendo como resultado que ante la inviabilidad debido a que la razón costo beneficio sería menor a 1.

6.6 ESTADOS FINANCIEROS

El Estado de Resultados permite evaluar la rentabilidad de la empresa y está conformado por los ingresos, gastos y costos en un periodo determinado. A continuación, se presenta el estado de resultados sin financiación, es decir, sin solicitar préstamos a entidades bancarias y el estado de resultados con financiación en pesos, ambos con unas utilidades netas positivas antes de impuestos.

Todas las proyecciones se hicieron a cinco años con el previo análisis del año actual, mes por mes.

Tabla 14. Estado de resultados sin financiación anual

INGRESOS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	209.988.000	225.825.777	242.858.074	261.932.748	281.960.743
Descuentos	2.099.880	2.258.258	2.428.581	2.619.327	2.819.607
Devoluciones					
VENTAS NETAS	207.888.120	223.567.519	240.429.494	259.313.421	279.141.135
CMV	110.520.000	118.855.672	127.820.039	137.859.341	148.400.391
UTILIDAD BRUTA	97.368.120	104.711.847	112.609.455	121.454.080	130.740.744
EGRESOS					
Nomina	71.261.823	73.684.725	76.190.006	79.009.036	81.774.352
Gastos de Administración	10.744.360	11.109.668	11.487.397	11.912.431	12.329.366
Gastos de Ventas	876.120	905.908	936.709	971.367	1.005.365
Gastos de Depreciación	3.556.667	3.556.667	3.556.667	900.000	900.000
Gastos Diferidos	5.152.000	5.327.168	5.508.292	5.712.099	5.912.022
ICA	2.078.881	2.235.675	2.404.295	2.593.134	2.791.411
TOTAL EGRESOS	93.669.851	96.819.812	100.083.365	101.098.067	104.712.517
UTILIDAD OPERACIONAL	3.698.269	7.892.035	12.526.089	20.356.013	26.028.228
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos Financiero Préstamo	0				
Gastos Financiero Leasing	0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	3.698.269	7.892.035	12.526.089	20.356.013	26.028.228
IMPUESTO DE RENTA	1.257.411	2.683.292	4.258.870	6.921.044	8.849.597
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	2.440.857	5.208.743	8.267.219	13.434.969	17.178.630
RESERVA LEGAL	244.086	520.874	826.722	1.343.497	1.717.863
UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.196.772	4.687.869	7.440.497	12.091.472	15.460.767
UTILIDAD ACUMULADA	2.196.772	6.884.641	14.325.138	26.416.609	41.877.377
RESERVA LEGAL ACUMULADA	244.086	764.960	1.591.682	2.935.179	4.653.042

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Estado de resultados con financiación anual

INGRESOS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	209.988.000	225.825.777	242.858.074	261.932.748	281.960.743
Descuentos	2.099.880	2.258.258	2.428.581	2.619.327	2.819.607
Devoluciones					
VENTAS NETAS	207.888.120	223.567.519	240.429.494	259.313.421	279.141.135
CMV	110.520.000	118.855.672	127.820.039	137.859.341	148.400.391
UTILIDAD BRUTA	97.368.120	104.711.847	112.609.455	121.454.080	130.740.744
EGRESOS					
Nomina	71.261.823	73.684.725	76.190.006	79.009.036	81.774.352
Gastos de Administración	10.744.360	11.109.668	11.487.397	11.912.431	12.329.366
Gastos de Ventas	876.120	905.908	936.709	971.367	1.005.365
Gastos de Depreciación	3.556.667	3.556.667	3.556.667	900.000	900.000
Gastos Diferidos	5.152.000	5.327.168	5.508.292	5.712.099	5.912.022
ICA	2.078.881	2.235.675	2.404.295	2.593.134	2.791.411
TOTAL EGRESOS	93.669.851	96.819.812	100.083.365	101.098.067	104.712.517
UTILIDAD OPERACIONAL	3.698.269	7.892.035	12.526.089	20.356.013	26.028.228
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos Financiero Préstamo	3.319.515	2.896.771	2.339.222	1.603.881	634.054
Gastos Financiero Leasing	0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	3.319.515	2.896.771	2.339.222	1.603.881	634.054
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	378.753	4.995.264	10.186.868	18.752.132	25.394.174
IMPUESTO DE RENTA	229.864	1.698.390	3.463.535	6.375.725	8.634.019
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	148.889	3.296.875	6.723.333	12.376.407	16.760.155
RESERVA LEGAL	44.621	329.687	672.333	1.237.641	1.676.015
UTILIDAD DEL EJERCICIO	104.269	2.967.187	6.050.999	11.138.767	15.084.139
UTILIDAD ACUMULADA	104.269	3.071.456	9.122.455	20.261.222	35.345.361
RESERVA LEGAL ACUMULADA	44.621	374.308	1.046.641	2.284.282	3.960.298

Fuente: Elaboración propia

7 CONCLUSIONES

Al realizar el estudio de viabilidad de la empresa PAMAYDA se identificaron unas variables que impactan al momento de crear una productora y comercializadora de blusas en alto relieve con mostacilla, lentejuelas y canutillos en Santiago de Cali, dicho estudio permitió conocer el cliente potencial de la empresa, sus preferencias y recomendaciones sobre el producto.

Inicialmente PAMAYDA, decidió realizar una estrategia de venta por medio de las redes sociales, Facebook e Instagram, proporcionando un servicio de calidad y buen diseño a sus clientes, Además de generar la oportunidad de que sus clientes hagan parte de sus creaciones al solicitar los diseños de preferencia con un producto 100% elaborado a mano.

De acuerdo a las estadísticas nombradas en el proyecto, en la actualidad las mujeres van punteando como las más interesadas por realizar compras en las redes sociales. Esto es positivo para PAMAYDA debido a que su población objetivo son mujeres de 15 a 40 años.

PAMAYDA se proyectó como una productora y comercializadora viable en todo el campo empresarial tanto en la parte financiera, legal, operativa y organizacional ya que es una empresa comprometida con las normas y procesos establecidos por la ley, cumpliendo a cabalidad con la misión, visión y objetivos de la organización.

PAMAYDA le aposto al valor agregado que le genera al cliente personalizar su prenda de vestir preferida, lo cual crea también un valor emocional en la venta del producto al momento de dar un obsequio de cumpleaños, amor y amistad entre muchas épocas especiales.

Al utilizar la evaluación financiera con elementos como el valor presente neto (VPN), la relación beneficio/costo (B/C) y la Tasa interna de retorno (TIR) se concluyó que el proyecto Pamayda es viable sin financiación y con financiación. Todo esto se identifica en el flujo de caja sin financiación donde la VPN es de \$16. 662.293, con una TIR del 71.39 % y una relación costo beneficio de 1.67 lo cual indica que \$1.67 es la utilidad por cada peso de la inversión.

El flujo de caja con financiamiento presento una variación significativa que indica una ganancia de \$19.973.255, obteniendo una TIR de 124.94% que determina un costo de oportunidad positivo comparado con el 33.80% que hay de base y una relación costo beneficio B/C de 2.61, es decir, que la empresa va a obtener un \$2.61 de utilidad por cada peso invertido.

En el análisis financiero, se identificó que el negocio es rentable y además se realiza una proyección a 5 años donde se corrobora la viabilidad de la productora y comercializadora PAMAYDA S.A.S.

8 RECOMENDACIONES

Se dio cumplimiento al objetivo principal del proyecto de mostrar la viabilidad de la producción y comercialización de blusas decoradas en mostacilla, canutillos y lentejuelas, así como mostrar la importancia del uso de la mano de obra colombiana y la reducción de compra de productos importados de baja calidad. Sin embargo, es necesario continuar trabajando para lograr la sostenibilidad del negocio, generando políticas de innovación y cambio continuo.

Trabajar continuamente en la innovación de diseños y modelos de blusas y decorados

Estar atentos a las necesidades y requerimientos de los clientes

REFERENCIAS

- Analitik, V. (2019). Crecimiento del sector textil es de 4,8% en 2019; hay más apoyos para empresarios - Valora Analitik. Accedida 25 Septiembre 2020, disponible en <https://www.valoraanalitik.com/2019/07/23/crecimiento-del-sector-textil-es-de-4-8-en-2019-hay-mas-apoyos-para-empresarios/>.
- Bogotá, C. (2020). Ley de Emprendimiento Juvenil. Accedida 2 octubre 2020, disponible en <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>.
- Cámara de Comercio de Cali. 2020. Compromisos Con El Registro Mercantil | Cámara De Comercio De Cali. [online] Disponible en: <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/compromisos-con-el-registro-mercantil/> [Accedida 21 septiembre 2020].
- Cereza Moda. 2020. Empresa. [online] Disponible en: <https://cerezamoda.com.co/empresa/> [Accedida 18 agosto 2020].
- China como líder global en innovación y tecnología en materia textil – TALLER. (2020). Accedida 25 septiembre 2020, disponible en: <http://tallerfdp.com/china-como-lider-global-en-innovacion-y-tecnologia-en-materia-textil/>.

Compromisos con el Registro Mercantil | Cámara de Comercio de Cali. (2020).
Accedida 2 Octubre 2020, disponible en <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/compromisos-con-el-registro-mercantil/>.

¿Cuánto gastaron los colombianos en moda durante el 2019? \$20 Billones
Gastaron Los Colombianos En Moda Durante El 2019. Disponible en:
<<https://www.dinero.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/cuanto-gastaron-los-colombianos-en-moda-durante-el-2019/281119>> [Accedida 12 de octubre 2020].

Editorial, p., 2008. La Importancia Del Vestuario Y La Imagen ¿Qué Me Pongo?
[online] Protocolo y Etiqueta. Disponible en:
<<https://www.protocolo.org/laboral/imagen-profesional/la-importancia-del-vestuario-y-la-imagen-que-me-pongo.html>> [Accedida en 7 septiembre 2020].

Garzón, J. (2018). Industria Textil Colombiana 2018: telas inteligentes y
tendencias ecológicas. Accedida 25 septiembre 2020, disponible en
<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2018/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>.

Gef.com.co. 2020. Blusas Y Camisas Para Mujer Gef / Compra Ropa Femenina
Online Gef. [online] Disponible en: <<https://www.gef.com.co/tienda/es-co/gef/mujeres/camisas->

mujeres#facet:&productBeginIndex:0&orderBy:&pageView:grid&minPrice:&maxPrice:&pageSize: &> [Accedida el 1 de septiembre 2020].

Mintrabajo.gov.co. 2020. [online] Disponible en:

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/51963/guia_beneficios_ley_formalizacion_generacion_empleo.pdf/1f7ec9b5-e2cb-0bbe-e0f7-2ede1771da1f> [Accedida 25 de agosto 2020].

Mujer archivos - Talulah. (2020). Accedida 2 octubre 2020, disponible en <https://talulah.com.co/categoria/mujer/>.

Ramos, F., 2020. Empleo Y Desempleo. [online] Dane.gov.co. Disponible en:

<<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>> [Accedida el 14 de septiembre 2020].

Ramos, F. (2020). Importaciones. Accedida 25 Septiembre 2020, disponible en:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones>.

Ropa de mujer al por mayor - Adrissa. (2020). accedida 2 octubre 2020, disponible en <https://www.adrissa.com.co/content/21-distribuidores>.

scielo. 2019. Dimensiones Culturales Relacionadas Con El Empleo Y El Desempleo De Jóvenes Universitarios De Cali, Colombia... [online] Disponible en:<<http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124->

01372019000100159&script=sci_abstract&lng=en> [Accedida en 22 August 2020].

Senado. 2020. [online] Disponible en:

<http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html
> [Accedida el 17 de septiembre 2020].

Stf Group S.A. Perfil de Compañía - Colombia | Finanzas y ejecutivos clave | EMIS. (2020). Accedida 2 octubre 2020, disponible en https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Stf_Group_SA_es_1214866.html.

Tiempo, C., 2020. El Gasto De Los Colombianos En Moda Sumó \$ 20 Billones En 2019. [online] El Tiempo. Disponible en: <<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/gasto-en-ropa-y-moda-de-los-colombianos-en-2019-455246>> [Accedida en 7 septiembre 2020].

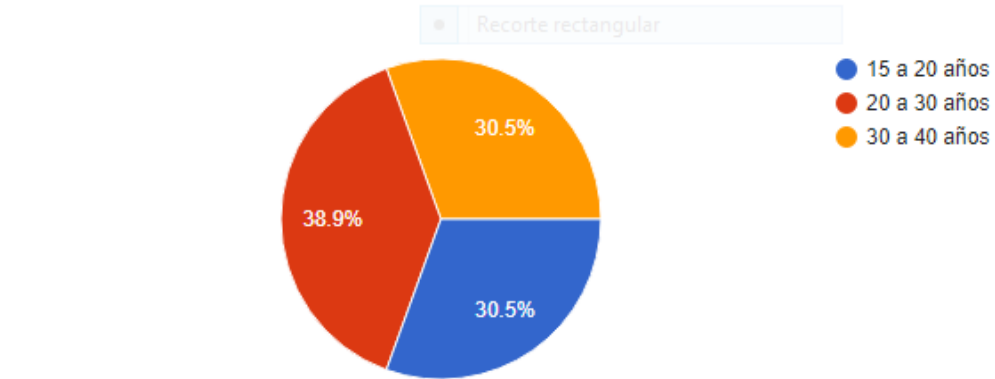
Vega, J. (2020). La venta de ropa representa 6,9% de lo que mueve el comercio electrónico. accedida 14 septiembre 2020, disponible en <https://www.larepublica.co/internet-economy/la-venta-de-ropa-representa-69-de-lo-que-mueve-el-comercio-electronico-2771235>.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta y resultados

1. Mujer ¿ En qué rango de edad se encuentra?

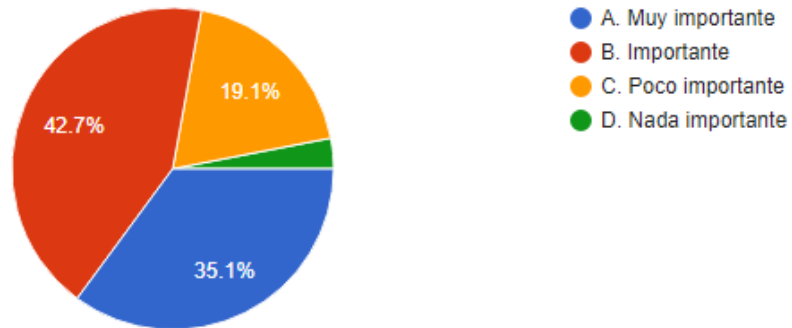
100% (N=10)



De acuerdo con los resultados, el 38,9 % del total de los encuestados son mujeres de 15 a 20 años, el 30.5% son mujeres de 20 a 30 años y 30.5% restante son mujeres de 30 a 40 años.

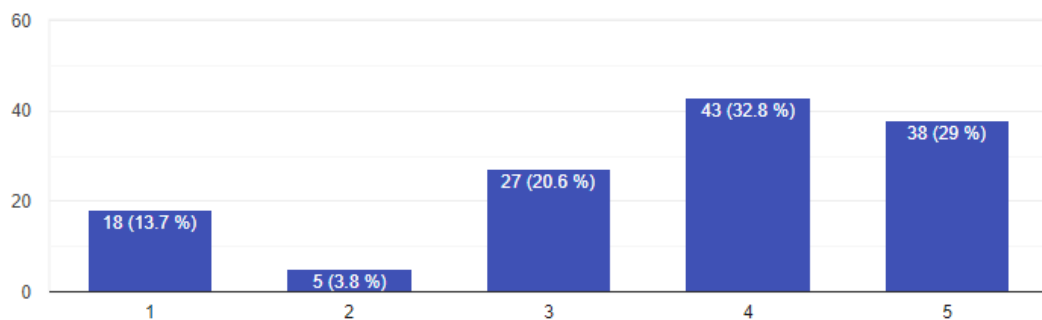
Esto es importante, debido a que las mujeres que inician la adolescencia son las más interesadas en la participación de la encuesta, por lo tanto, la probabilidad para el negocio es positiva en este tipo de escenarios.

2. ¿ Considera que comprar blusas es más importante que cualquier otra prenda?



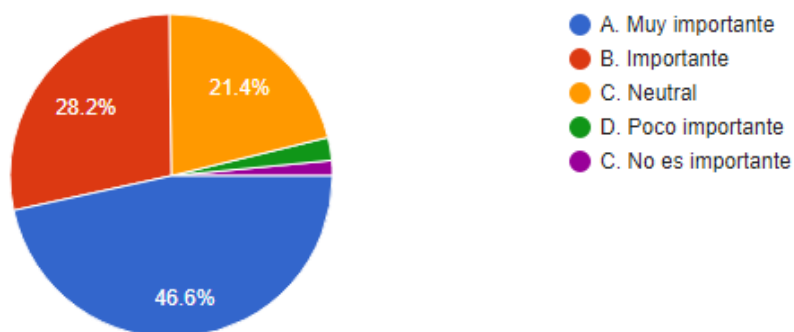
El 42.7 % de la población objetivo indica que es importante comprar blusas sobre el resto de las prendas de vestir, mientras que el 19.1% determina que es poco importante, este resultado es positivo porque hay la posibilidad de que las mujeres se prefieran el producto PAMAYDA.

3. ¿Le gustan las blusas decoradas a mano? Califique de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta



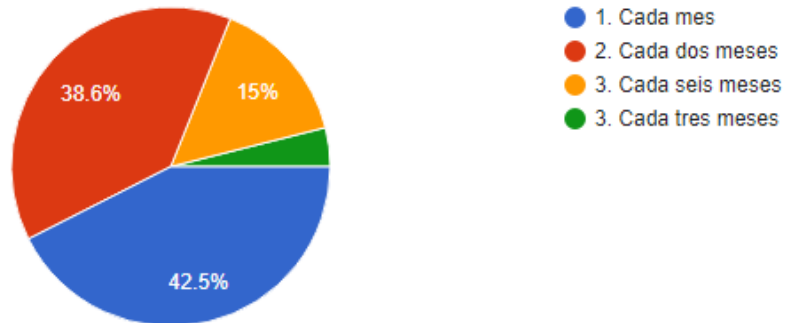
La encuesta indica que el 32.8 % de la población objetivo le gustan las blusas decoradas a mano, esto determina la viabilidad de PAMAYDA debido a que ese porcentaje posiblemente compre el producto.

4. ¿Cree que es importante fomentar la decoración a mano en las prendas de vestir?



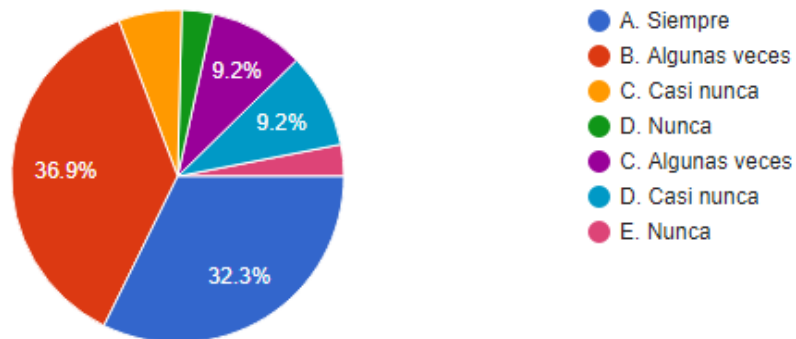
El 46.6% y el 28.2% de la población está dispuesto a recomendar el producto realizado a mano, este punto también beneficia a la empresa ya que por medio de la recomendación de los clientes fieles se pueden obtener clientes nuevos.

5. ¿Con qué frecuencia compra blusas?



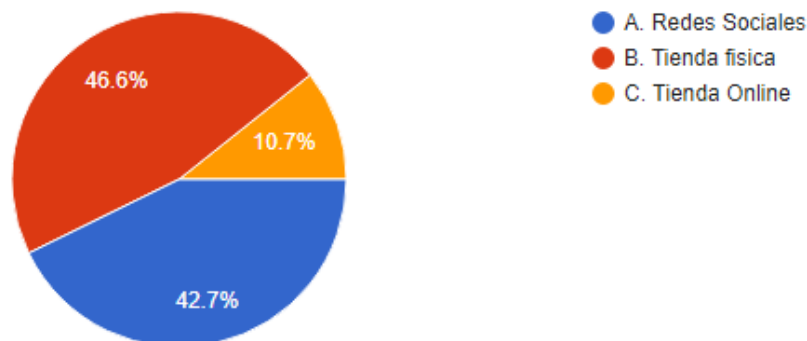
Este gráfico indica que el 42.5% de la población compra blusas cada 6 meses, es posible que las mujeres prefieran obtener el producto en junio y diciembre por la temporada alta (vacaciones y fiestas decembrina).

6. ¿Tiene dificultad a la hora de lavar las blusas con diseño en alto relieve?



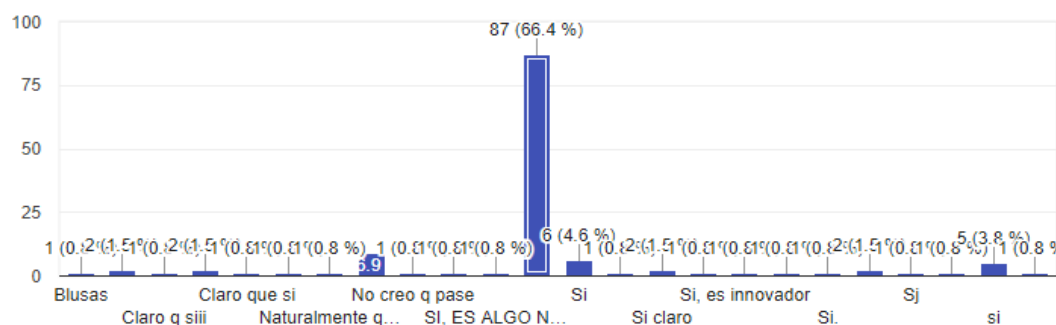
El nivel de dificultad a la hora de lavar la ropa con diseño en alto relieve quedo en un 36.9%, lo que indica que es posible que este porcentaje de la población no adquiera el producto por desconocimiento del cuidado de la prenda de vestir con alto relieve.

7. ¿Qué canal de distribución utiliza con más frecuencia?




Este punto está a favor de las compras en la tienda física con un 46.6%, pero el manejo de las redes sociales como segunda instancia para comercializar el producto Pamayda, ya que se confirma con el 42.7% que la población también prefiere realizar sus compras por este medio.

8. Si una empresa le ofrece ser su propio diseñador, ¿Usted compraría el producto más seguido?



El 66.4% de las encuestadas, genero una breve respuesta sobre este interrogante, siendo las respuestas "SI" compraría el producto, la más calificada.

Anexo 2. Formato de entrevista

Fecha de Inicio 15 de Agosto del 2020	FORMATO DE ENTREVISTA		
Fecha	_____		
Nombre del entrevistador:	_____		
DATOS PERSONALES			
Nombre del entrevistado:	_____		
Cargo que solicita:	_____		
Con quien vive	_____		
INFORMACIÓN LABORAL			
Empresa donde ha laborado	_____		
Tiempo laborado	_____		
Cargo	_____		
Motivo de retiro	_____		
Actividades desarrolladas	_____		
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA			
¿Conoce la empresa?	_____		
¿Cuáles son sus mayores fortalezas	_____		
¿Cuál es su estado de salud actual?	_____		
¿Cómo se visualiza en un año?	_____		
APARIENCIA PERSONAL			
Impecable	Buena apariencia	Descuidado	
CONOCIMIENTO			
Conocimientos excepcionales	Educación necesaria para el puesto	No posee educación necesaria	
EXPERIENCIA			
Especialista	Tiene cierta experiencia	No tiene experiencia	
ACTITUD EN LA ENTREVISTA			
Sociable	Proporciona datos necesarios	Retraído	
ASPIRACIÓN SALARIAL:	\$	_____	
Observaciones:			
Concepto Final:			
Se adapta al perfil		No se adapta al perfil	
_____		_____	
Firma del entrevistador:			
