

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI**

CLAUDIA ALEXANDRA BURITICÁ SÁNCHEZ

DAISSY VIVIANA ORTIZ DORADO

JOHANA CAROLINA RINCÓN MONTES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI**

CLAUDIA ALEXANDRA BURITICÁ SÁNCHEZ

DAISSY VIVIANA ORTIZ DORADO

JOHANA CAROLINA RINCÓN MONTES

Proyecto presentado para optar al título de Administrador de empresa

Asesor

MARÍA FERNANDA GONZÁLEZ

MG. Direccionamiento Estratégico

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, noviembre de 2020

DEDICATORIA

A Dios y mis Maestros de la Universidad por sus nobles enseñanzas y apoyos estratégicos en mi proyecto de vida.

A mis padres por su apoyo y ayuda a lo largo de mi existencia para hacerme una gran persona y hoy una profesional.

A todos aquellos seres que con su dedicación contribuyen a que hoy esté proyectada como una profesional integral, haciendo de mí una mujer integra y competente para enfrentar un nuevo proceso en mi vida: Ser Profesional.

CLAUDIA ALEXANDRA BURITICÁ SÁNCHEZ

A mi amado esposo Héctor Pérez, con todo mi amor y cariño, su sacrificio y esfuerzo, por ser paciente, por creer en mi capacidad y apoyarme en este sueño de finalizar mi carrera profesional para crecimiento personal, profesional y para beneficio de nuestro futuro; aunque hemos pasado momentos difíciles siempre me ha brindado su comprensión, cariño y amor.

A mi amada hija Valentina Pérez Ortiz por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así luchar para que la vida nos depara una vida mejor, todo esto es por ti.

A mis amados padres quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre ser perseverante y cumplir con mis ideales.

DAISSY VIVIANA ORTIZ DORADO

A mis padres y a mis hijos, que aguantaron momentos de fines de semana, el cual debía decirles no podemos salir ya que debo estudiar y realizar trabajos para entregar.

Les dedico este triunfo por su permanente apoyo, por su comprensión por su paciencia, porque fueron 4 años de acompañarme en este proceso que era tan

importante para mí, junto a ellos hoy puedo hacer de este sueño, realidad. La felicidad me embarga en este momento y todo lo hice por ustedes, hijos, para que se sientan felices y orgullosos de tener una mamá profesional que puede brindarles un mejor futuro.

JOHANA CAROLINA RINCÓN MONTES

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios quien nunca ha dejado de acompañarnos en el camino el cual elegimos y por brindándonos la sabiduría que se requiere para realizar este proyecto.

Extendemos nuestros agradecimientos a todas las personas que han contribuido para que sea posible nuestra realización profesional: padres, formadores, asesores externos y amigos que con sus aportes hicieron posible la presente investigación monográfica, a través de la cual se adquirieron nuevos conocimientos, experiencias y fundamentos profesionales. Bendiciones y gratitud por siempre.

CLAUDIA ALEXANDRA BURITICÁ SÁNCHEZ

A Dios por ser mi guía y mi luz en cada momento de proceso de mi vida, gracias a mi hija y mi esposo por el amor recibido, la dedicación y la paciencia con la que cada día estaban dispuestos a acompañarme cada larga y agotadora noche de estudio. A Dios por la vida de mis padres y también porque cada día bendice mi vida con la hermosa oportunidad de estar y disfrutar al lado de las personas que sé que más me aman y a las que yo sé que más amo en mi vida.

A mi asesora de tesis María Fernanda Gonzales por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haber tenido toda la paciencia para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Y para finalizar gracias a mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos 4 años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se hiciera realidad, gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en la realización de esta tesis.

DAISSY VIVIANA ORTIZ DORADO

A Dios por permitirme encontrar esta Universidad que me abrió las puertas de la institución para formar parte de ella.

A mis profesores que conocí en cada semestre porque gracias a ellos puedo tener el conocimiento que hoy poseo, porque gracias a su experiencia y dedicación pude aprender y llegar hasta lo último por su sabiduría

A mis compañeros porque fuimos un grupo excelente, lleno de compañerismo, llenos de amor trabajamos en pro de salir adelante siempre cogidos de la mano.

En especial a mi compañera Claudia Buriticá quien fue una gran compañera incondicional y espero que nuestra amistad se conserve por mucho más tiempo.

JOHANA CAROLINA RINCÓN MONTES

TABLA DE CONTENIDO

1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO.....	17
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	17
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6	MARCO DE REFERENCIA	21
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS	26
2	ANÁLISIS DEL MERCADO	29
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR	29
2.2	ESTRUCTURA DE MERCADO.....	43
2.3	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	52
2.4	PLAN DE MERCADEO	70
3	ESTUDIO TÉCNICO	74
3.1	INTRODUCCIÓN	74
3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	74
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	89
3.4	TAMAÑO DEL PROYECTO	93
4	ORGANIZACIONAL Y LEGAL	94
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	94
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	97
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	106

4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	108
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN	110
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	113
4.7	ESTUDIO LEGAL	113
5	ESTUDIO FINANCIERO	118
5.1	INVERSIÓN INICIAL	118
5.2	DEPRECIACIÓN	122
5.3	ESTADO FINANCIERO INICIAL	122
5.4	LEASING FINANCIERO	125
5.5	PARÁMETROS GENERALES	126
5.6	CARGOS Y SALARIOS	128
5.7	RECAUDOS Y PAGOS	129
5.8	REGISTRO MERCANTIL	129
5.9	MARGEN BRUTO	130
5.10	PROYECCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	131
5.11	PROYECCIÓN NÓMINAS	133
5.12	COSTOS UNITARIOS	137
5.13	PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS	138
5.14	IVA	140
5.15	ESTADOS DE RESULTADOS	141
5.16	FLUJOS DE CAJA	145
5.17	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	149
5.18	ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DE LOS BALANCES GENERALES Y LOS ESTADOS DE RESULTADOS	152

5.19	RAZONES FINANCIERAS	153
5.20	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	156

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Valoración adecuaciones físicas.....	76
Tabla 2. Precio de costos de producción y venta de productos.....	78
Tabla 3. Valoración equipos de computo.....	81
Tabla 4. Valoración equipos de cómputo y comunicación.....	82
Tabla 5. Maquinaria y equipo.....	83
Tabla 6. Costo elementos área de ventas.....	84
Tabla 7. Muebles y enseres.....	85
Tabla 8. Costos unitarios materia prima Pantalón y blusa talla 8.....	85
Tabla 9. Costos unitarios materia prima Jean.....	86
Tabla 10. Costos unitarios materia prima Leggings.....	86
Tabla 11. Elementos de papelería.....	87
Tabla 12. Costos útiles de aseo.....	88
Tabla 13. Arriendo y servicios públicos.....	89
Tabla 14. Planta de cargos y sus salarios básicos mensuales.....	106
Tabla 15. Confecciones JOCLADE SAS Costos de constituir la empresa.....	116
Tabla 16. Inversión inicial.....	120
Tabla 17. Depreciación en pesos.....	122
Tabla 18. Balance inicial sin financiación.....	123
Tabla 19. Balance inicial con financiación.....	124
Tabla 20. Leasing financiero.....	125
Tabla 21. Parámetros económicos.....	126
Tabla 22. parámetros laborales.....	127
Tabla 23. Cargos y salarios.....	128
Tabla 24. Recaudos y pagos.....	129
Tabla 25. Registro mercantil.....	129
Tabla 26. Margen bruto.....	130
Tabla 27. Proyección gastos de administración.....	131
Tabla 28. Nomina administrativa.....	133

Tabla 29. Nómina operativa	135
Tabla 30. Costos unitarios	137
Tabla 31. Proyección de ventas y costos.....	138
Tabla 32. IVA	140
Tabla 33. Estado de resultados sin financiación.....	142
Tabla 34. Estado de resultados con financiación.....	144
Tabla 35. Flujo de caja sin financiación	146
Tabla 36. Flujo de caja con financiación	148
Tabla 37. Balance general sin financiación.....	149
Tabla 38. Balance general con financiación	150
Tabla 39. Análisis vertical y horizontal de los balances generales y estado de resultados	152
Tabla 40. Razones financieras sin financiación	155
Tabla 41. Razones financieras con financiación.....	155
Tabla 42. Análisis de sensibilidad.....	156

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Ley y normas en Colombia para empresas.....	25
Cuadro 2. Código CIIU para la cadena de valor Textil – Confecciones	29
Cuadro 3. Porcentaje de ventas de grandes textileras por departamento 2008	39
Cuadro 4. Datos estadísticos población en Cali.....	44
Cuadro 5. Cadena Productiva Sector Textil y Confección en Colombia	46
Cuadro 6. Población de Mujeres en la Ciudad de Santiago de Cali.....	48
Cuadro 7. Principales productos exportados desde el Valle del Cauca a Estados Unidos Enero – junio 2013 -2014 USD Millones	51
Cuadro 8. Empresas comercializadoras de ropa de mujer	58
Cuadro 9. Relación de competidores.....	58
Cuadro 10. Precios competencia.....	60
Cuadro 11. Fórmula maestral	61
Cuadro 12. Encuesta	63
Cuadro 13. Tipo de producto y talla	74
Cuadro 14. Ficha técnica para Jean	79
Cuadro 15. Listado proveedores.....	88
Cuadro 16. Perfil de cargo del Administrador o Gerente	99
Cuadro 17. Perfil de cargo para el Contador	100
Cuadro 18. Perfil de cargo para Vendedor	101
Cuadro 19. Perfil de cargo para Secretaria.....	102
Cuadro 20. Perfil de cargo para Jefe de producción.....	103
Cuadro 21. Perfil de cargo para Operarias	104

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Logotipo	55
Imagen 2. Blusa de mujer	56
Imagen 3. Falda de mujer	56
Imagen 4. Blusa y pantalón	56
Imagen 5. Pantalón de mujer	57
Imagen 6. Vestido elegante de mujer	57
Imagen 7. Ficha técnica para Blusa.....	80
Imagen 8. Ficha para pantalón	80
Imagen 9. Ficha Leggins.....	81
Imagen 10. Equipos de cómputo y comunicación.....	82
Imagen 11. Elementos de área ventas	84
Imagen 12. Barrios comuna 13.....	91

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fuerzas de Porter	41
Figura 2. . Clases CIU en el Proceso de Producción Textil – Confecciones	46
Figura 3. Distribución planta física	75
Figura 4. Organigrama	105
Figura 5. Modelo de reclutamiento de personal	106
Figura 6. Diagrama del proceso de selección de personal	108
Figura 7. Proceso de inducción del personal	112

LISTA DE GRÁFICOS

Grafica 1. Evolución Anual del Producto Interno Bruto Tasas Anuales de Crecimiento Porcentual.....	31
Grafica 2. Variación anual del PIB por grandes ramas de actividad económica 2017P/2018	31
Grafica 3. Principales Países origen de Importaciones de Textil y Materias Primas en junio 2018	33
Grafica 4. Índice de Producción de Hilatura, Tejeduría y Acabado de Productos Textiles	33
Grafica 5. Índice de Producción de Prendas de Vestir.....	34
Grafica 6. Índices de Venta de Producción de Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles y Confección de prendas de vestir	35
Grafica 7. Análisis de Crecimiento en Compra a Nivel Nacional.....	38
Grafica 8. Personal temporal y permanente en el sector manufacturero según sexo(%).....	45
Grafica 9. Propietarios/as de micro negocios según sexo	45
Grafica 10. Variación (%) anual de la producción real sector confecciones Cali ...	49
Grafica 11. Exportaciones Textiles y Confecciones del Valle del Cauca (Millones USD FOB) Enero-Junio-2014	50
Grafica 12. Exportaciones del Valle del Cauca de Textiles y Confecciones por Destinos.....	51
Grafica 13. Variación (%) anual personal ocupado del sector confecciones Cali 2008-2014.....	52
Grafica 14. ¿De las siguientes marcas cual prefiere usted?	64
Grafica 15. ¿De los siguientes factores, para usted cual es el más relevante cuando va a realizar la compra de su prenda?	65
Grafica 16. Pregunta No. 3 ¿En dónde adquiere sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)	65

Grafica 17. Pregunta No. 4 ¿Con que Frecuencia compra usted sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)	66
Grafica 18. Pregunta No. 5 ¿De las siguientes motivaciones enunciadas, cual le llama la atención cuando va a realizar la compra de sus prendas femeninas?	66
Grafica 19. Pregunta No. 6 ¿De acuerdo con su estilo de vestir, con cual opción se siente identificada?	67
Grafica 20. Pregunta No. 7 ¿La ropa para el trabajo que usted necesita la ubica fácilmente en algún almacén específico?	67
Grafica 21. Pregunta No. 8 ¿Cuándo realiza la compra de la prenda, el promedio de pago se ubica en el rango de?	68
Grafica 22. Pregunta No. 9 ¿Cuándo realiza la compra, cuantas prendas promedio lleva?	68
Grafica 23. Pregunta No. 10 ¿De acuerdo con las prendas que usted tiene y ha usado que les mejoraría?	69

RESUMEN

La finalidad de este proyecto de grado, es realizar el estudio de viabilidad para la creación de una empresa de confecciones de ropa para dama en la comuna 13 de la ciudad de Santiago de Cali. Este estudio de los estudiantes de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, busca generar empleo y mejorar la calidad de vida de las personas que hacen posible el desarrollo y puesta en marcha de la misma y desarrollar el espíritu emprendedor de los autores.

La comercialización de las prendas se hará a través de la empresa denominada “**JOCLADE SAS**” que ingresa al mercado con diseños exclusivos y con insumos de materias primas de alta calidad a precios favorables buscando la satisfacción del mercado objetivo.

El trabajo se desarrolló de acuerdo a los protocolos establecidos por la Universidad. Se inicia con el Planteamiento del problema, definiendo la pregunta problema de la investigación. Se incluye el marco teórico y el marco legal que facilitará la comprensión del lector, además se establecen las herramientas metodológicas que se utilizaron en la investigación.

El siguiente paso fue hacer el análisis del mercado para conocer los gustos por las prendas que se ofertaran en la ciudad de Cali, analizando los aspectos micro y macro económicos para establecer los clientes potenciales. Se consultó a través de la encuesta hacia donde está orientado las tendencias y la frecuencia de compra de los posibles clientes, con la finalidad de satisfacer la demanda de los mismos.

El estudio técnico operativo definió la ingeniería del proyecto de la empresa “**JOCLADE SAS**” determinando los factores claves que afectan directamente la empresa, como demanda, tecnología, capacidad de producción, Se estableció el tamaño, la localización de la empresa, los requerimientos de maquinaria y equipo, para que la empresa funcione

El estudio administrativo legal determino el tipo estructura y se diseñaron los manuales de funciones y se redactó la misión, visión y valores corporativos, además del tipo de sociedad que se constituirá.

Finalmente se determinó la viabilidad financiera de la empresa constituida a partir de la proyección de ingresos y gastos con un ciclo de vida del proyecto de cinco años. Basado en los datos arrojados por los estudios anteriores, se obtuvo como resultado final un escenario financiero positivo, permitiendo concluir que el proyecto es viable

Por último, se entregan las conclusiones y se hacen las recomendaciones pertinentes.

Palabras Claves: Confección, Consumidor, Diseño de moda, Proveedor, Mercado, Viabilidad Financiera.

SUMMARY

The purpose of this degree project is to carry out the feasibility study for the creation of a clothing manufacturing company for women in commune 13 of the city of Santiago de Cali. This study of the students of the Lumen Gentium Catholic University Foundation, seeks to generate employment and improve the quality of life of people that make possible the development and implementation of the same and develop the entrepreneurial spirit of the authors.

The garments will be marketed through the company called "JOCLADE SAS" which enters the market with exclusive designs and high-quality raw material inputs at favorable prices seeking to satisfy the target market.

The work was developed according to the protocols established by the University. It begins with the Statement of the problem, defining the research problem question. The theoretical framework and the legal framework that will facilitate the reader's understanding are included, as well as the methodological tools that were used in the research.

The next step was to do the market analysis to know the tastes for the garments that were offered in the city of Cali, analyzing the micro and macro-economic aspects to establish potential customers. It was consulted through the survey where the trends and frequency of purchase of potential clients are oriented, in order to satisfy their demand.

The operational technical study defined the engineering of the project of the company "JOCLADE SAS" determining the key factors that directly affect the company, such as demand, technology, production capacity, the size, the location of the company, the machinery requirements were established. and equipment, so that the company works

The legal administrative study determined the type of structure and the function manuals were designed and the mission, vision and corporate values were written, as well as the type of company to be constituted.

Finally, the financial viability of the company established was determined based on the projection of income and expenses with a project life cycle of five years. Based on the data provided by the previous studies, a positive financial scenario was obtained as a final result, allowing to conclude that the project is viable.

Finally, the conclusions are delivered and the pertinent recommendations are made.

Keywords: Clothing, Consumer, Fashion Design, Supplier, Market, Financial Viability.

INTRODUCCIÓN

El sector textil engloba gran variedad de actividades y producto, que van desde la hilatura y confección, hasta el de calzado, la marroquinería, la bisutería, etc.” (P. 67). Escudero (2003). La industria textil, es el motor de desarrollo de la economía nacional pues permite que la confección de prendas para el uso diario de los ciudadanos, genera ingresos a los propietarios y por lo tanto pago de impuestos al estado para hacer inversión social.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, y ser independientes, y la innovación tiene gran importancia en el ámbito laboral puesto que generan un impacto significativo a nivel social y en el crecimiento económico del país, lo que ha llevado a generar en las personas el cambio de rol, de empleados a empleadores para lograr independencia, estabilidad económica, y tener una mejor calidad de vida

Este proyecto contiene el estudio realizado por estudiantes del programa de Administración de empresas de último semestre de la Fundación Católica Lumen Gentium de Cali, correspondiente a su trabajo de grado. Su objetivo general es realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de confección de ropa para dama, ubicada en la ciudad de Cali, en la comuna 13. En su portafolio de productos se tiene ropa para damas en tallas comerciales. faldas, blusas, vestidos, pantalones. leggins y ropa deportiva con diseños exclusivos y busca coadyuvar de manera directa como fuente generadora de empleo, a minimizar los altos índices de desempleo que afectan la comuna y la ciudad.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación planteada y aplicada para el desarrollo del proyecto fue de emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Se presenta el planteamiento del problema del proyecto.

Teniendo en cuenta el artículo publicado por la revista Hotbook (2018), se concluye que durante todos los tiempos la moda ha tenido una gran importancia en los seres humanos. En épocas pasadas la moda estaba dada hacia personas adineradas, pues eran ellas las que tenían el dinero para pagar diseñadores personalizados para sus prendas de vestir (Hotbook, 2018).

La forma de vestir es una parte importante de la sociedad occidental actual. Aunque siempre ha determinado el estatus o la clase social de una persona, ahora también determina el grupo social al que dicha persona pertenece dentro de una misma clase (Peláez, 2015, párr. 1).

Sin embargo, hoy por hoy la moda y, sobre todo, la necesidad por parte de las damas de verse lindas ha tomado un alto valor en todos los niveles y estratos social. No es necesario tener o invertir mucho dinero para verse bien y a gusto en su vestir.

*En Colombia las compras en moda han acumulado un total de 8.3 billones de pesos del 1 de enero a 30 de abril de 2019 (*Fuente: Raddar). De acuerdo con la firma RADDAR se prevé que el gasto de los hogares en vestuario y calzado crezca a una tasa anual del 4,8% hasta el 2022 (Inexmoda, 2019, p. 1).*

De acuerdo con Gil (2016), en este mundo moderno en donde las mujeres han empezado a tener un papel protagónico en todos los niveles sociales, se hace necesario que ellas empiecen a vestir conforme a sus necesidades, algunas por cuestiones laborales, otros para asistir a sus establecimientos educativos, para hacer ejercicio, reuniones social etc. Lo anterior también lleva a que las mujeres quieran estar hermosas a todo momento, lo cual ha permitido que aparezcan muchos negocios de confección y comercialización de prendas para vestir, con el fin de suplir todas las necesidades y gustos (Gil, 2016).

Teniendo en cuenta lo anterior y la publicación realizada por Pérez (2013), si bien es cierto que existen muchas marcas y talleres de ropa que ofrecen variedad en sus productos, las mujeres en muchos casos no se sienten conformes, ya sea porque no encuentran la talla adecuada, por el modelo o por el precio. No basta con tener mucha oferta en el mercado, pues uno de los serios problemas encontrados en almacenes de ofrecen mercancía genérica, es que se vuelve muy común y no hay nada peor para una mujer que encontrarse con otra que tenga la misma blusa, vestido o pantalón (Pérez, 2013).

Lo anterior hace que sea un gran problema para los ofertantes de este tipo de productos, pues se debe estar en constante trabajo de diseño para poder suplir las necesidades y gustos de sus clientes y sin que se generen grandes cantidades de dichos modelos, pues como se expuso anteriormente ese es uno de las grandes limitantes al momento de la venta de la mercancía.

Para evitar lo anterior el grupo investigador propone realizar un estudio que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa de confección de ropa para

dama en la ciudad de Cali en donde se tenga como objetivo principal el desarrollo de prendas a la medida y/o diseños exclusivos en todas las tallas.

1.3.2 Formulación del problema. Para el desarrollo del proyecto los investigadores formularon la siguiente pregunta:

¿Cuál es la mejor ruta para incursionar en el mercado de ropa para dama en la cual se pueda satisfacer sus necesidades y de manera exclusiva?

1.3.3 Sistematización del problema. Se presenta la sistematización del problema la cual define los interrogantes específicos que ayudan a resolver la gran pregunta:

- ¿Cuáles son las necesidades reales a tener en cuenta para el desarrollo de una empresa de confección de ropa para dama?
- ¿Qué tipo de equipos, infraestructura y materias primas serían necesarios para crear una empresa de confecciones de ropa para dama en la ciudad de Cali?
- ¿Cómo identificar el tipo de empresa y el sistema organizacional para el desarrollo de una empresa de confección de ropa para dama?
- ¿Cuáles son los requerimientos de tipo económico necesarios para para el desarrollo de una empresa de confección de ropa para dama?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Estudiar la viabilidad para la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos. A continuación, se relacionan los objetivos específicos para el cumplimiento del objetivo general.

- Realizar un estudio de mercado que permita la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.
- Conocer los requerimientos técnicos-operativos para la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.
- Identificar los requerimientos de orden legal y organizacional indispensables para la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.
- Evaluar los requerimientos económicos necesarios para la financiación, puesta en marcha y sostenimiento de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Desde el punto de vista de la justificación para el desarrollo del proyecto es necesario identificar varias variables.

La realización de este estudio permitirá obtener suficiente información para la puesta en marcha de la empresa que le ayude a resolver problemas a las damas que en ocasiones no encuentran las prendas adecuadas para combinar con los accesorios a su gusto y que a su vez será rentable para el inversionista. La otra situación es que ayuda a la región en el aspecto económico, dado que, al generar empleo en la ciudad, hay más dinero circulante en el entorno, generando mayor dinamismo y poder económico para los participantes del ecosistema.

Según datos tomados de Portafolio, (2018), *Una mujer en el hogar, lo que más compra es alimentos con un 70,22% y le sigue vivienda con un 15,70%.*, Ya en forma Individual lo que más consumen son alimentos 20,3%, vestuario y calzado 15,7% y gastos varios 30,18% (Portafolio, 2018, párr. 5).

La generación de nuevas empresas ayuda a mejorar la economía regional y la generación de empleos directos e indirectos para la localidad, beneficiando a algunas familias mejorando su calidad de vida.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Marco contextual. A continuación, se presenta la ubicación y el área de incidencia del negocio propuesto.

El proyecto se desarrollará inicialmente en la ciudad de Cali,

El mercado potencial para la empresa en Cali estaría estimado en mujeres, niñas de 14 años en adelante, lo que equivale según datos referenciados sería de 1'010.723 las cuales corresponden a mujeres de más de 14 años. Según las proyecciones del DANE, la ciudad cuenta con una población de 2'445.405 habitantes, dentro de las cuales 1.276.506 corresponden al sexo femenino (Duque, Mora & Perlaza, 2018, p. 21).

De acuerdo con Buriticá (2014), Cali es una ciudad Cosmopolita y gracias a su clima y a la cultura de la misma, las mujeres tienden a vestirse siempre de la mejor manera independientemente de la ocasión, dado esto, el negocio tenderá a tener como mercado potencial a cualquier mujer que habite en el municipio, de igual manera se espera que el lugar en el cual se vaya a adecuar el local comercial sea en un sitio de fácil acceso, seguro y de orden comercial.

1.6.2 Referente teórico. Para el desarrollo de esta investigación fue necesario consultar varios autores los cuales han trabajado sobre los diferentes temas que trataremos.

Se presentan las teorías en cuanto a los elementos metodológicos investigativos para este tipo de proyectos.

La educación y la investigación constituyen los pilares del desarrollo de los pueblos. Esta es una premisa que es necesario considerar seriamente, si se quiere promover cambios y, en este caso, el desarrollo de la investigación, para producir nuevos conocimientos o desentrañar los misterios y los problemas tratables mediante la investigación (Pineda & Alvarado, 2008, párr. 1).

Este documento permite tener un punto de partida para el desarrollo investigativo, paso a paso y modelos específicos de orden metodológico propios para proyectos de investigación.

De igual forma se toman como referentes trabajos de grado y artículos afines con el tema de investigación los cuales se referencian a continuación:

El sector de la confección en Colombia presenta cada día estándares de competitividad y desarrollo más exigentes, además se encuentra altamente influido por los conceptos de oportunidad, las tendencias de la moda, la alta calidad de los productos y los precios justos (Burgos Burgos, Carvajal Benjumea, & Ramirez Aramendiz, 2014, p. 16).

En este proyecto denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al diseño y fabricación de ropa interior femenina para mujeres de talla grande en la ciudad de Cali” los autores generan bases sólidas para la oferta de productos a mujeres de talla grande, es necesario tener claro que este tipo de clientes deben tener un trato muy especial.

La globalización, los cambios de hábitos y el interés por llevar un “estilo de vida saludable”, han suscitado un crecimiento exponencial en la apertura de gimnasios, en la práctica de diferentes deportes al aire libre y en la producción de ropa deportiva. Esto, sin duda, ha generado oportunidades de negocio en el sector textil (Osorio Echeverri, 2019, p. 17).

En este proyecto se definen los puntos a tener en cuenta en cuanto las necesidades básicas de mujeres que requieren ropa deportiva, es importante destacar que este tipo de mercado genera grandes dividendos para las empresas de confecciones.

En la investigación denominada “El sector textil en Colombia” el cual indica que *“Este estudio intenta reflejar la realidad actual del sector textil colombiano, describiendo los principales problemas que está atravesando y las oportunidades de mercado que en él y en la maquinaria pueden haber”* (Van der Bruggen, 1998, p. 3), da pautas generales sobre el sector textil colombiano.

La industria textil es uno de mayor desarrollo en el mercado internacional. El sector textil colombiano, pese a ser uno de los de mayor crecimiento en las exportaciones colombianas, ha tenido un periodo de crisis, que se debe principalmente a la falta de preparación para asumir los retos de la apertura económica, es por ello que el sistema productivo textil debe desarrollar permanentemente políticas que apunten al aumento de su competitividad para mantenerse en el escenario internacional (Campos Tavera, 2014, p. 2).

Genera información sobre los aspectos a tener en cuenta para ser más competitivos en el mercado nacional.

El libro *“Análisis organizacional en PYMES y empresas de familia”* entrega una detallada manera de realizar sistemas organizacionales a negocios pequeños como lo es el objeto de estudio del proyecto, es importante la aplicación de las distintas teorías administrativas para el desarrollo del capítulo organizacional, ya que si no

se tiene un buen recurso humano y una buena administración de los recursos, el proyecto no podría tener futuro comercial (Schlemenson, 2013).

También se consideró la obtención de herramientas y metodologías financieras como recurso para identificar la viabilidad del negocio y todo lo concerniente a los aspectos contables de la mismo, para ello se consultó el libro denominado “*Análisis financiero*” el cual permite identificar los aspectos más relevantes a tener en cuenta para identificar el comportamiento financiero y su respectiva interpretación (Baena Toro, 2014).

1.6.3 Referente conceptual. A continuación, se presenta las palabras que según los autores se debe aplicar su concepto dada el uso que se les da en el documento.

1.6.3.1 Accesorios. Parte que no es esencial en el conjunto, pero que lo completa, lo mejora o lo adorna (Oxford Dictionaries, 2020, párr. 3).

1.6.3.2 Encuesta. Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado (Oxford Dictionaries, 2020, párr. 1).

1.6.3.3 Moda. Conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un período de tiempo determinado (Oxford Dictionaries, 2020, párr. 3).

1.6.3.4 Personalizado. Adaptar algo a las características, al gusto o a las necesidades de una persona (Oxford Dictionaries, 2020, párr. 2).

1.6.3.5 Viabilidad. Posibilidades físicas, lógicas, económicas o de otra índole (o incluso, con todas las anteriores) que atañen al proyecto o al asunto

(Raffino, 2020, párr. 1).

1.6.4 Referente legal. Determina las leyes bajo las cuales la empresa debe desarrollar su actividad, además de enunciar *las restricciones para el quehacer de las empresas, en tanto su formulación, desde los planteamientos de los constituyentes, obedece más a la necesidad de dirigir el delineamiento de un proyecto, en este caso, del desarrollo económico y social del país* (Economía, 2020, párr. 1).

El en cuadro 1, se relacionarán algunas de las leyes más relevantes a tener en cuenta en el proyecto.

Cuadro 1. Ley y normas en Colombia para empresas.

LEY/NORMA	TEMA QUE REGULA
Constitución política de Colombia (CPC). La Carta Magna Colombiana garantiza la propiedad privada. (Artículo 58).	Así mismo reconoce el derecho sobre la propiedad industrial, patentes y marcas (Artículo 61). De otra parte, el Presidente de la República está facultado para conceder patente de privilegio temporal a los autores de invenciones o perfeccionamientos útiles, con arreglo a la Ley (Artículo 150, Numeral 24) (Corte Constitucional, 1991, p. 27).
Constitución política de Colombia (CPC). (Artículo 333, párr. 24-27)..	Establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo económico del país (Corte Constitucional, 1991, p. 124).
Ley 29 de febrero 27 de 1990 (Ley de Ciencia y Tecnología).	Es la base para constituir las incubadoras de empresas y los parques tecnológicos. La norma fomenta en Colombia la investigación científica y el desarrollo; también la promoción de empresas de desarrollo tecnológico con fundamentadas en innovación (Congreso de la República de Colombia, 1990).
Ley 1014 de enero 26 de 2006 (Ley de fomento a la cultura del emprendimiento).	Esta Ley de fomento a la cultura del emprendimiento coadyuva a crear vínculos entre el sector industrial y educativo por medio del voluntariado empresarial, porque facilita reemplazar los trabajos de grado por de planes de negocio, como opción de grado y de esta manera contribuye al desarrollo de la economía colombiana y al fomento de la cultura de la asociatividad (Congreso de la República de Colombia, 2006).

LEY/NORMA	TEMA QUE REGULA
Código sustantivo del trabajo Ley 3743 (1950) artículo 46	La cual empezó a regir el 7 de junio de 1951. 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 (Presidente de la República de Colombia, 1951, párr. 2).
CÓMO CREAR EMPRESA Sociedad por Acciones Simplificada Cámara de Comercio de Cali	Los tramites de constitución de la empresa se harán a través de la Cámara de Comercio de Cali, en donde dan toda la asesoría para dicho trámite (Cámara de Comercio de Cali, s. f.)
DECRETO 2981 DE 2013	Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo. CONSIDERANDO: Que la Ley 142 de 1994 establece el régimen general de los servicios públicos domiciliarios, incluido el servicio público de aseo (Presidente de la República de Colombia, 2013, párr. 1).
Decreto 624 de 1989.	Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales (Presidente de la República de Colombia, 1989, párr. 1).
Impuesto de Industria y Comercio	El Impuesto de Industria y Comercio se genera a las personas que realizan actividades industriales directa o indirectamente, comerciales o de servicios desarrollados de modo permanente u ocasional (Alcaldía de Santiago de Cali, 2020, párr. 5).
Decreto 410 de 1971	Por el cual se expide el código de comercio en Colombia. que empezó a regir el 16 de junio de 1971 (Código de Comercio, 1971).
Ley 99 de 1993	Crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras (Congreso de la república, 1993, párr. 1).

Fuente: (los autores)

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Los modelos metodológicos toman mucha relevancia al momento de realizar trabajos de investigación de este tipo, es importante definir una ruta y un modelo que se ajuste a las necesidades propias del estudio y de los resultados esperados.

Actualmente, se puede observar una posición más ecléctica por parte de algunos expertos, y esta tendencia se puede encontrar en algunos estudios en donde se busca dar, tanto una explicación de los hechos (enfoque cuantitativo) como una

comprensión de estos (enfoque cualitativo). Lo que puede contribuir a anular los posibles sesgos de la investigación y fortalecer el proceso investigativo (Barrentes, 2014, p. 98) citado por (Salas Ocampo, 2019, párr. 4).

El proyecto aplica un modelo mixto de investigación, ya que se afianza en términos cuantitativos y cualitativos, que permiten tener una mayor información de la percepción de los clientes potenciales de los productos a ofrecer por parte del negocio.

1.7.1 Tipo de estudio. El tipo de estudio aplicado para el proyecto es el descriptivo, ya que indaga y analiza todo lo concerniente al sector textil y en especial el mercado local como lo es la ciudad de Cali.

En los estudios descriptivos, el investigador se limita a medir la presencia, características o distribución de un fenómeno en una población en un momento de corte en el tiempo, tal sería el caso de estudios que describen la presencia de un determinado factor ambiental, una determinada enfermedad, mortalidad en la población, etc., pero siempre referido a un momento concreto y sobre todo, limitándose a describir uno o varios fenómenos sin intención de establecer relaciones causales con otros factores (Veiga Cabo, de la Fuente Díez, & Zimmermann Verdejo, 2008, párr. 16).

1.7.2 Método de investigación. El método utilizado para el proyecto fue de tipo deductivo, ya que se basa en la aplicación de experiencias dadas por otros proyectos afines, este tipo de método permite aplicar elementos con base en resultados anteriores.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información. El método de recolección usado para el proyecto será con el fin de conocer las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes, para lo cual se definió la aplicación de

una encuesta cerrada de selección múltiple, el cual permitirá conocer aspectos como entornos, tipos de actividades que desarrollan las encuestas, capacidad y frecuencia de compra entre otros aspectos.

Se presentan a continuación los tipos de fuentes de recopilación de la información.

1.7.3.1 Fuentes primarias. Se recolectará la información de manera directa a los clientes potenciales través de una encuesta aplicada a ciudadanas de la ciudad de Cali.

1.7.3.2 Fuentes secundarias. Se consultarán libros, revistas, páginas y sitios Web que precisen información relevante para el desarrollo del proyecto.

1.7.4 Tratamiento de información. Los resultados de la investigación se presentarán conforme a los requerimientos que expide la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Cali.

El tratamiento de la información está dado una vez se tome la información de los libros, revistas, sitios y páginas WEB y los resultados de las encuestas aplicadas, se hará un tabulado y un análisis de los mismos.

La interpretación de la información se basará conforme a la bibliografía consultada y a la intención de los investigadores.

1.7.5 Presentación escrita: Los resultados serán presentados con forme a las pautas dadas por la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Cali. Se hará uso de las herramientas Office Word y Excel.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

Gasto de los hogares en moda junio 2020: 1,63 billones de pesos. Moda, es una de las 6 canastas que sigue presentando caídas en términos de gasto. El gasto en moda acumulado a junio ascendió a \$10,27 billones, y sigue reflejando una disminución del 18% respecto al mismo al mismo período acumulado de 2019 (Inexmoda, 2020, párr. 3).

A pesar que en este primer semestre las ventas en el sector moda han tenido una caída sustancial, esto se le puede atribuir a todo lo generado por la pandemia mundial, sin embargo, se espera que a partir del mes de septiembre se comience a ver una mejora en el sector, aunque difícilmente podrá mejorar las cifras en comparación con años anteriores.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Para el análisis se debe tener en cuenta el código CIU designado por la DIAN para este sector de la economía nacional.

Cuadro 2. Código CIU para la cadena de valor Textil – Confecciones

CIU	Descripción
1710	Preparación e hilatura de fibras textiles
1720	Tejedura de productos textiles
1730	Acabado de productos textiles no producidos en la misma unidad de producción
1741	Confección de artículos con materiales textiles no producidos en la misma unidad, excepto prendas de vestir.
1742	Fabricación de tapices y alfombras para pisos
1743	Fabricación de cuerdas, cordeles, cables, bramantes y redes.
1749	Fabricación de otros artículos textiles ncp
1750	Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo
1810	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
1939	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano, artículos similares elaborados con materiales ncp
2430	Fabricación de fibras sintéticas y artificiales

Fuente: (Nieto & Lopez, 2017, p. 11)

La industria textil colombiana ha mantenido su crecimiento en los últimos años, permitiendo que las confecciones se destaquen de manera importante en los diferentes mercados del mundo. Marcas nacionales de vestuario son reconocidas en Estados Unidos, Europa y América Latina (El nuevo siglo, 2019, párr. 1)

La revista El nuevo siglo afirma que con esta perspectiva, se realizará la feria Colombia tex 2020 que reúne en la ciudad de Medellín, la más completa muestra de insumos textiles para los diferentes mercados (El nuevo siglo, 2019, párr. 2), con la participación de expositores de la región.

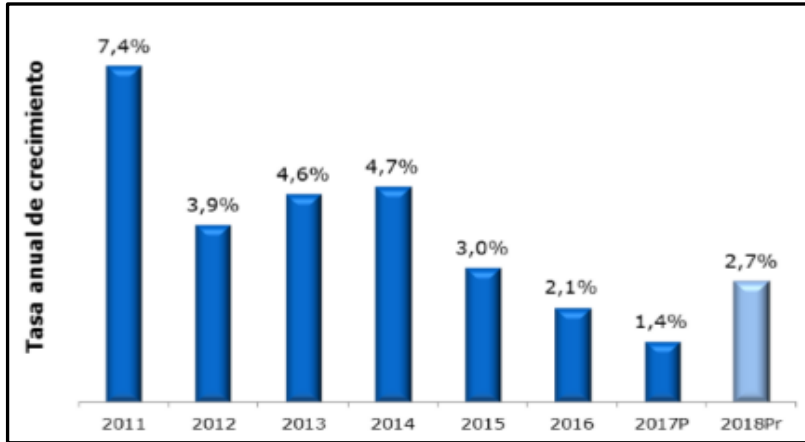
Este sector es el responsable del 15,5 % del empleo industrial, ya que entre las 450 empresas textiles y las 10.000 plantas formales de confección que operan en el país generan más de 450.000 empleos, según Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente del Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda). La actividad textil se desarrolla en todo el territorio nacional, pero las mayores concentraciones están en Medellín, Bogotá, Cali y Risaralda (Rendón Marulanda, 2014, párr. 3).

El proceso de transformación comienza desde la recepción de la fibra, llegando al producto final que es la tela, pasando por diversos procesos como es el cuidado de la fibra, el hilado y por último el tejido. En los procesos internos de la fábrica se fabrican los siguientes tejidos de punto, de algodón, de lana, sintéticos entre otros.

En el sector textil podemos encontrar variedad de productos relacionados con la industria como los tejidos, e hilazas, en productos terminados tenemos los velos, las cintas, encajes y otros productos relacionados con la misma industria.

Durante 2018, el PIB de Colombia registró un crecimiento de 2,7% respecto a 2017. Este crecimiento fue mayor al de la subregión de América del Sur que fue de 0,6% y al de países como Uruguay (1,9%) y Brasil (1,3%) (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 8).

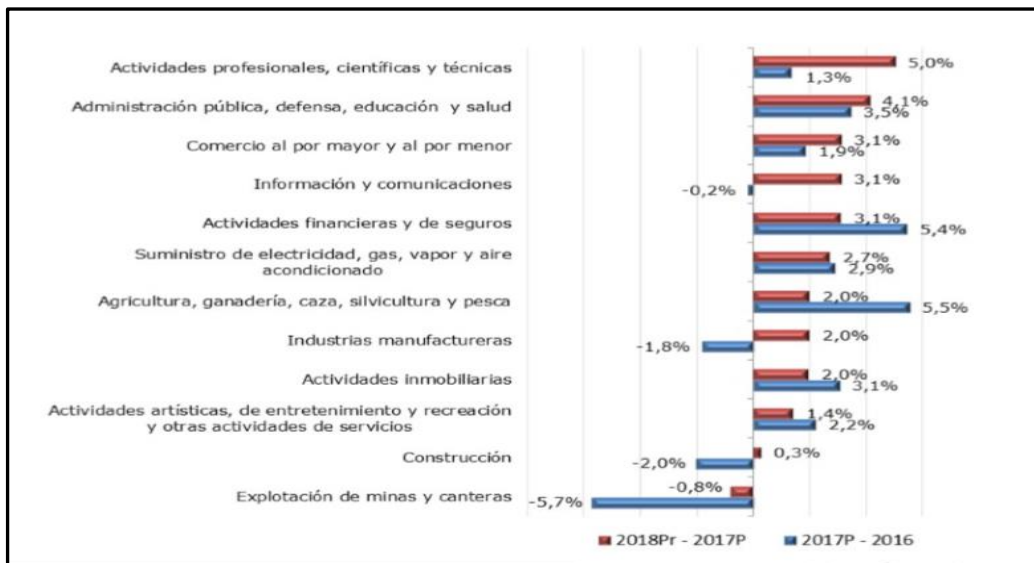
Grafica 1. Evolución Anual del Producto Interno Bruto Tasas Anuales de Crecimiento Porcentual



Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 8).

Esta dinámica se debió principalmente a los crecimientos de las ramas de actividades profesionales, científicas y técnicas (5,0%), administración pública, defensa, educación y salud (4,1%) y Comercio al por mayor y al por menor (3,1%). De las doce ramas que hacen parte del PIB solamente la rama de explotación de minas y canteras presentó un decrecimiento para el año 2018 de 0,8% respecto al mismo periodo de 2017 (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 8).

Grafica 2. Variación anual del PIB por grandes ramas de actividad económica 2017/2018

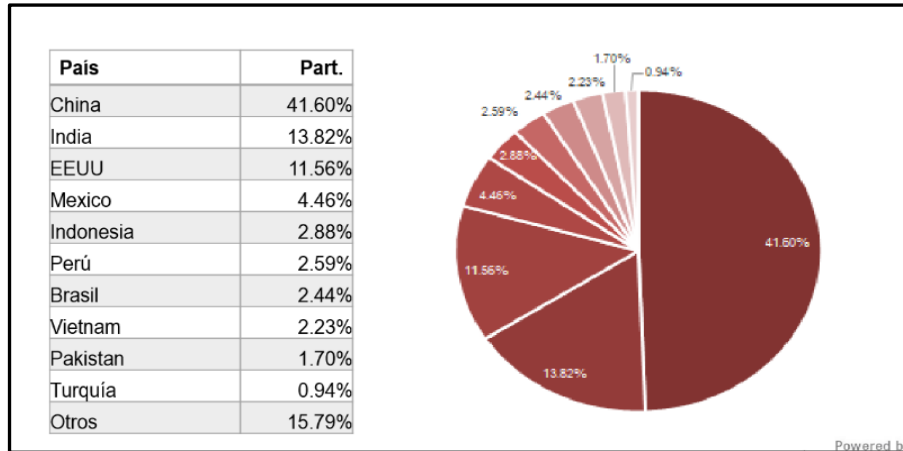


Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 9).

Para el año 2018, la industria manufacturera experimentó un crecimiento del 2,0%5 comparado con el año anterior, jalonado por el incremento de actividades económicas como: fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras la cual creció un 3,7%, elaboración de productos de tabaco; elaboración de bebidas; y elaboración de productos de alimenticios en un 3,2%, transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles creció 2,8%; la actividad de coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo contribuyo al crecimiento de la industria en un 1,3% al igual que la fabricación de productos metalúrgicos básicos en un 2,2% (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 9)

2.1.1 Mercado mundial del sector Textil. De acuerdo con la estadística de Farías (2016), el valor mundial de los 15 exportadores principales de elementos textiles en al año 2014, donde el país que ocupó el primer puesto fue China con un valor aproximado de 112.000 millones de dólares americanos. China es el principal país productor y exportador textil del mundo. Debido al rápido crecimiento de este país durante las últimas dos décadas, la industria china textil se ha convertido en uno de los pilares principales de la economía del país. Ropa, complementos para vestir, hilo textil y artículos textiles son algunos de los principales bienes exportados desde China. En 2014, las exportaciones textiles de China se valoraron en algo más de 110.000 millones de dólares estadounidenses, cifra que corresponde al 35,6% de la cuota de mercado mundial. Algunas de las competitivas ventajas que ofrece el país a la industria de la producción textil son el bajo coste y la vasta labor, los reducidos obstáculos comerciales y la disponibilidad de provisión del material. Con respecto al suministro de material, por ejemplo, China produjo cerca de 90.000 millones de metros de tela solo en 2014, y 6,5 toneladas métricas de algodón en 2014/2015, el principal productor. **(Farías Iribarren, 2016).**

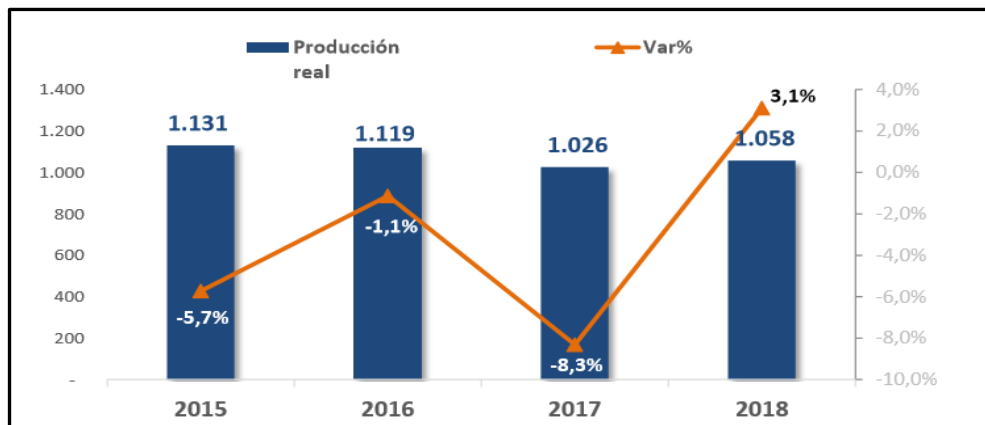
Grafica 3. Principales Países origen de Importaciones de Textil y Materias Primas en junio 2018



Fuente: (Inexmoda, 2019, p. 12)

De acuerdo con la encuesta de la industria manufacturera del DANE, durante el año 2018 la producción aumento en 3,1% en Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles (Grafica No. 4), y un 0,3% en confección de prendas de vestir (Grafica No. 5) (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 10).

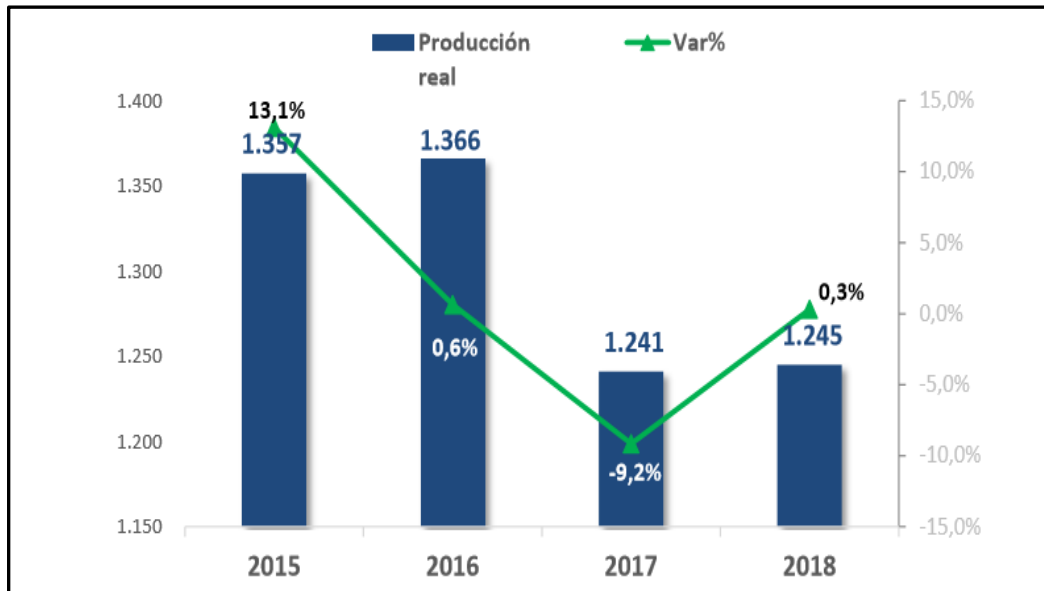
Grafica 4. Índice de Producción de Hilatura, Tejeduría y Acabado de Productos Textiles



Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 10)

El año 2018 representa un buen año de crecimiento económico para ese sector comparado con la desaceleración ocurrida en el año 2017.

Grafica 5. Índice de Producción de Prendas de Vestir

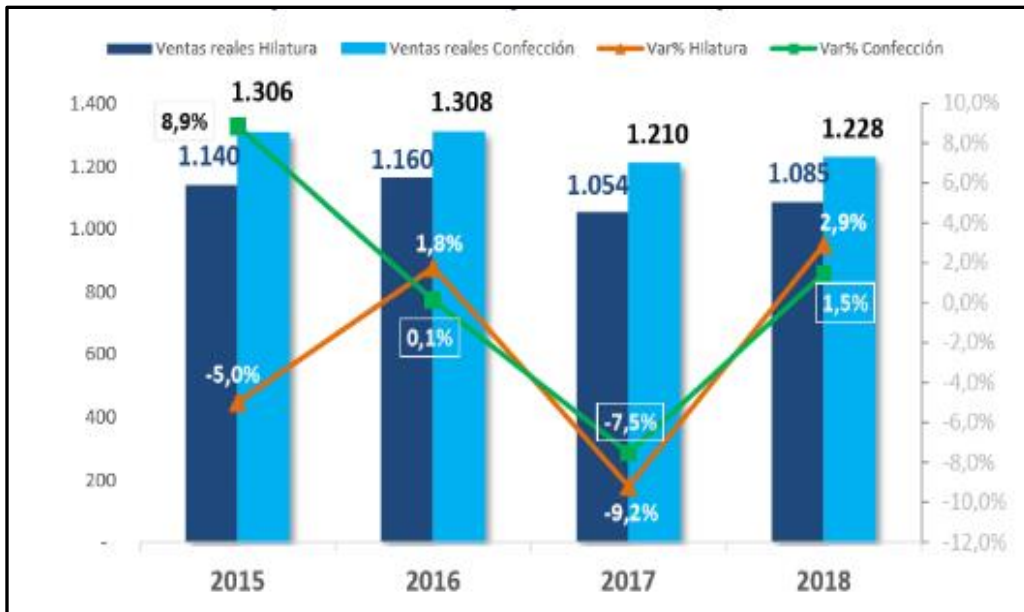


Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 11)

Tanto la producción como las ventas y las exportaciones muestran una evolución positiva frente al año anterior, esto es, las ventas de Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles se incrementaron en 2,9% mientras que para el año 2017 este índice fue negativo en -9,2%, es decir que año a año se presentó un aumento del 12,1%. (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 11).

Respecto de las ventas de Confección de prendas de vestir tuvieron un incremento del 1,5% frente al año 2017 (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 11).

Grafica 6. Índices de Venta de Producción de Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles y Confección de prendas de vestir



Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 12)

En materia de comercio exterior, de acuerdo con las cifras publicadas por el DANE (teniendo en cuenta su clasificación) las exportaciones del sector textil-confección percibieron un crecimiento en todos los subsectores durante el último año. En Fabricación de productos textiles desplegó una variación positiva de 1,1%, por otro lado, se destaca el gran crecimiento que obtuvo el subsector de confección de prendas de vestir, este fue de 9,6% (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 12).

Al igual que las exportaciones, en el capítulo de las importaciones también se resalta el crecimiento obtenido durante el año 2018, el subsector de fabricación de productos textiles (24,9%) mostro mayor crecimiento que el subsector de confección de prendas de vestir (14,5%), esto es, incrementaron en \$269 millones de dólares y \$88 millones de dólares CIF6 respectivamente (Superintendencia de sociedades, 2019, p. 12)

2.1.2 Mercado del sector textil en Colombia. *El 2017 fue un año de grandes altibajos para la industria textil colombiana. Esto debido a la gran penetración en*

el mercado de empresas extranjeras “low cost” y “fast fashion” que se viene dando en el país en los últimos años, sin embargo, la Cámara de Comercio de Medellín y la Asociación Nacional de Empresarios, expusieron cifras alentadoras acerca del movimiento textil. Según la Cámara de Comercio de Medellín, en julio del 2017 se liquidaron tan solo 36 empresas textiles, con 755 millones de pesos, mientras que se constituyeron 190, y si les sumamos a estas últimas aquellas empresas que aumentaron su capital, el número ascendería a las 218, las cuales facturaron un total de 17.306 millones de pesos (Garzón, 2018, párr. 1)

Ahora bien, además del movimiento económico, vale la pena hablar de las tendencias textiles que tuvieron un mayor auge el año pasado. Durante el 2017, se notó una conjugación en la moda, buscando mezclar varios conceptos en una sola prenda, como: la conexión entre culturas a través de tejidos multi-étnicos, las mezclas de patrones retro con mentalizados o materiales más futuristas, la fusión entre lo físico y lo digital, lo natural y lo artificial (Garzón, 2018, párr. 2).

Para el 2018 las tendencias parecen ir dirigidas hacia un público más consciente y que busca una mayor cohesión en la industria textil, es decir, que no esperan solo recibir prendas que los hagan lucir bien, sino que trascienden este 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 (Garzón, 2018, párr. 3).

Las telas inteligentes son una de las tendencias más prometedoras 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, párr. 4).

La industria textil muestra un panorama alentador para este 2018-2019, 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, párr. 5).

La industria textil es uno de los sectores más destacables de la economía colombiana, debido a que equivale al 6% del PIB y representa aproximadamente el 24% del empleo en el país. Si bien el año 2017 se mostró como un período lleno de complejidades, el 2018 parece un terreno mucho más optimista, gracias a convenios como el tratado de libre comercio con Mercosur de 0% de aranceles en importaciones y los avances en los operativos para mitigar el contrabando (Garzón, 2018, párr. 9).

La industria que más aporta para que exista generación de empleo es el sector de la confección y el textil, pero a partir de la apertura económica en el país y por la falta a de protección del sector por parte del gobierno nacional ha generado una pérdida de oportunidades, y ha generado un aumento de las importaciones que son alrededor del 90% y han disminuido las exportaciones con un 19% de participación en el mercado mundial.

Las importaciones de confecciones y prendas de vestir en Colombia subieron un 15,8 % entre enero y noviembre de 2018 frente al mismo período de 2017, según cifras oficiales reveladas esta semana por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Adicionalmente, la instancia reveló que las importaciones textiles crecieron de manera general en un 25,9 % en los primeros 11 meses de 2018, por cuenta de la falta de materias primas nacionales. Ni siquiera la alta cotización de la divisa estadounidense en los últimos 3 meses del año logró detener el ritmo de crecimiento de las compras extranjeras. El informe detalla que el 25% del total de las importaciones textiles en el país provienen de China, seguido por Estados Unidos y los países de la región. “Las importaciones hacen parte del juego de la cadena comercial...” (Gonzalez Litman, 2019, párr. 1-2-3).

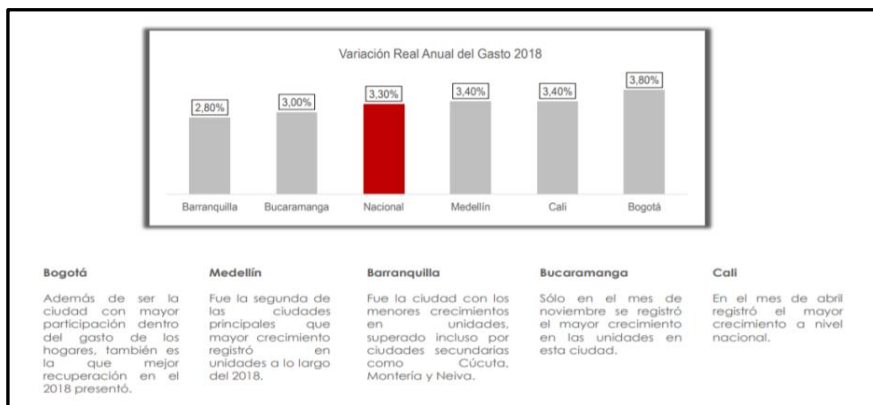
En el territorio nacional, según Inexmoda (2008) el eslabón de la industria textil se reparte principalmente entre las redes empresariales de Antioquia y Bogotá, pero a nivel general, las empresas de textiles se encuentran ubicadas en las siguientes ciudades principalmente: Medellín, Bogotá, y las otras ciudades como Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga (encolombia, 2014, párr. 1).

Por otro lado, en el departamento de Antioquia y localizadas en el Valle de Aburra se encuentran las tradicionales y antiguas empresas textileras del país, Coltejer y Fabricato Tejicondor, que trabajan a partir de algodón y sus mezclas, en las que se produce el 34% del tejido nacional (encolombia, 2014, párr. 2).

La ciudad de Medellín concentra el 38% de la producción textil, se especializa en textiles de algodón, mezclas con poliéster, lanas técnicas para prendas, hogar y usos técnicos de telas en plano y punto. Por otro lado, Ibagué produce el 5% de los textiles del país, Cali es el tercer centro de producción de confecciones, y representa el 2% de la producción de textiles nacionales, mientras que Pereira concentra el 2% de la industria textil (encolombia, 2014, párr. 7).

En la siguiente gráfica se observa el Análisis de Crecimiento en Compra a Nivel Nacional, sobre los textiles que son usados en la confección de las prendas que se ofertan.

Gráfica 7. Análisis de Crecimiento en Compra a Nivel Nacional



Fuente: (Inexmoda, 2019, p. 9)

Aunque en la actualidad el mercado está requiriendo prendas textiles que vayan más allá de los básicos (índigo, driles), los costos que se presentan en muchos casos para lograr telas más suaves y con mayor tacto o apariencia, son significativos debido a todos los procesos de acabados químicos y físicos, a los que se debe someter el producto para aumentar la funcionalidad de la tela y hacerlos más agradables a la hora de usarlos. En el caso de los materiales químicos necesarios para lograr acabados anti bacteriales o distintas texturas de la tela, son bastante altos y onerosos, lo que implica que muchos productos de valor agregado se desarrollen para mercados específicos como el militar o institucional. Dentro de este segmento, se encuentran principalmente empresa de los siguientes departamentos (encolombia, 2014, párr. 37):

Cuadro 3. Porcentaje de ventas de grandes textilerías por departamento 2008

Departamento	% mercado de textiles en el segmento
Antioquia	60,3%
Bogotá D.C.	33,0%
Cundinamarca	6,7%

Fuente: (Encolombia 2020)

La empresa más importante del país es Textiles Fabricato Tejicóndor, que para el año 2008, registró ingresos por el orden de los \$ 579.700 millones de pesos y cuenta con activos que superan los \$ 1.2 billones de pesos. Sus filiales conforman desde el año 2002, un grupo empresarial dedicado al negocio textil, resultado de la fusión de dos de las empresas textiles más tradicionales del país: Fábrica de Hilados y Tejidos el Hato (Fabricato) y Textiles El Cóndor (Tejicóndor) (encolombia, 2014, párr. 38).

Esta cuenta con 5 plantas de producción a nivel nacional, ubicadas cuatro de ellas en el departamento de Antioquia, en los municipios de Bello con dos plantas,

Barbosa con una planta y Rionegro con una planta; y a partir de 2005, cuenta con una planta en la ciudad de Ibagué en el departamento de Tolima. Así mismo, a nivel internacional, la empresa posee plantas en los países de México, Venezuela y Ecuador (encolombia, 2014, párr. 40).

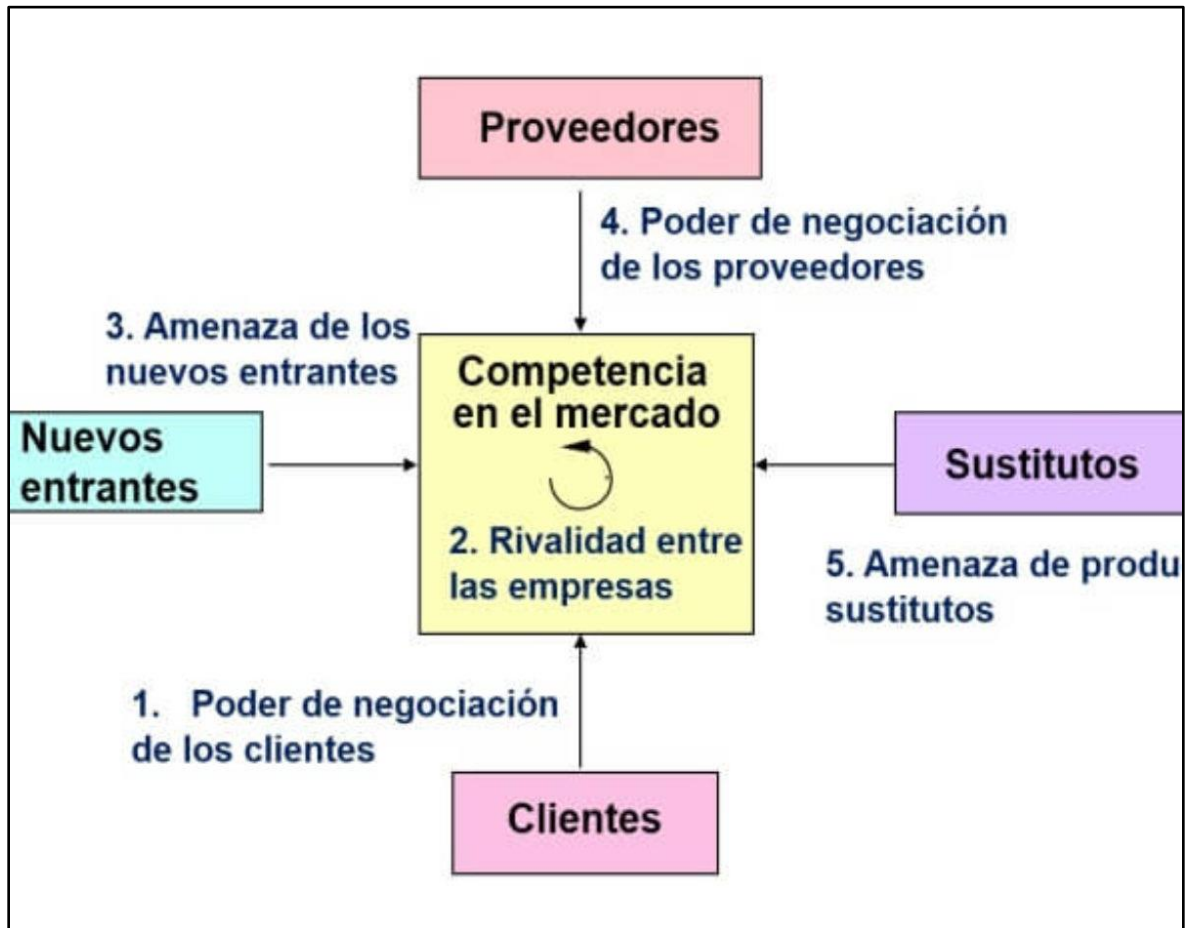
En el departamento de Antioquia, está la segunda empresa más grande del país que es la Compañía Colombiana de Tejidos S.A. – Coltejer, y que registró para 2008, ingresos de \$ 178.980 millones y activos totales de \$ 615.000 millones. Fundada en 1907, Coltejer señala el comienzo de una época propicia para la incursión de la industria textil en el país. En la actualidad la compañía procesa anualmente 30.000 toneladas de fibra (algodón, poliéster, lino y nylon) en 186.776 husos y produce 100 millones de metros cuadrados de tela en 1.305 telares (encolombia, 2014, párr. 41).

En lo que a la diversificación se refiere, Coltejer se involucra en la producción de insumo para el sector de confecciones en general, y cuenta en su haber, con más de 60 comercializadores de su producto a nivel nacional, en ciudades como Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Medellín, Ibagué y Pereira entre otras. Así mismo, esta empresa fue en 2008, comprada por el grupo Kaltex de México (encolombia, 2014, párr. 42)

2.1.3 Análisis del sector bajo la herramienta de las 5 fuerzas de Porter. Es muy importante en el desarrollo del trabajo, el análisis de las estrategias para lograr los resultados esperados en los objetivos específicos, reflejado en las ventas y los servicios en ventas, de allí la importancia del análisis de las fuerzas de Porter.

En el mercado de productos del sector de ropa para dama, existen en el mercado un gran número de empresas que elaboran y distribuyen en diferentes sitios de la ciudad, empresas grandes, medianas y pequeñas de allí la importancia de que el producto final sea de excelente calidad.

Figura 1. Fuerzas de Porter



Fuente: (Riquelme Leiva, 2015, fig. 1)

- **Análisis de Fuerzas de Porter Rivalidad entre competidores.** A continuación, se presenta el análisis del negocio basado en las 5 fuerzas de Porter.
- **Amenaza de competidores nuevos que ingresan al mercado.** Hay empresas que compiten directamente en el mismo sector, ofreciendo variedad de productos, es un sector que ofrece posibilidades de innovación día a día, con recursos nuevos, aplicación de nuevas tecnología y capacidades de profesionales que están a la vanguardia de la moda en el mercado femenino.

Es por eso por lo que se debe estar analizando y estudiando la competencia donde nos permita realizar comparaciones ayudándonos a generar nuevas estrategias y ventajas competitivas que pueda ofrecer nuestra empresa en el mercado de la ropa

Es muy importante la ubicación de la empresa en el mercado donde vamos a situarnos, la poca existencia de competencia o la nula nos da una gran ventaja porque nos permite posicionarnos en el sector y evitaríamos que entraran nuevas empresas en el sector textil. También se tendría en cuenta lo siguiente:

- Barreras de entrada: Permite establecer nuevas estrategias apoyadas por la innovación.
- Diferenciar los productos al final del proceso: Calidad buena y excelente servicio.
- Valor de la marca: Identificación de la marca o de la ropa en el mercado seleccionado.
- Ventajas en el costo, estas ventajas se observan en el costo de producción del producto.
- Mejoramiento de la tecnología: Con los equipos modernos que hay en el mercado nos permite desarrollar nuevos productos de excelente calidad.

La rivalidad en la competencia aumenta de acuerdo con la existencia de estos, a medida que se vayan igualando en la producción y la capacidad instalada se van nivelando los precios del mercado.

- **Amenaza de productos sustitutos.** En el mercado de los textiles existen otras empresas que tiene productos sustitutos, lógicamente existen variedades diferenciales como por ejemplo los estilos, colores, calidad y precios, todo lo anterior depende de las preferencias de las clientes y de su presupuesto.
- **Poder de negociación con los proveedores.** De acuerdo con el análisis en los procesos de negociación con los proveedores de textiles de ropa para dama, podemos generar estrategias entre los proveedores para llegar a mejores acuerdos con ellos.

En el proceso de negociación con los diferentes proveedores de las materias primas de ropa para dama, podemos beneficiarnos en cantidad en su mayoría indiferenciados.

Se debe tener en cuenta la variedad de los productos, la calidad teniendo en cuenta la variedad en productos sustitutos de menor o mayor costo.

2.2 ESTRUCTURA DE MERCADO

En este capítulo mencionamos los diferentes sistemas económicos de las empresas de libre mercado y libre empresa, y analizaremos los diferentes elementos de la demanda y de la oferta.

2.2.1 Análisis de la demanda. El mercado potencial para el negocio se encuentra en la ciudad de Santiago de Cali, esta ciudad se caracteriza por tener mujeres que se preocupan mucho por su presentación personal, de hecho, el clima cálido de la ciudad y la activa participación de las mujeres en el mercado laboral hace que las damas compren ropa para sus diferentes actividades.

Cuadro 4. Datos estadísticos población en Cali

1.2.3 Proyecciones de población por grupos de edad y sexo, en Cali 2016 – 2018

Edad	2016			2017			2018		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Total	2,394,925	1,144,848	1,250,077	2,420,114	1,156,839	1,263,275	2,445,405	1,168,899	1,276,506
0 - 4	176,727	90,385	86,342	177,030	90,492	86,538	177,507	90,734	86,773
5 - 9	178,068	90,703	87,365	178,250	90,780	87,470	178,357	90,755	87,602
10 - 14	184,490	93,223	91,267	184,729	93,466	91,263	185,295	93,887	91,408
15 - 19	198,029	100,271	97,758	196,974	99,580	97,394	196,525	99,210	97,315
20 - 24	205,990	104,490	101,500	205,830	104,412	101,418	205,204	104,039	101,165
25 - 29	201,089	100,839	100,250	202,681	102,011	100,670	204,291	103,106	101,185
30 - 34	193,358	93,813	99,545	194,685	95,073	99,612	195,640	96,224	99,416
35 - 39	175,349	83,422	91,927	179,017	85,251	93,766	182,404	87,020	95,384
40 - 44	154,782	72,893	81,889	157,335	74,154	83,181	160,575	75,703	84,872
45 - 49	152,289	69,909	82,380	151,075	69,582	81,493	150,011	69,354	80,657
50 - 54	149,246	67,210	82,036	150,358	67,720	82,638	150,633	67,847	82,786
55 - 59	126,048	55,106	70,942	130,927	57,405	73,522	135,456	59,581	75,875
60 - 64	97,843	41,977	55,866	101,966	43,578	58,388	106,150	45,232	60,918
65 - 69	72,962	30,880	42,082	76,368	32,166	44,202	79,891	33,490	46,401
70 - 74	51,323	21,193	30,130	53,755	22,078	31,677	56,414	23,025	33,389
75 - 79	38,168	14,476	23,692	38,779	14,756	24,023	39,417	15,052	24,365
80 y +	39,164	14,058	25,106	40,355	14,335	26,020	41,635	14,640	26,995

Fuente: Proyecciones de población municipal 2005-2020 / DANE

Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016).

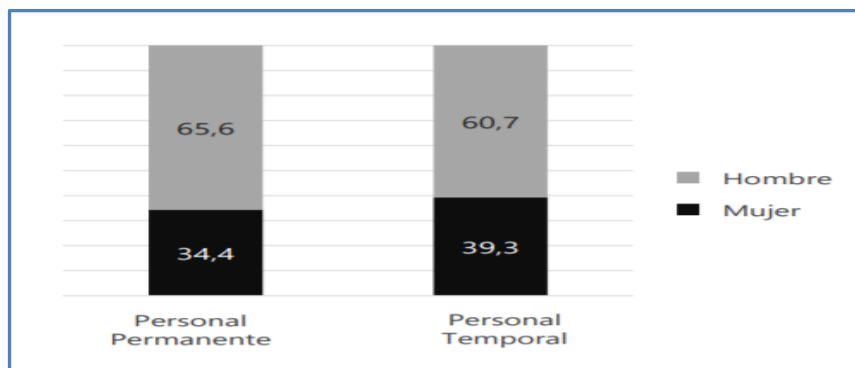
Según el cuadro anterior, Cali cuenta con un aproximado de 1´276.506 mujeres, de las cuales 855,723 oscilan entre los 15 y 59 años de edad. Este tipo de población femenina es la que estaría considera como los posibles clientes a ofrecer los productos.

El negocio tiene muchas probabilidades ya que la ciudad cuenta con un gran número de habitantes mujeres que sin lugar a dudas estarían en condiciones de adquirir una prenda, se espera atacar por lo menos el 2% del total de la población la cual es estimada en 17,114.

Moreno (2016) en el proyecto de investigación “SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: UN ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ENTRE LOS AÑOS 2008 a 2014”, cita a Sanchez (2013) *El sector textil en Colombia ha sufrido diferentes cambios en los últimos años debido a factores como son la revaluación del peso frente a divisas estadounidenses, incremento de la participación de este*

mercado mundial de China, crisis comerciales entre países como es el caso con Venezuela, caída de la demanda por causas del contrabando proveniente especialmente de países asiáticos, débil producción del algodón y fibras sintéticas, bajo nivel de productividad empresarial, bajo nivel de productividad e innovación empresarial, la caída de la producción y el dumping entre otros afectos; sin embargo pese a estos inconvenientes ha mostrado tendencia al crecimiento aunque un poco moderado se ha venido dando siendo el sub sector de la confección el que mayor aporta al sector el general (Moreno Velasquez, 2016, p. 14).

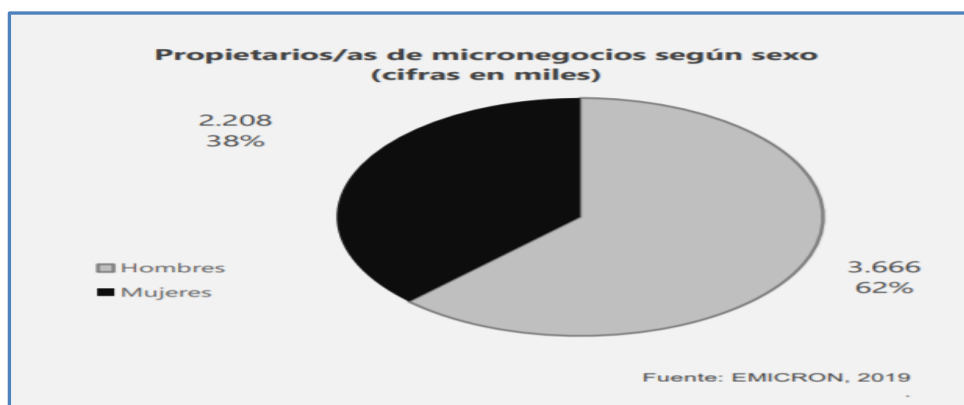
Grafica 8. Personal temporal y permanente en el sector manufacturero según sexo (%)



Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2020, p. 30)

En el sector manufacturero el porcentaje de mujeres dentro del personal temporal es más alto que dentro del personal permanente en el 2018.

Grafica 9. Propietarios/as de micro negocios según sexo

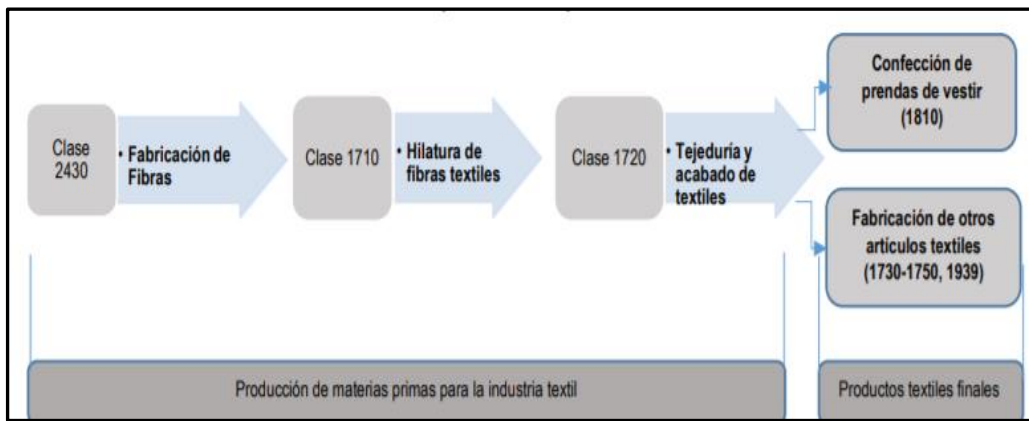


Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2020, p. 31)

En Colombia en 2019 el 62,7% de los propietarios de los micronegocios fueron hombres, mientras que el 38% fueron propietarias mujeres.

De acuerdo con los gráficos podemos observar que existe un crecimiento en el mercado laboral femenino aumentando la necesidad de la utilización de prendas femenina, no está incluida información de labores de amas de casa y otras.

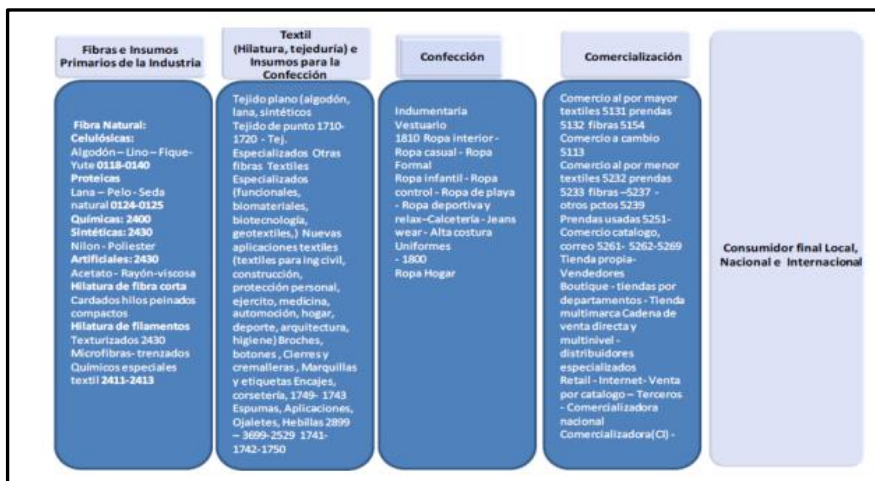
Figura 2. . Clases CIU en el Proceso de Producción Textil – Confecciones



Fuente: (García Acosta, 2018, p. 11)

El siguiente gráfico muestra la cadena de valor del desarrollo y estructura del sector:

Cuadro 5. Cadena Productiva Sector Textil y Confección en Colombia



Fuente: (Moreno Velasquez, 2016, p. 15)

2.2.2 Análisis de la oferta. “El análisis de la oferta en el desarrollo del estudio de mercado es muy relevante porque nos permite determinar la posible competencia en el mercado y los nuevos que posiblemente puedan entrar a competir” (Kotler, 2007)

En la ciudad de Santiago de Cali existen variedad de empresas donde se puede encontrar ropa para dama, de diferentes calidades y estilos de acuerdo con la solicitud de la clienta, como por ejemplo vestidos, blusas. Pantalones, chaquetas entre otras prendas. De allí la importancia de vender con excelentes precios y de buena calidad que permita que las clientas se fidelicen con nuestra empresa.

El mercado al cual se dirigirá el producto a mujeres residentes en la ciudad de Cali, preferiblemente de 20 años en adelante, especialmente mujeres que estén activas en lo laboral, que busquen identificarse con una buena imagen equilibrada, serias y ejecutivas, mujeres que aparte de la prenda busquen un valor agregado en los productos que compran, valorando la calidad y los diseños escogidos.

Se justifica en la escogencia del mercado objetivo por que se analiza las condiciones del mercado en la actualidad, como se ha expresado en puntos anteriores el sector textil en el país y las regiones presenta un crecimiento recuperando espacios en el contexto nacional como internacional, es por lo que hemos tenido el deseo de iniciar nuestro proyecto de emprendimiento en el municipio de Santiago de Cali, y además es una región que gusta mucho el tema de las prendas femeninas y la moda en general.

En el Valle del Cauca el sector de los textiles y las confecciones han reactivado la economía, siendo protagonistas en este proceso industrial del departamento estando por encima de Bogotá y Medellín. En comparación con otros años en el año 2019 la variedad de productos de ropa para dama ha mejorado notoriamente primero por la variedad de los productos y segundo los precios que son asequibles para la adquisición de las prendas.

Cuadro 6. Población de Mujeres en la Ciudad de Santiago de Cali

COD. DPTO		NOMBRE DPTO		COD. MPIO	NOMBRE MPIO	SEXOS	2018	2019	2020	2021
Proyecciones de Población										
Proyecciones de Población 2018-2023, total municipal por área y sexo										
Junio 30										
							TOTAL			
76	Valle del Cauca	76001	Cali			AMBOS SEXOS	2.227.642	2.241.491	2.252.616	2.264.748
76	Valle del Cauca	76001	Cali			HOMBRES	1.042.615	1.047.385	1.050.869	1.052.085
76	Valle del Cauca	76001	Cali			MUJERES	1.185.027	1.194.106	1.201.747	1.212.663
76	Valle del Cauca	76020	Alcalá			AMBOS SEXOS	14.062	14.189	14.295	14.375
76	Valle del Cauca	76020	Alcalá			HOMBRES	7.076	7.140	7.192	7.214
76	Valle del Cauca	76020	Alcalá			MUJERES	6.986	7.049	7.103	7.161
76	Valle del Cauca	76036	Andalucía			AMBOS SEXOS	22.436	22.515	22.594	22.716
76	Valle del Cauca	76036	Andalucía			HOMBRES	10.884	10.908	10.933	10.954
76	Valle del Cauca	76036	Andalucía			MUJERES	11.552	11.607	11.661	11.762
76	Valle del Cauca	76041	Ansermanuevo			AMBOS SEXOS	17.448	17.348	17.316	17.409

Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2020)

De acuerdo con el censo del DANE para la ciudad de Cali, podemos observar que existen 1.201.747 mujeres, para el año 2020.

El repunte industrial que vive el departamento. Panorama del sector. Fibras, suéteres, prendas interiores y ropa en general, son los productos que hacen parte de este sector, que lleva cuatro años seguidos creciendo a tasas positivas durante los primeros trimestres. Los diseños innovadores, sumados a una mano de obra experimentada y elevados niveles de productividad han permitido que este sector se consolide y sea el protagonista del actual repunte industrial que vive el departamento. Y es que la producción de confecciones en la región viene mostrando tasas positivas desde el 2011 (Revista Acción, 2014, párr. 1).

Según la Muestra Trimestral Manufacturera del DANE, durante el primer trimestre de 2014 creció 11,5% respecto al mismo período en el 2013 (Gráfico 10).

Grafica 10. Variación (%) anual de la producción real sector confecciones Cali

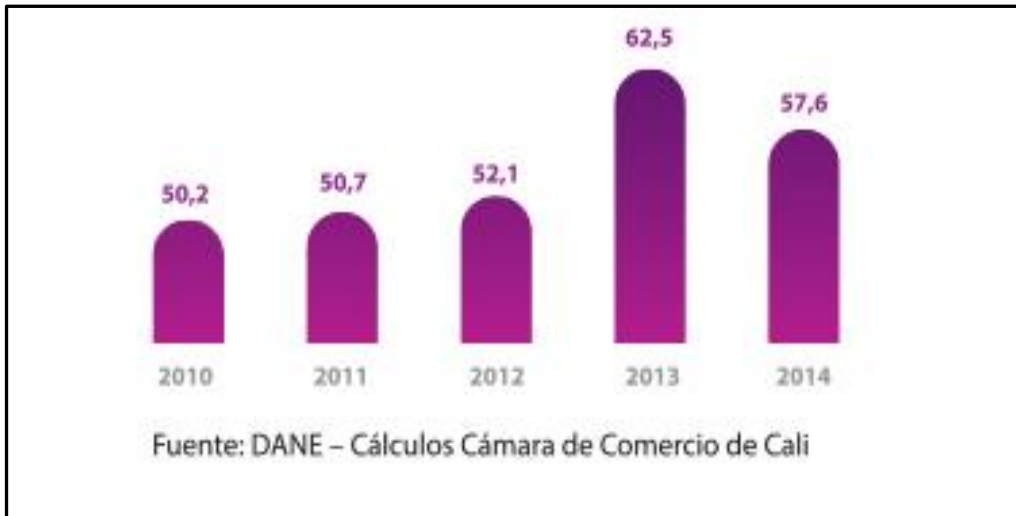


Fuente: (Revista Acción, 2014)

También se destaca el buen comportamiento del comercio de vestuario que según la firma Radar, presentó un crecimiento en las ventas de 7,0% en el mes de junio del 2014 respecto al mismo mes en el 2013. Parte de estos resultados también se debe a las políticas diseñadas por el Gobierno Nacional para consolidar este sector, como el Decreto 074 de 2013 mediante el cual se subió la tarifa arancelaria a la importación de prendas durante un año. Al finalizar el período de vigencia del decreto, el empleo en el sector se incrementó 21,9% durante el 2013. Debido a los resultados se extendió por dos años más la vigencia de este (Revista Acción, 2014, párr. 1).

Potencial exportador: En cuanto a la actividad de comercio exterior, durante el primer semestre del 2014 el Valle del Cauca exportó USD 57,6 millones, USD 7 millones más que en el mismo período del 2010 (Gráfico 11) (Revista Acción, 2014, párr. 2).

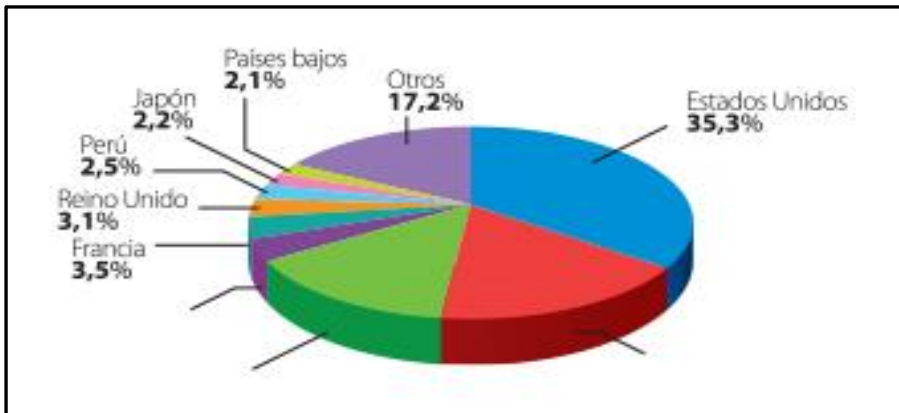
Grafica 11. Exportaciones Textiles y Confecciones del Valle del Cauca (Millones USD FOB) Enero-junio-2014



Fuente: (Revista Acción, 2014)

Estas cifras ubican al Departamento en la tercera posición en el ámbito nacional con 9,9% del total exportado, superado por Antioquia (43,2%) y Bogotá (26,5%). El principal destino de las exportaciones de textiles y confecciones del Valle del Cauca durante el primer semestre del 2014 fue Estados Unidos (35,3%). Cabe destacar que, entre las principales posiciones, también se encuentran los miembros de la Alianza del Pacífico: México y Perú, que, en conjunto, representan 19,0% de las exportaciones del sector (Gráfico 12) (Revista Acción, 2014, párr. 2).

Grafica 12. Exportaciones del Valle del Cauca de Textiles y Confecciones por Destinos



Fuente: (Revista Acción, 2014)

Los principales productos exportados por los empresarios del Departamento a Estados Unidos son suéteres, bolsos de mano, pantalones para mujeres y fajas (cuadro 7):

Cuadro 7. Principales productos exportados desde el Valle del Cauca a Estados Unidos Enero – junio 2013 -2014 USD Millones

Descripción	2013	2014
Suéteres	5,7	6,0
Bolsos	4,2	2,7
Pantalones largos	2,9	2,4
Fajas	1,6	1,7
Tiranles, ligas y artículos similares	1,8	1,6
Abrigos	1,5	1,4
Camisetas interiores de punto	1,1	1,2
Sostenes	1,0	0,9
Vestidos de baño	2,8	0,7
Sombreros	0,4	0,4
Salto de cama	0,1	0,2
Interiores para hombre	0,2	0,1
Camisas de algodón	0,4	0,1
Total	23,7	19,4

Fuente: (Revista Acción, 2014)

El empleo, por su parte, ha presentado crecimientos positivos desde 2013 (Gráfico 13).

Grafica 13. Variación (%) anual personal ocupado del sector confecciones Cali 2008-2014



Fuente: (Revista Acción, 2014)

Se espera que gracias a la extensión del decreto 074 y a los diversos tratados comerciales, durante el año 2015 se mantengan los crecimientos en ocupación y producción a tasas superiores a los resultados en 2013 y 2014. Entre las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Cali, 2,3% corresponden al sector de textiles y confecciones, de las cuales el 98,7% se encuentran clasificadas como microempresas o pequeñas empresas (Revista Acción, 2014, párr. 3).

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Partiendo de una buena presentación y excelente calidad de nuestro producto vamos, donde utilizaremos materia prima de excelente calidad, marcando la diferencia en la ciudad. Realizaremos el análisis de las 4Ps así:

- ✓ **Producto.** Una nueva alternativa a las clientes, crearemos una nueva expectativa de un producto que satisfaga sus gustos y que se sienta bien en él momento en que la usen. dando seguridad de sentirse bien vestidas.

Es muy importante tener en cuenta las características del producto, porque esas son las que marcan la diferencia en el mercado, además porque es la huella que como empresa imprimimos a nuestras clientas:

- **El Diseño.** Dentro del proceso productivo es muy importante porque es aquí donde podemos hablar de la comodidad del cliente, además de un producto práctico y diferente de los que existan en el mercado.
- **La Calidad.** Es proceso clave dentro de la producción de las prendas, pero la calidad comienza desde el momento en la selección de la materia prima, los procesos, la organización, la atención al cliente. Es un proceso que abarca a toda la organización, todo se refleja en la rentabilidad financiera, en el ambiente laboral, en las clientes y en las relaciones interpersonales.
- **La Innovación.** En la Diversidad encontramos el mejoramiento continuo y con la aceptación de la marca en el mercado la organización crece comercial y financieramente, de allí la importancia de la innovación porque vamos a la vanguardia de la moda y de los gustos de los clientes.
- **La Presentación.** En la selección del producto es muy importante la parte visual, allí es donde el cliente comienza con la aceptación y el gusto del producto, porque si es de buena aceptación, el producto comienza a posicionarse mentalmente y para el cliente será de fácil recordación, aceptación y de compra.
- **La Identidad del Producto.** Para que el producto sea identificable en el mercado es muy importante su sello personal y es un referente con otras para identificarlo con otras marcas en el mercado. De allí la importancia de la identidad del producto siendo un referente visual en su calidad del proceso. De la identidad del producto depende que el cliente se convenza de que está adquiriendo la mejor prenda del mercado.
- ✓ **Precio.** En la fijación de los precios se debe tener en cuenta los precios de la competencia, y también los precios de los medianos y pequeños almacenes, adicionalmente se incluye también los costos de los materiales e insumos que se utilizarían en el producto final.
- ✓ **Promoción.** La ropa para mujer es un producto que se encuentra en el mercado por eso es muy importante saber llegar al cliente, se puede utilizar puntos de ventas para atender directamente a nuestros clientes, visitas personalizada a través de empleados debidamente capacitados donde pueden ofrecer el

portafolio de la empresa dando a conocer la marca en el sector. También se puede utilizar las visitas a diferentes distribuidores para que ellos también puedan comercializar nuestra firma.

También tendremos en cuenta las diferentes promociones que se pueden hacer por la temporada, aprovechando descuentos, manejo de los precios, se puede dar a los clientes elementos que ayuden a recordar la marca.

Adicionalmente se deben utilizar los medios informáticos como son: WhatsApp, Instagram, Celulares, Páginas Amarilla, páginas Web, Internet, también podemos utilizar catálogos que se pueden destruir a través de los diarios locales.

- ✓ **Plaza.** La comercialización se hace en el municipio de Cali, donde se ubicará el punto de venta el sitio estratégico, donde serán atendidos por personas calificadas para recibir las inquietudes de los clientes, también los puntos quedarán cerca de las partes donde hay mayor flujo de personas para que les quede asequible para que puedan realizar la compra.
- ✓ **Logotipo.** A continuación, se presenta el logotipo sugerido para la marca de la empresa:

Imagen 1. Logotipo



Fuente: Autoría propia

- ✓ **El logo.** Se identifica como *Fashions Store Colors* se tiene en cuenta la presentación de la imagen femenina en el ambiente de la moda donde el producto será el actor principal.
- ✓ **El Slogan.** Al crear una empresa dedicada en la elaboración de ropa femenina, buscamos resaltar la feminidad de la mujer con unas prendas delicadas para ellas. Y que se sienta bien en la utilización de las prendas elaboradas. **“Mujer siempre linda, viste a la moda”**
- ✓ **Portafolio de productos.** A continuación se muestra por imágenes el portafolio de productos:

Imagen 2. Blusa de mujer



Fuente: (Heyoch, 2019)

Imagen 3. Falda de mujer



Fuente: (Styleonme, 2020)

Imagen 4. Blusa y pantalón



Fuente: (divinaejecutiva, 2018)

Imagen 5. Pantalón de mujer



Fuente: (Vanegas Orrego, 2017)

Imagen 6. Vestido elegante de mujer



Fuente: (Calegari, 2019)

2.3.1 Clientes. La ubicación de la fábrica será en la ciudad de Santiago de Cali, y tendrá oficinas de atención al cliente, en horarios establecidos por la empresa,

atendidos por personas debidamente capacitadas para esta función. Se atenderán a los distribuidores y los clientes de nuestros productos.

Cuadro 8. Empresas comercializadoras de ropa de mujer

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO
UNIPUNTO	CALLE 5 # 19 -34	(2) 4894129
ELA	C.C. Unicentro, Paso Ancho #5-169 Local 606	(2) 4850651
CHAZARI	Calle 9 #20-67	(2) 5584790
ÉXITO SAN FERNANDO	Calle 5 38D - 35	(2) 4897666
FALABELLA	www.falabella.com	Cali

Fuente: elaboración propia

2.3.2 Análisis de la competencia. Frente al punto si bien existen muchos negocios dedicados a la confección y venta de ropa para dama al por mayor y al detal, los investigadores hacen mención a algunos que podrían definirse como competidores directos, ya que son talleres pequeños y fabrican ropa para ser vendidas a pequeña escala.

A continuación, se presentan algunos negocios definidos como competidores directos:

Cuadro 9. Relación de competidores

Almacén	Ubicación	Tipo de productos	contacto
Vamos	Cetro comercial Único	Ropa para dama	4313131
Atuendos	Av. 2N 4-26	Ropa para dama	6588348

Almacén	Ubicación	Tipo de productos	contacto
Caribbean Fashion	Cl 14 No 8807419	Ropa para dama	8807419
Elsy	Cl 6 No 30-24	Ropa para dama	5542986
Tropos	Cra 7 No 13-70	Ropa para dama	8882208
Creaciones Britmar.	C.Cial. Chipichape	Ropa para dama	6607812
Seven	C.Cial. Único	Ropa para dama	https://www.sevenseven.com/
Taller Sofí	C.Cial. Único	Ropa para dama	Calle 52 Nro. 4- 12 Barrio el Sena
Stop	Cosmocentro	Ropa para dama	Calle 5ª CARRERA 50
Ella	C.Cial. Único	Ropa para dama	https://www.ela.com.co/

Fuente: (los autores)

Estos son algunos de los almacenes y talleres más significativos como competidores de la empresa, es claro indicar que, aunque son muchos los negocios que existen, la tipología de ropa a ofertar y el tipo de cliente coinciden con los competidores relacionados.

Analizamos los precios de Blusas, Conjuntos, Camisas, Pantalones, y faldas, y comparamos con los que se encuentra en el mercado, donde de acuerdo con el análisis que realicemos nos sirve para tomar la decisión de elaborar el proyecto:

Cuadro 10. Precios competencia

ALMACEN	ROPA DAMA	PRECIO EN PESOS
1	BLUSAS	30.000
	PANTALONES	42.000
	FALDAS	65.000
	VESTIDOS	95.000
2	BLUSAS	110.000
	PANTALONES	99.000
	FALDAS	80.000
	VESTIDOS	140.000
3	BLUSAS	56.000
	PANTALONES	136.000
	FALDAS	169.000
	VESTIDOS	190.000
4	BLUSAS	35.000
	PANTALONES	55.000
	FALDAS	46.000
	VESTIDOS	50.000
5	BLUSAS	50.000
	PANTALONES	90.000
	FALDAS	59.000
	VESTIDOS	90.000

Fuente: Autoría Propia.

2.3.3 Diseño de la investigación.

- **Método de la encuesta.** Después de conocer el mercado objetivo donde va dirigido nuestra investigación de emprendimiento y conociendo el sector y la evolución que ha tenido a través del tiempo, hemos decididos hacer unas encuestas donde formularemos una serie de preguntas dirigidas a las mujeres, para conocer su percepción y la aceptación del producto que vamos a ofrecer.

La encuesta tiene preguntas fáciles donde las personas encuestadas puedan responder fácilmente, se hará personalizada, verbal y escrita y está estructurada de acuerdo con la estandarización de la recolección de los datos.

- **Cálculo del tamaño de la Muestra.** Para cuantificar la demanda del producto X, debemos realizar el proceso de encuestas, donde analizaremos la aceptación de nuestro producto a través de las respuestas dadas por las personas que realizaron el documento. Para tener un producto de buena aceptación en el mercado. Para saber el tamaño de la muestra tomamos la población femenina de la ciudad de Santiago de Cali para el año 2020, utilizamos a la siguiente fórmula para llevar el estudio a unos datos más aproximados a la realidad. Para determinar el mercado global se toman los siguientes Valor del mercado global.

Cuadro 11. Fórmula maestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

Fuente: (SurveyMonkey, 2020)

Aplicando la formula tenemos:

$$n = \frac{1.201.747 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 (1.201.747 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95} = 142$$

- **Tamaño del mercado particular.** Aplicada la formula realizaremos 142 encuestas a los diferentes sitios de la ciudad y podremos determinar la forma de negociación y los gustos de las damas de la ciudad de Cali

Cuadro 12. Encuesta

**UNIVERSIDAD FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

La presente encuesta ayudara a determinar la aceptación de las prendas femeninas en el mercado, de acuerdo con lo anterior se debe responder con la seriedad, responsabilidad y honestidad las preguntas enunciadas, tomaremos unos 10 minutos de su tiempo.

1. ¿De las siguientes marcas cual prefiere usted?

- Pat Primo _____
- Estudio F _____
- Ella _____
- Emporium _____ -Otra _____

2. ¿De los siguientes factores, para usted cual es el más relevante cuando va a realizar la compra de su prenda?

- Precio _____
- Calidad _____
- Marca _____
- Moda y Tendencia _____
- Diseño _____

3. ¿En dónde adquiere sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)

- Puntos de Ventas _____
- A través de Internet _____
- Catálogos de Revistas _____
- Centros Comerciales _____
- Almacenes de Cadena _____

4. ¿Con que Frecuencia compra usted sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)

- Semanal _____
- Mensual _____
- Quincenal _____
- Anual _____

5. ¿De las siguientes motivaciones enunciadas, cual le llama la atención cuando va a realizar la compra de sus prendas femeninas?

- Necesidad _____
- Moda _____
- Gusto _____

6. ¿De acuerdo con su estilo de vestir, con cual opción se siente identificada?

- Tradicional _____
- Juvenil _____
- Ejecutiva _____
- Formal _____
- Informal _____
- Deportiva _____
- Otra. _____

7. ¿La ropa para el trabajo que usted necesita la ubica fácilmente en algún almacén específico?

Si. _____ No. _____

8. ¿Cuándo realiza la compra de la prenda, el promedio de pago se ubica en el rango de?:

- 40.000 y 60.000 _____
- 61.000 y 90.000 _____
- 91.000 y 120.000 _____
- 121.000 y 150.000 _____
- 151.000 y 200.000 _____
- Más de 200.000 _____

9. ¿Cuándo realiza la compra, cuantas prendas promedio lleva?

1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____, Más _____

10. ¿De acuerdo con las prendas que usted tiene y ha usado que les mejoraría?

- Calidad _____
- Precios _____
- Diseños _____
- Colores _____

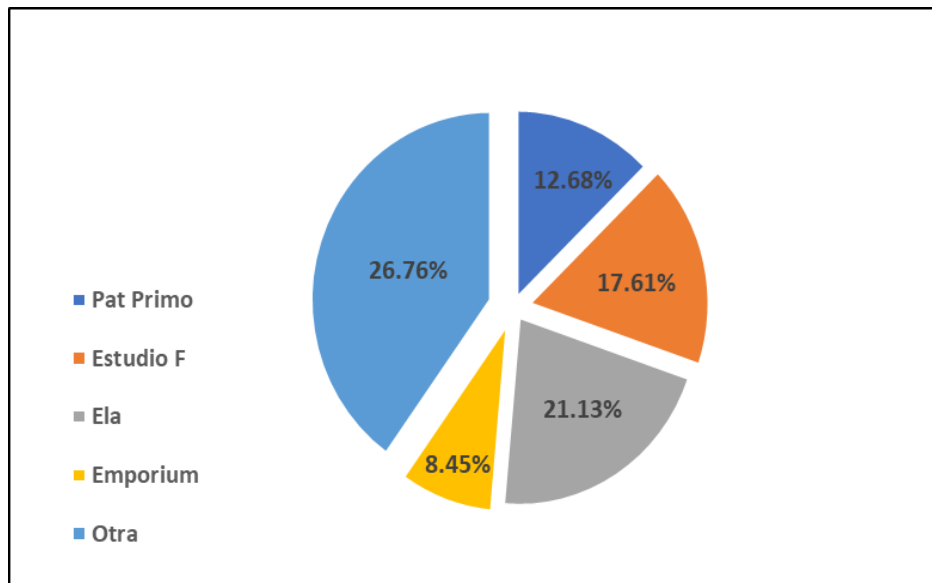
Fuente: (los autores)

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Análisis y tabulación de la encuesta.

Después de realizada las 142 de encuestas, y con la información obtenida se realizarán los análisis respectivos para saber los gustos y la forma de compra que realizan las damas en sus compras.

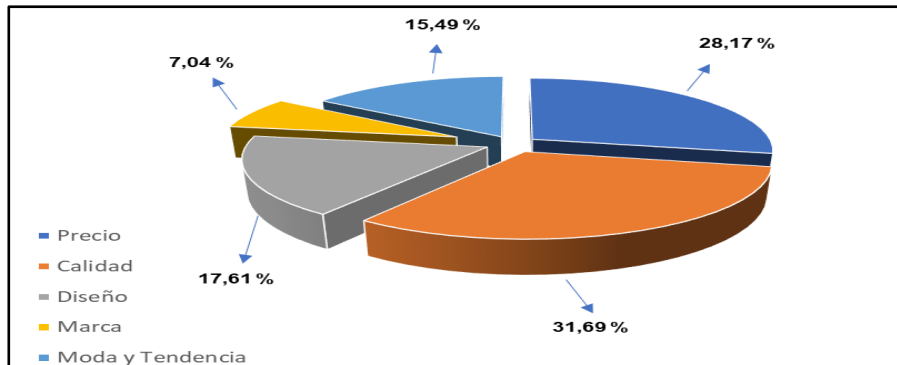
Grafica 14. ¿De las siguientes marcas cual prefiere usted?



Fuente. Elaboración propia

De acuerdo con las respuestas de las personas encuestadas se puede observar que la mayoría con un 26.76%, no tiene una tienda especial para la compra de sus ropas, la sigue la tienda Ella con 21.13%, luego Estudio F con 17.61%, Pat Primo con 12,68% y por último la tienda Emporium con 8.45%.

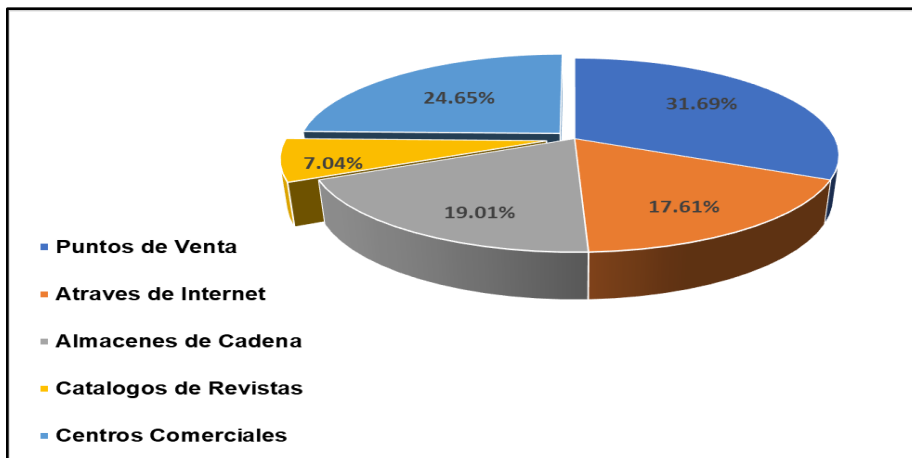
Grafica 15. ¿De los siguientes factores, para usted cual es el más relevante cuando va a realizar la compra de su prenda?



Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el factor relevante en la realización de la compra es la calidad con un 31.69% siguiéndole en orden el precio con 28.17%, luego el diseño con un 17.61%, la moda y la tendencia esta de penúltima con un 15.49% y por último tenemos la marca con un 7.04%.

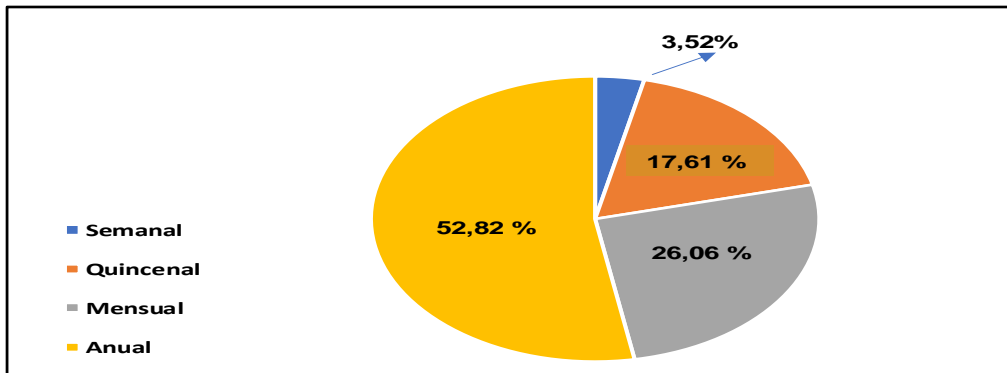
Grafica 16. Pregunta No. 3 ¿En dónde adquiere sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)



Fuente: Elaboración propia

Se Puede observar que el porcentaje de compra de las mujeres es a través de los puntos de venta con un 31.69%, siguiéndole los centros comerciales con un 24.65%, luego los almacenes de cadena con un 19.01% y por última opción los catálogos de revistas con un 7.04%.

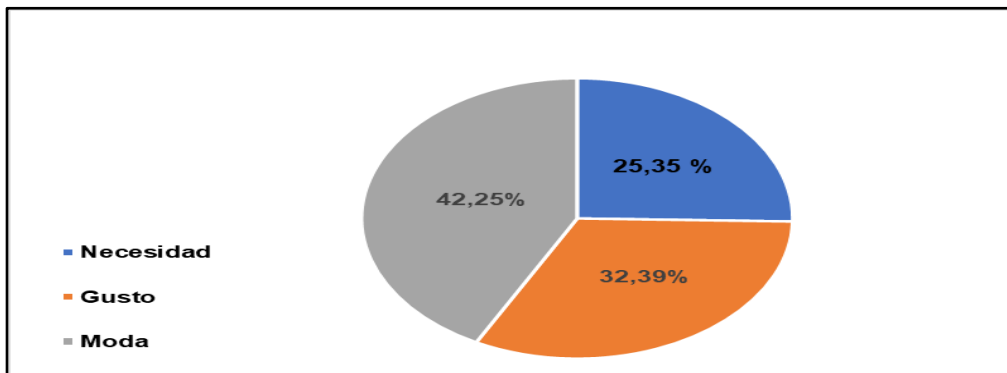
Grafica 17. Pregunta No. 4 ¿Con que Frecuencia compra usted sus prendas de vestir? (faldas, Vestidos, Blusas etc.)



Fuente: Elaboración Propia

La regularidad en que las persona realizan las compras es anual con un 52.82%, por segunda opción tenemos mensual con un 26.06%, quincenal con un 17.61% y por último semanal con un 3.52%.

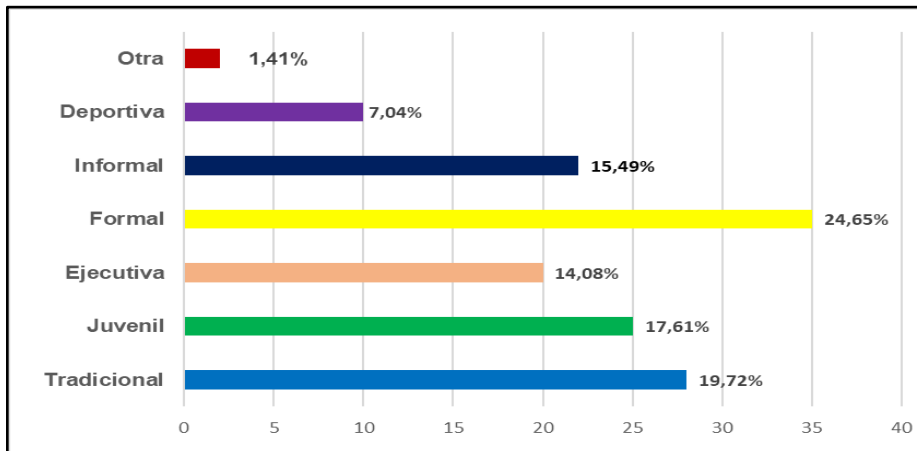
Grafica 18. Pregunta No. 5 ¿De las siguientes motivaciones enunciadas, cual le llama la atención cuando va a realizar la compra de sus prendas femeninas?



Fuente: Los Autores

Las mujeres compran de acuerdo con las encuestas primero por moda con un 42.25%, luego por Gusto con 32.39% y por último por necesidad con un 25.35%.

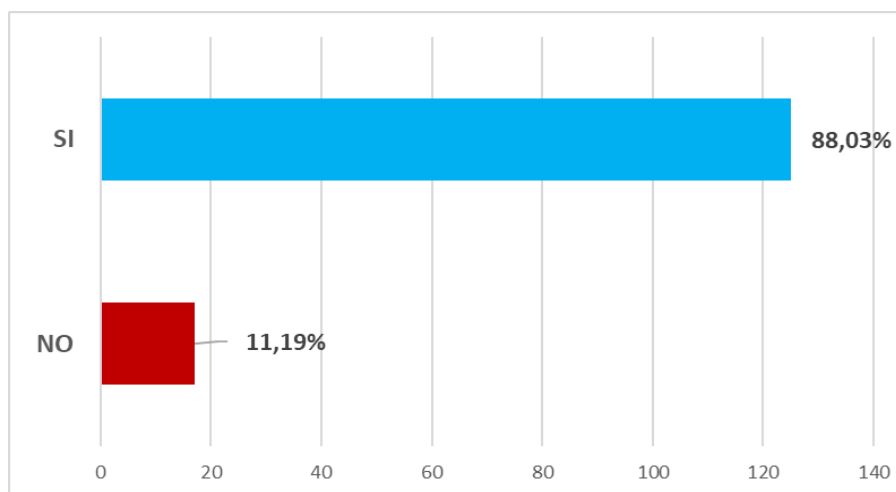
Grafica 19. Pregunta No. 6 ¿De acuerdo con su estilo de vestir, con cual opción se siente identificada?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con su estilo en el vestir podemos observar que las mujeres dan su priorización en el vestido formal con un 24.65%, en segundo lugar, el vestido tradicional ocupa el segundo lugar con un 19.72% y continuamos en el estilo juvenil con un 17.61%, luego el estilo informal con un 15.49% dentro de sus prioridades de compra.

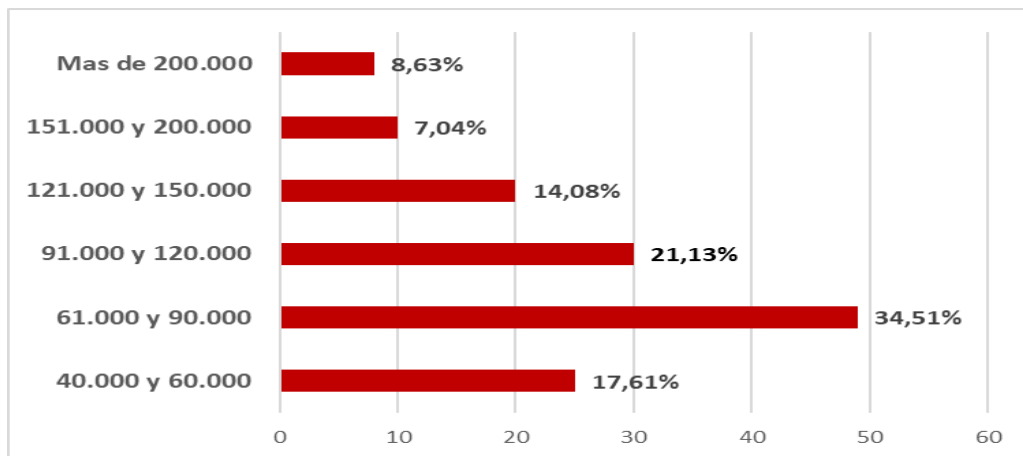
Grafica 20. Pregunta No. 7 ¿La ropa para el trabajo que usted necesita la ubica fácilmente en algún almacén específico?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la pregunta anterior el 88.03% Si ubica fácilmente la prenda que necesita, con el No tenemos el 11.19%.

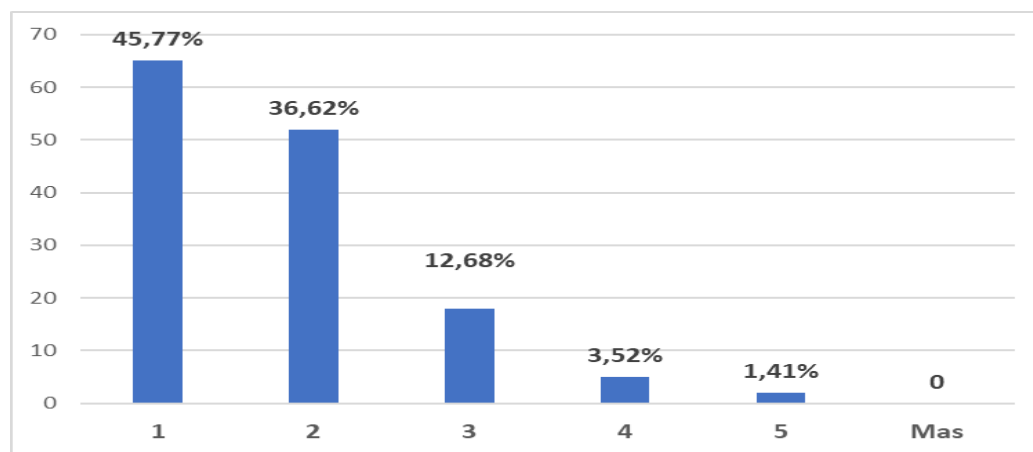
Grafica 21. Pregunta No. 8 ¿Cuándo realiza la compra de la prenda, el promedio de pago se ubica en el rango de?



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el promedio de inversión en la compra de sus prendas se encuentra ubicadas en el primer rango de \$61.000 y \$90.000 están un 34.51%, el segundo lugar encontramos el rango de \$91.000 y \$120.000 con un 21.13% y en el tercer lugar están dentro del rango de \$40.000 y \$60.000 con un 17.61% entre otros.

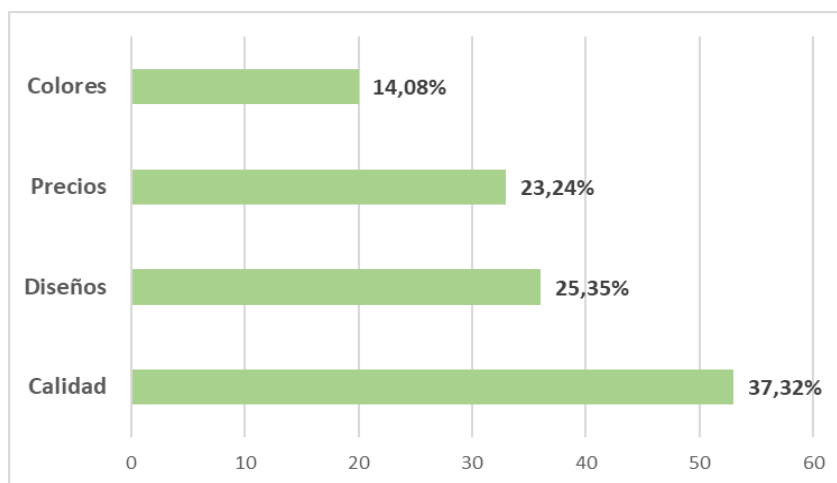
Grafica 22. Pregunta No. 9 ¿Cuándo realiza la compra, cuantas prendas promedio lleva?



Fuente: Elaboración propia

Las mujeres que compran sus ropas por lo general se ubican con una prenda un 45.77%, en segundo lugar, con dos prendas el 36.62% y con tres prendas el 12.68%, estos son los tres niveles más representativos en la compra de la ropa para dama.

Grafica 23. Pregunta No. 10 ¿De acuerdo con las prendas que usted tiene y ha usado que les mejoraría?



Fuente: Elaboración propia

Para el caso de la mejora de la presentación y otros factores para el mejoramiento de la prenda tenemos como en primer lugar la calidad del producto con un 37.32%, siguiéndole en orden de importancia el diseño con un 25.35% y en tercer lugar las mujeres se inclinan por el precio de las prendas con un 23.34% y por último los colores de las prendas con un 14.08%

De acuerdo con el análisis realizado del proceso de las encuestas se puede concluir lo siguiente:

- ✓ Las mujeres no tienen una tienda especial para la compra de la ropa, pero si tienen en cuenta la calidad de las prendas, y el precio.
- ✓ Para la adquisición de la ropa para mujer, son los puntos de ventas la primera opción, siguiendo en su orden los centros comerciales. La frecuencia de

compra de la ropa es anual, pero también un considerado grupo que compran mensualmente.

- ✓ Se observa que la motivación de las mujeres encuestadas para realizar la compra es la moda, y en segundo lugar el gusto, adicionalmente con su estilo de vestir prefiere la ropa formal, siguiéndole los vestidos tradicionales.
- ✓ Para la compra de la ropa prefieren un almacén específico escogido, y el rango de pago por las prendas se encuentran de \$61.000 a \$90.000 y el mayor de porcentaje compran es una sola prenda.
- ✓ Para finalizar la recomendación que dan la mayoría de las mujeres en encuestas es que debe mejorar la calidad de los productos y el diseño, por último, en el rango los precios.

2.4 PLAN DE MERCADEO

A continuación, se presenta el plan de mercadeo que se tiene propuesto para la empresa.

2.4.1 Estrategia de precios. Para realizar la estrategia de precios se debe tener en cuenta los costos totales y con aumento del año del 16%, que se dará en el producto inicialmente, y que sea de fácil asequibilidad para los clientes. Buscando un posicionamiento en el sector de los textiles de ropa para mujer en la ciudad de Santiago de Cali.

Para obtener el precio se debe tener en cuenta en el método del costo total que sería igual a los costos de producción, administración y venta del producto más la utilidad que deseamos tener, se debe tener en cuenta los precios de tiene la competencia y la calidad de los productos.

- Realizar la lista de los descuentos que se van a ofrecer por venta de volumen, aceptación de la marca es decir su fidelización, claro está que se busca un gana-gana entre la empresa y los clientes.

- Si se logra realizar convenios con distribuidores por volumen de venta, se pueden realizar negociaciones con plazos de 15 a 30 días, lógicamente soportando toda la negociación con los documentos legales.
- El representante comercial de la empresa tiene la facultad y la autorización para realizar negociaciones externas con potenciales clientes, todo lo anterior con documentación soportada
- Los precios se ajustarán de acuerdo con la evolución del mercado.

2.4.2 Estrategia de ventas. Para crear una estrategia de ventas debemos tener en cuenta la aceptación del producto, incluyendo el volumen de las ventas realizadas. Con el grupo comercial se debe realizar una proyección de ventas, organizando las metas semanales, mensuales, y anuales, ganando espacio en el sector de la moda. Se debe fortalecer el punto de venta en la fábrica para atención personalizada de los clientes, las ventas pueden ser por volumen o por detal lo importante es que el cliente se sienta bien atendido y satisfecho con el producto.

2.4.3 Estrategia promocional. En esta sección de las estrategias promocionales lograremos la fidelización de los clientes, permitiendo que a través de las diferentes estrategias conozcan las bondades de los productos, y el cliente tome la decisión de fidelizarse con la marca y los pueda seguir adquiriendo en el mercado así:

- Como primera opción en estrategia, crear diferentes convenios con los puntos de venta de la ciudad, teniendo en cuenta almacenas de cadena, centros comerciales y almacenes de ropa para dama en diferentes puntos de la ciudad.
- Organizar feria de modas, patrocinar eventos dando a conocer nuestro producto y llamar la atención de los posibles nuevos clientes.
- Visitar los diferentes almacenes de la ciudad para dar a conocer la marca.
- Aprovecha las herramientas virtuales como el internet, correos electrónicos y redes sociales.

- Página web. Se pretende la construcción de una página WEB para la organización, la cual permitirá la visibilización de la empresa en la WEB. Valor aprox. \$400.000.
- Se contratarán los servicios de un técnico en sistemas o en su efecto de marketing digital para el diseño de la página WEB. Valor aprox. \$1.200.000.

2.4.4 Estrategia de distribución. Esta estrategia es muy importante, el producto debe llegar en el momento indicado de acuerdo a petición de los clientes. Inicialmente iniciaremos a través de las vías terrestres con vehículos acondicionados y adecuados, teniendo en cuenta la distancia de entrega del producto. Si el producto se posiciona fuera del departamento o un poco más lejos tomaríamos la opción del transporte aéreo.

También se puede tener en cuenta las siguientes estrategias para la distribución así:

Las ventas directas que se hacen en la fábrica con la atención del grupo capacitado y especializado, donde se realizaría la negociación, pactando la forma del pago, el volumen de la venta, entre otros. Aquí es muy importante la socialización del portafolio de la empresa dando a conocer a los clientes la variedad de los productos que tenemos para la venta.

2.4.5 Políticas del servicio. La calidad y la presentación del producto es muy importante, y para los clientes el servicio marca diferencia con el resto de la competencia, por eso en la atención de reclamos, pedidos, sugerencia y/o quejas de los clientes, se debe tener un grupo dedicado a ello y la respuesta al cliente sea inmediata, como por ejemplo en el cambio de producto inconvenientes en los pagos entre otros. Además, en la política de atención al cliente en el servicio tenemos:

- Tener stock de producto suficiente, teniendo en cuenta las necesidades del mercado.

- Entregar los pedidos, que lleguen en buena calidad y a tiempo
- Tener en cuenta las recomendaciones de los clientes brindando excelente atención a través de mejoramiento continuo de la empresa.
- Crear una excelente empresa dedicada a la ropa integral de la mujer, desarrollando un sistema de gestión de calidad acorde con el servicio y con los productos finales, generando estrategias de mejoramiento continuo para llegar a las metas trazadas por la organización.

2.4.6 Tácticas de Ventas. La fuerza de ventas es muy importante en la empresa, nos permite crear y desarrollar estrategias para llegar a los clientes, brindando excelente servicio cumpliendo con las metas planificadas vs el programa desarrollado para alcanzarlas.

- Se selecciona un grupo de personas calificadas, con perfiles enfocados al área de ventas y mercadeo, para que puedan llegar a los clientes y cristalizar la venta.
- De acuerdo con la contratación de las personas se debe fijar las metas semanal, quincenal o mensual proyectadas según la empresa.
- Brindar apoyo al grupo de ventas, según la necesidad para puedan cumplir con las metas trazadas.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de cualquier tipo de proyecto es necesario conocer las diferentes necesidades en cuanto a maquinarias y equipos, muebles y enseres, herramientas, equipos de cómputo, de comunicaciones entre otros, necesarios para el buen desarrollo operativo del negocio.

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1 Producto. El portafolio de productos propuesto por la empresa corresponde a ropa para damas en tallas comerciales con diseños exclusivos de la compañía.

Dentro del portafolio de productos se tiene faldas, blusas, vestidos, pantalones. Leggings y ropa deportiva.

Cuadro 13. Tipo de producto y talla

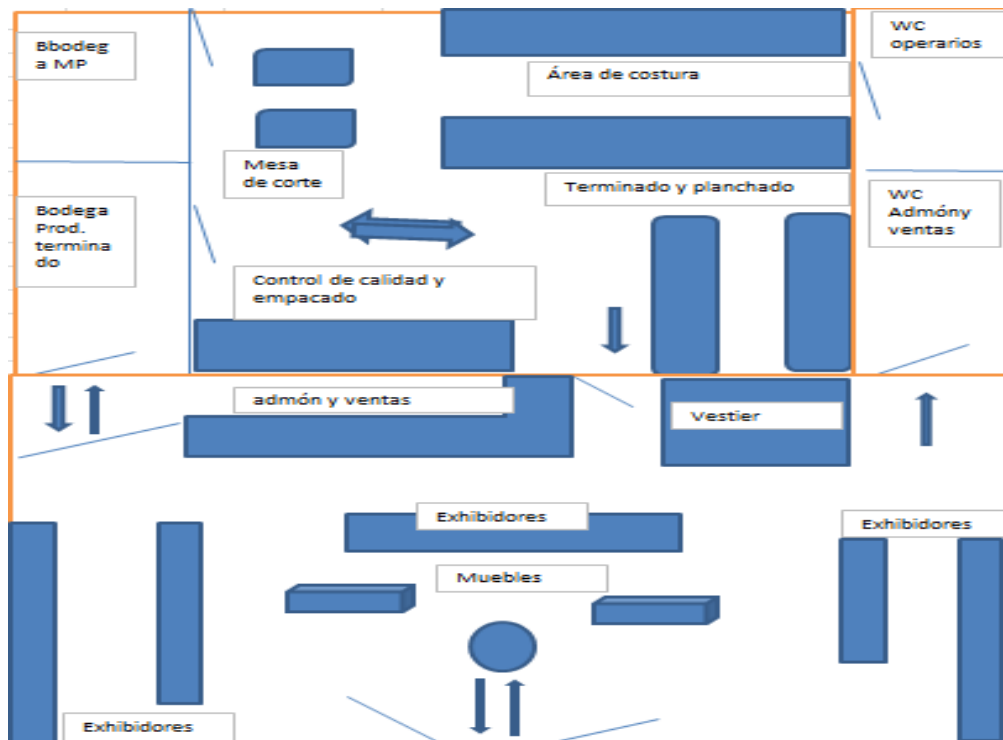
Tipo de ropa	Talla	Color	Tipo de tela
Falda	6 en adelante	Varios	Varias
Blusa	6 en adelante	Varios	Varias
Pantalón	6 en adelante	Varios	Varias
Vestido	6 en adelante	Varios	Varias
Ropa deportiva	6 en adelante	Varios	Varias
Leggings	6 en adelante	Varios	Varias

Fuente: Los autores)

3.2.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. El punto a desarrollar permite la identificación de la maquinaria, equipos y todo lo necesario para la producción y administración del negocio, así mismo se determina las necesidades de orden locativo y adecuaciones necesarios para el buen desarrollo de los procesos.

- **Distribución de la planta física.** Se presenta el espacio locativo y la distribución de los espacios acorde a los requerimientos técnicos del proyecto.

Figura 3. Distribución planta física



Fuente: (Los autores)

El proceso funcional de la planta física requiere de áreas para el trabajo operativo, bodegaje de materias primas y productos terminados, área administrativa y de ventas:

- **Área de producción.** En esta área se concentra todo lo concerniente al proceso de producción e las prendas, la bodega de materias primas, la mesa

de corte de las telas, costura, en donde se encontrarán las máquinas de coser, collarín entre otras, zona de planchado de prendas, control de calidad y empaçado.

- **Área administrativa.** En esta área se encuentra la zona de trabajo administrativo, en donde está el administrador del negocio en conjunto con su equipo de trabajo. Cabe anotar que los funcionarios del área administrativa podrán apoyar a los vendedores en el momento que sea necesario.
- **Área de ventas.** En este espacio se coloca toda la mercancía exhibida para la venta, los clientes podrán ver toda la colección y a su vez, ser atendido por cualquiera de las personas encargadas del área de ventas. El espacio cuenta con Vestier para que las damas se midan la ropa si es necesario.
- **Adecuaciones físicas.** Se presenta las remodelaciones más relevantes en el local comercial, se debe tener en cuenta que las remodelaciones dependen del tipo de local a conseguir, pues en algunos casos, estos ya han sido usados para confecciones y almacenes de ropa.

Tabla 1. Valoración adecuaciones físicas

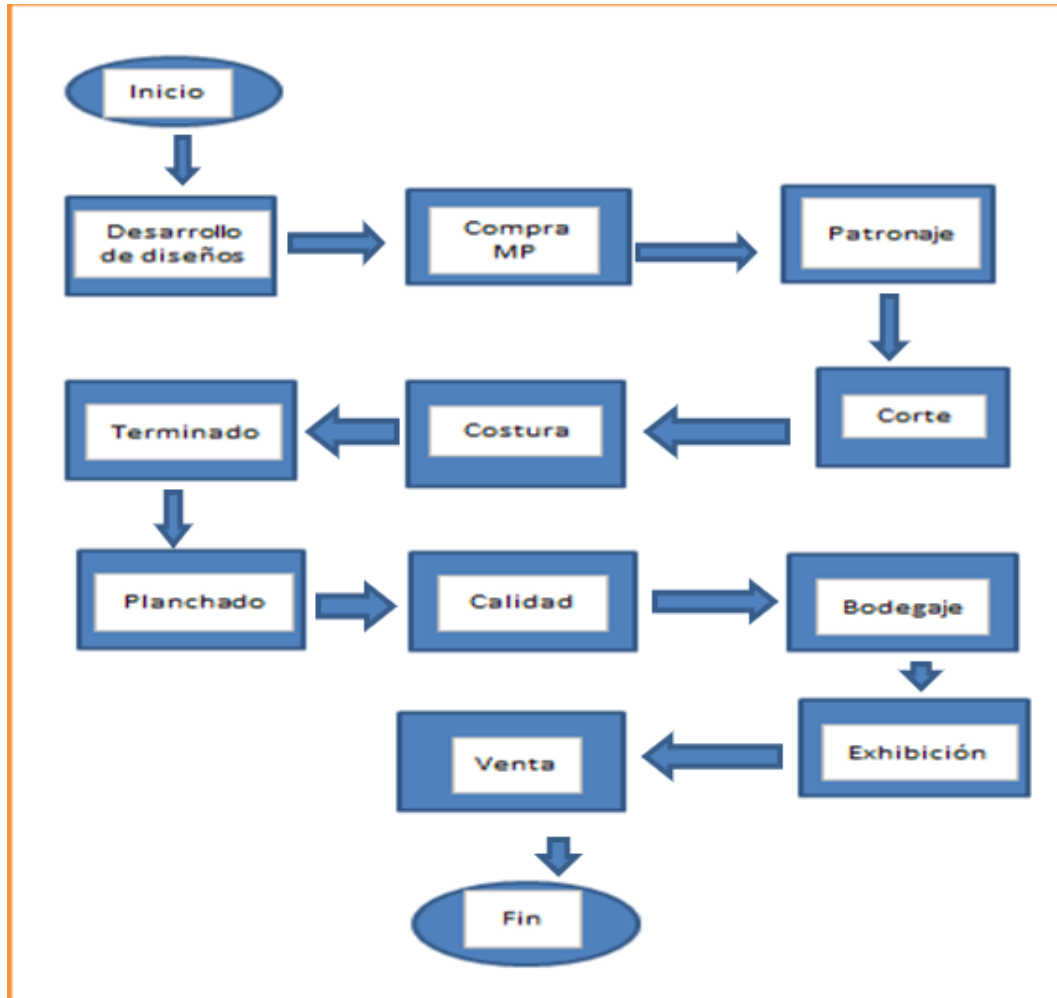
Adecuaciones físicas	Valor unitario (\$)	Cantidad	Marca	Valor total (\$)
Sistema eléctrico	\$ 2,500,000	\$ 1	N/A	\$ 2,500,000
Adecuación de paredes y pisos	\$ 4,500,000	\$ 1	N/A	\$ 4,500,000
Pintura de local	\$ 2,000,000	\$ 1	N/A	\$ 2,000,000
Iluminaria	\$ 3,500,000	\$ 1	N/A	\$ 3,500,000
Baños	\$ 2,500,000	\$ 1	N/A	\$ 2,500,000
Bodega	\$ 2,100,000	\$ 2	N/A	\$ 4,200,000
Total		\$ 7		\$ 19,200,000

Fuente: Los autores).

3.2.3 Diagrama de procesos de desarrollo. A continuación, se presenta el diagrama del proceso de producción, comercialización y venta de productos al detal en el punto de venta.

- Desarrollo de diseños
- Compra de materia prima
- Patronaje
- Corte
- Costura
- Terminado
- Planchado
- Control de calidad
- Bodegaje
- Exhibición
- Venta

Gráfica 1. Diagrama de bloques



Fuente: Los autores)

Mercancía para la venta. En el siguiente cuadro se presenta los diferentes artículos a ofertar por parte de la unidad productiva.

Tabla 2. Precio de costos de producción y venta de productos

ÍTEM	COSTO UNITARIO	MARGEN	CANTIDAD/MENSUAL	PRECIO DE VENTA
UNIFORMES DEPORTIVOS				
Conjunto pantalón y blusa	42,703	50.00%	149	64,054
Jeans	38,184	50.00%	161	57,276

ÍTEM	COSTO UNITARIO	MARGEN	CANTIDAD/MENSUAL	PRECIO DE VENTA
Leggins	28,596	50.00%	135	42,893
disminución margen		0.00%		

Fuente: Los autores)

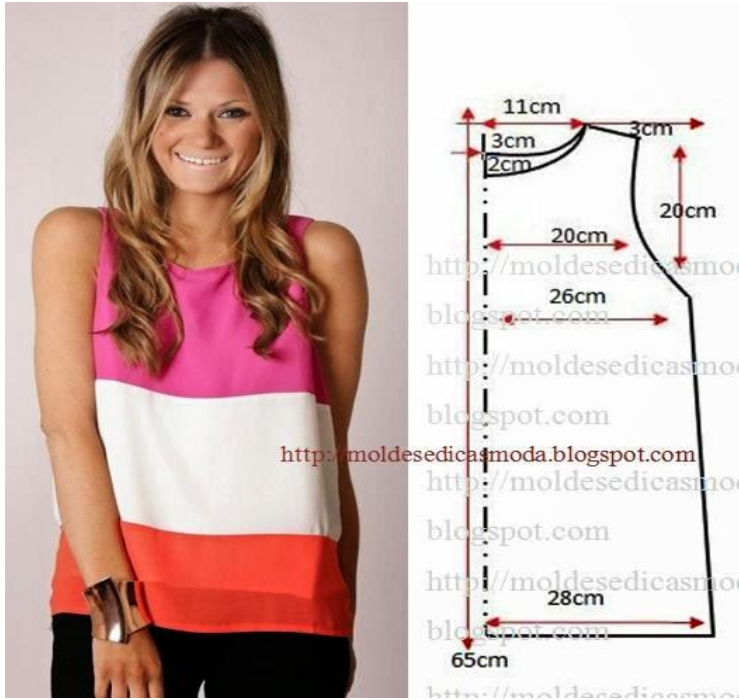
Fichas técnicas. A continuación, se presentan las fichas técnicas de los productos, estas fueron tomadas de proyectos realizados por otros autores y que servirán de base para el desarrollo de la propias en el momento de consideran poner en marcha el proyecto.

Cuadro 14. Ficha técnica para Jean

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE DIRECCIÓN GENERAL SECRETARÍA GENERAL		FECHA DE ELABORACIÓN 15/ FEB/ 2016		
NOMBRE DEL ELEMENTO	CODIGO	FICHA TÉCNICA FACTOR DE RIESGO A CONTROLAR		MATERIAL
CONJUNTO JEAN MUJER	11510045	Naturales: Medio Ambiente, material particulado, salicidas, grasas y aceites.		Índigo
		CLIMA		FRIO TEMPLADO CALIDO
Características Técnicas				
				
ESPECIFICACIONES				
<p>Chaqueta Jean femenina: Cuello: Casero. Con costura decorativa en contorno. Manga larga: Con cortes estilo sastrero y dobles pespunte. Puños: Con botón metálico. Bolsillos superiores: Dos (2) bolsillos con tapa y botón metálico. Las tapas deben salir del corte del pecho estilo casero con doble costura decorativa. Bolsillos inferiores: Dos (2) bolsillos de ribete. Fondo de bolsillo en índigo y contra tapa en algodón 70% y poliéster 30%. Delanteros de chaqueta con cortes y doble pespunte según imagen. Botonadura: Botones metálicos de tornillo grabados con el nombre de la marca. Espejito con abrita y cortes con doble pespunte. Pretina: Con costura decorativa en contorno y pasadores con botón metálico. Largo de chaqueta: Abajo de la cintura. (a altura de cadera alta) Logo SENA: Bordado de 3x3 en hilo al tono de las costuras y ubicado en la parte superior izquierda sobre la abrita.</p> <p>Jean femenina: Jean cuatro bolsillos semi descaderado o clásico Diseño: Casero. Tipo parche con doble pespunte. Bolsillos delanteros: Con boca de bolsillos redonda con doble pespunte. Fondos de bolsillos en algodón 70% y poliéster 30%. Pretina: Clásica con pasadores. Bota: Recta. Cremallera: Metálica de cobre. Botón: Metálico de tornillo con grabado de la marca.</p> <p>Descripción del Material: Índigo Composición 69% algodón - 29% Póliester - 2 % Elastómero o 98% algodón - 2% elastómero. Color azul de 12 onzas. Tejido Diagonal derecho 3x1 Hilo urdimbre y Tiro: 58 - 6.3/1 Hilo trama y Tiro: 42 - 6.3/1 Forro bolsillo blanco. Accesorios: Cremallera Metálica en cobre, remache Metálico inoxidable, Botón metálico inoxidable, etiqueta de cartón estampada 8, 50x8 de cartón con respectivo código de barras. Sujetador plástico. Hilo utilizado en costuras externas: Tex 130. Hilo utilizado en costuras internas: Tex 60 o Tex 40. Accesorios: Cremallera Metálica en cobre, remache Metálico inoxidable, botón metálico inoxidable, etiqueta de cartón estampada, 50x8 de cartón identificando la referencia del producto con su respectivo código de barras sujetador plástico.</p>				
Condiciones del diseño		Condiciones de tallaje		
La chaqueta y el jean deben formar conjunto por lo que debe haber uniformidad en el tono del índigo y en los tonos de las costuras externas. Presentar carta de materiales e hilos.		Según el tallaje que maneje la empresa debe hacerse prueba para cada una de los usuarios y garantizar el manejo de tallas en comerciales según se requiera. El proveedor debe garantizar el manejo de los diferentes largos de tiro del jean según lo requiera el usuario. Tiro alto, medio o bajo.		
Limitaciones de uso		Presentación del producto		
El patronaje presentado para este tipo de prendas deben tener entalle femenino. Deben presentar excelente calidad en confección.		Las prendas deberán ser bien presentadas, debidamente puidas, limpias desde la muestra física hasta la producción de entrega. Cada prenda debe ser entregada en empaque individual y en bolsa de la marca.		
Elaboró	Asesoría técnica	Revisó	Aprobó	
MA. FERNANDA VIDAL G.	FIRMA	FIRMA	FIRMA	

Fuente: (SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA, 2016, p. 8)

Imagen 7. Ficha técnica para Blusa



Fuente: (Carvalho Lopes, 2020)

Imagen 8. Ficha para pantalón



Fuente: (Patronesmujer, 2015)

Imagen 9. Ficha Leggings



Fuente: (Escuela de costuras, 2019)

3.2.4 Tecnología. Se hará uso de la modernización tecnológica y las TIC, las cuales podrán ser usadas tanto en el proceso de diseño de la mercancía, como en las estrategias y tácticas de ventas, pues se dispondrá de lo necesario para el desarrollo de modelos de mercadeo digital a través del uso de las redes sociales. De igual forma se dispondrá de maquinarias, herramientas y mueblería específica para la producción y venta de ropa.

Equipos de cómputo. Para la buena operación de la empresa es necesaria la consecución de los siguientes equipos de cómputo.

Tabla 3. Valoración equipos de computo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Servidor	1	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
Hosting	1	\$ 400,000	\$ 400,000
Diseño Web	1	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
Windows	3	\$ 300,000	\$ 900,000
Office	3	\$ 280,000	\$ 840,000
Antivirus	1	\$ 70,000	\$ 70,000
Póliza RCC Servicio Publico obligatorio	1	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Total			\$ 7,910,000

Fuente: Los autores.

3.2.5 Selección del equipo. A continuación, se presenta las especificaciones técnicas de los equipos de cómputo y comunicación requeridos en el plan en el negocio.

Imagen 10. Equipos de cómputo y comunicación



Fuente: (Dell, 2020)

Tabla 4. Valoración equipos de cómputo y comunicación

Equipo	Características	cantidad	Precio	Valor total
Computador DELL	Tecnología i5	3	\$ 2,500,000	\$ 7,500,000
Impresora	Laser HP jet M426FDW	1	\$ 1,534,000	\$ 1,534,000
Impresora recibos	Impresora térmica Epson 2ii pos USB-serial	1	\$ 380,000	\$ 380,000

Equipo	Características	cantidad	Precio	Valor total
Teléfono inalámbrico	Dúo Tx-tgc-352	1	\$ 190,000	\$ 190,000
Total				\$ 9,604,000

Fuente: Los autores

La inversión inicial de equipos de cómputo y comunicación será de nueve millones seiscientos cuatro mil pesos (\$ 9,604,000)

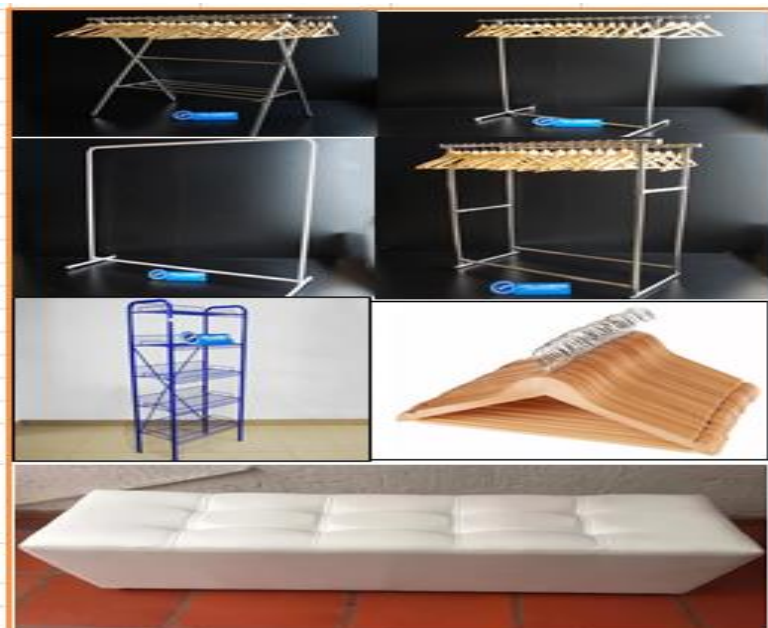
Tabla 5. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Equipo Planchado		1	2,700,000	2,700,000
Máquina Bordadora		1	5,150,000	5,150,000
Maquina Collarín industrial		1	4,520,000	4,520,000
Máquina cortadora vertical industrial		1	8,850,000	8,850,000
Máquina encauchadora		1	8,860,000	8,860,000
Máquina Fileteadora		1	3,500,000	3,500,000
Máquina Plana Industrial		1	2,170,000	2,170,000
Tiqueteadoira		1	108,500	108,500
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO				35,858,500

Fuente: Los autores)

Estanterías. Se relaciona los distintos mobiliarios para la exhibición de la mercancía.

Imagen 11. Elementos de área ventas



Fuente: (Vitrialambre, 2020)

Tabla 6. Costo elementos área de ventas

Detalle	Características	cantidad	Precio	Valor total
Exhibidores	Ei 50 plegable	8	\$ 120,000	\$ 960,000
Exhibidores	Ei 50 cromado	8	\$ 90,000	\$ 720,000
Exhibidores	En tubo de 1,5 X 50 Cm.	6	\$ 80,000	\$ 480,000
Estantería	En tubo multinivel	10	\$ 90,000	\$ 900,000
Ganchos	En alambre y madera	500	\$ 2,500	\$ 1,250,000
Mueble baúl	Baúl para boutique	160000	\$ 2	\$ 320,000
Masa de corte	Genérica	2	\$ 1,500,000	\$ 3,000,000
Superficies de trabajo	Genérica	2	\$ 1,600,000	\$ 3,200,000
Mesa para empacado	Genérica	2	\$ 1,200,000	\$ 2,400,000
Cestos	Genérica	6	\$ 40,000	\$ 240,000
Total				\$ 13,470,000

Fuente: (los autores)

Muebles y enseres. A continuación, se relacionan los muebles y enseres requeridos para la operación del negocio.

Tabla 7. Muebles y enseres

Detalle	Cantidad.	P. Unitario. EN \$	Total \$
Escritorio en L con recepción. 1.70 m x 40x50 Recepción 1.05 m	2	\$ 1,287,000	\$ 2,574,000
Silla PC Avignon negro. Modelo Avignon SKU 319205	4	\$ 64,900	\$ 259,600
Archivador 69x37x50cm	4	\$ 306,900	\$ 1,227,600
Total	10	\$ 1,658,800	\$ 4,061,200

Fuente: (los autores)

Herramientas. Las herramientas necesarias para el proceso de producción son presentadas como un Kit, estas incluyen, tijeras de cortes (Varios modelos), metro, tiza, enhebrado, entre otros.

El costo promedio de este tipo de kit es de 220,000 c/u y se requiere por lo menos 5 unidades para un total de \$1,100,000.

A continuación, se presenta la tabla de costos por producto a ofrecer.

Tabla 8. Costos unitarios materia prima Pantalón y blusa talla 8

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela lino	1.8	Metro	10,000	18,000
Hilo delgado	3	Metro	35	105
Hilo grueso	3	Metro	34	102
Marquilla	1	Unidad	50	50
Botones y cierres	1	Unidad	7,600	7,600
Resorte	1	metro	5,000	5,000

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Total M/P				30,857
Mano de obra				9,378
CIF				2,467
Total				42,703

Fuente: (los autores)

3.2.6 Calculo de cantidades de materia prima e insumos.

Tabla 9. Costos unitarios materia prima Jean

Jean				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela Denim	1.8	Metro	9,000	16,200
Hilo delgado	1.1	Metro	35	39
Estampado	1	Unidad	2,000	2,000
Marquilla	1	Unidad	50	50
Botones y cierres	1	Unidad	7,600	7,600
Resorte	0.09	Unidad	5,000	450
Total M/P				26,339
Mano de obra				9,378
CIF				2,467
Total				38,184

Fuente: (los autores)

Tabla 10. Costos unitarios materia prima Leggings

Leggings				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela anticelulitis	1.2	Metro	13000	15,600
Hilo delgado	2	Metro	40	80
Hilo grueso	2	Metro	35	70
Marquilla	1	Unidad	100	100
Etiqueta	1	Unidad	300	300
Empaque	1	Unidad	600	600
Total materia prima				16,750
Mano de obra				9,378
CIF				2,467
Total				28,596

Fuente: (los autores)

Dotación papelería. Se relaciona los elementos necesarios para la operación operativa y operativa.

Tabla 11. Elementos de papelería

Papelería	Valor unitario en pesos	Cantidad	Total
Cuaderno	\$ 5,000	2	\$ 10,000
Archivador AZ carta	\$ 12,000	6	\$ 72,000
Bisturí grande	\$ 2,000	2	\$ 4,000
Carpeta colgante fabri folder	\$ 1,500	50	\$ 75,000
Correctores	\$ 5,000	2	\$ 10,000
Ganchos clic	\$ 3,500	2	\$ 7,000
Ganchos para carpeta	\$ 300	100	\$ 30,000
Ganchos para grapadora	\$ 4,000	2	\$ 8,000
Lapiceros	\$ 3,000	24	\$ 72,000
Lápices	\$ 2,000	24	\$ 48,000
Libros contables	\$ 30,000	5	\$ 150,000
Pegastick por 40 gramos	\$ 2,500	2	\$ 5,000
Perforadora	\$ 5,000	2	\$ 10,000
Post stick grandes	\$ 4,000	2	\$ 8,000
Recibos de caja menor	\$ 4,500	4	\$ 18,000
Resaltadores	\$ 2,000	6	\$ 12,000
block de papel carta x10und	\$ 8,000	4	\$ 32,000
Saca ganchos	\$ 3,000	2	\$ 6,000
Sellos	\$ 20,000	4	\$ 80,000
Tijeras	\$ 6,000	2	\$ 12,000
Tóner impresor	\$ 200,000	3	\$ 600,000
Resma de papel Carta	\$ 11,000	4	\$ 44,000
Sub total			\$ 1,313,000
IVA			\$ 249,470
Total			\$ 1,562,470

Fuente: (los autores)

Proveedores. Se presentan algunos de los posibles proveedores a considerar por parte de la empresa.

Cuadro 15. Listado proveedores

Proveedor	Producto	Contacto
Casa textil	Tela para blusas y pantalones de dama	https://casatextil.co/telas-para-blusas/
Pumotex	Tela índigo, Denim y Dril	https://www.pumotex.com/
Coltejer	todo tipo de tela	https://www.coltejer.com.co/es/ftelas
Lafayette sports	Tela de alto rendimiento (Leggins)	https://www.lafayettesports.com.co/
Coats	Hilos para costura de ropa	https://www.coats.com/es/About/Who-we-are
Único textil	Botones ,broches, cierres, herrajes	http://unicotextil.co/

Fuente: (los autores)

Dotación de útiles de aseo. Se presenta el detalle de los útiles de aseo requeridos en la operación de la empresa.

Tabla 12. Costos útiles de aseo

IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			
Escoba	1	50,000	52,310
Trapero	1	50,000	52,310
Recogedor	1	50,000	52,310
Detergente 1 kilo	1	12,000	12,554
Papel higiénico por 4	24	4,600	115,500
juegos de Pocillos y platos pequeños x 6	1	40,000	41,848
toallas de manos	10	10,500	109,851
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			436,684

Fuente: (los autores)

Gastos de arriendo y servicios públicos. Se presenta los costos y gastos de arriendo y servicios públicos de la empresa.

Tabla 13. Arriendo y servicios públicos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrendamiento	1	2,000,000	2,092,400
Internet	1	150,000	156,930
Teléfono Fijo	1	10,000	10,462
Teléfono Celular	1	45,000	47,079
Servicios públicos	1	700,000	732,340
Mantenimiento equipos de computo	1	65,000	68,003
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			3,107,214

Fuente: (los autores)

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

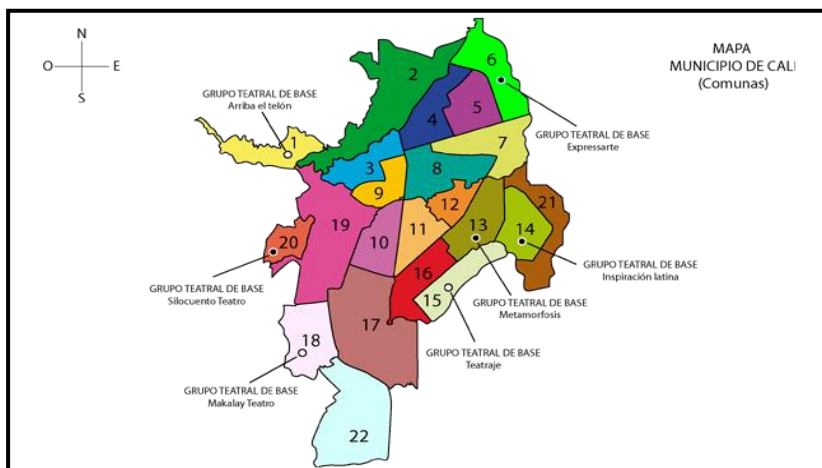
El negocio tendrá como domicilio principal la ciudad de Santiago de Cali, se espera que tanto el taller como el área de venta al público se encuentren en el mismo local.

➤ **Macro localización.** Santiago de Cali, es la capital del departamento de Valle del Cauca y la tercera ciudad más poblada de Colombia. Por extensión es la segunda ciudad más grande del país al poseer un área de 564 km² y una longitud de 17 km de Sur a Norte y 12 km de Oriente a Occidente. La ciudad forma parte del Área Metropolitana de Santiago de Cali, junto con los municipios aledaños a ésta 5 Fue fundada el 25 de julio de 1536 por Sebastián de Belalcázar, lo que la convierte en una de las ciudades más antiguas de América.

- Santiago de Cali, es el epicentro de Colombia sobre el Pacífico.
- Su población es alegre y amable, convirtiéndola en el mayor atractivo de esta ciudad.
- Los alrededores naturales que tiene la ciudad, permiten en pocos minutos disfrutar de ambientes campestres con clima templado.
- Los ríos y quebradas que circundan la ciudad son un atractivo para que el turista disfrute su permanencia.

- Igualmente cuenta con una completa infraestructura deportiva y recreativa, lo que la hace modelo a nivel mundial en el campo de la recreación popular
- Santiago de Cali, es además una ciudad empresarial cuya infraestructura ofrece todas las facilidades para las reuniones de negocios, el alojamiento, las compras, la gastronomía y la diversión.
- Estos valores arquitectónicos cuentan con el más bello marco natural formado por los cerros de Cristo Rey y las Tres Cruces y la colina de San Antonio. Santiago de Cali la sucursal del cielo, se convierte así en el lugar ideal para visitar.
- El clima es de sabana tropical. La temperatura media es de 23.1 °C con un mínimo promedio de 15 °C Transporte: La ciudad posee una red de distribución con dos ejes principales: sur-norte a lo largo del Corredor Férreo y oriente-occidente por debajo de la Autopista Suroriental. En el año 2009 se inauguró el Masivo Integrado de Occidente (MIO), un sistema masivo de transporte.
- Destacando también que está situada junto al puerto marítimo principal de Colombia, el cual lleva por nombre Buenaventura. Además, es una ciudad que alberga grandes actividades, entre ellas deportivas.

Gráfica 2. Mapa Ubicación Geográfica de Santiago de Cali

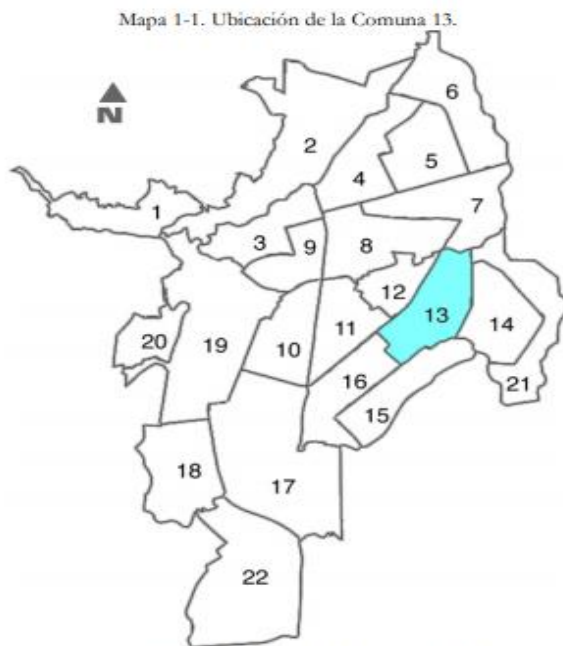


Fuente: (Moquete Bencosme, 2014)

➤ **Micro localización.** El proyecto **JOCLADE SAS** inicialmente se ubicará Barrio el Poblado I en la Calle 42C carrera 34 esquina. Nro. 3-02. Para iniciar labores se alquilará un local de 30m². La zona es comercial, la edificación amplia (esquinera), vía vehicular, y servicios públicos completos.

La empresa estará ubicada en la comuna 13, en el distrito de Aguablanca, al suroriente de la ciudad de Cali. Limita por el oriente con la comuna 14, por el norte con el área de expansión de la Poligonal E, por el suroriente con la comuna 15, por el sur con la comuna 16, por el oriente con las comunas 11 y 12. La comuna 13 cubre el 4% del área total del municipio de Santiago de Cali con 473,7 hectáreas, que, en términos comparativos, corresponde a 75,8 hectáreas menos que el área promedio por comuna de la ciudad. La comuna 13 está compuesta por 15 barrios, siete urbanizaciones y sectores y una unidad deportiva. Comparativamente, esté. Por otro lado, esta comuna posee 977 manzanas, es decir, el 7,1% del total de manzanas en toda la ciudad.

Imagen 12. Barrios comuna 13



Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, 2007, p. 4)

Así, el número de viviendas por hectárea es 77,7, cifra muy superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea. En cuanto a población, los resultados del censo de 2005 muestran que en esta comuna habita el 8,3% de la población total de la ciudad, es decir 169.659 habitantes. De los cuales el 47,8% son hombres (81.092) y el 52,2% restante mujeres (88.567) (Alcaldía de Santiago de Cali, 2008, p. 5).

Al considerar la distribución de la población por edades (se encuentra una gran similitud entre las cohortes de hombres y mujeres. Así mismo, es interesante observar que la pirámide poblacional de esta comuna aún presenta una forma piramidal, concentrando 74,9% de la población en las edades productivas (10 a 64 años) mientras que la población mayor representa el 4,5% (Alcaldía de Santiago de Cali, 2008, p. 5).

Aspectos económicos: El Censo Económico de 2005 nos permite caracterizar económicamente esta comuna. El 5,3% de las unidades económicas de la ciudad existentes en 2005 se encontraba en esta comuna. De dicho número, 67,5% pertenece al sector comercio, 22,7% al sector servicios y 9,8% a industria. Esta composición es similar al total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad (Alcaldía de Santiago de Cali, 2008, p. 14).

Sin embargo, al analizar el trabajo generado por esas unidades económicas encontramos que el 45,9% corresponde al sector servicios, superando levemente a la cantidad de trabajo generado por el comercio, 44,2%. De esas unidades económicas, el 97,3% corresponde a microempresas, 2,4% a pequeñas, 0,2% a medianas y el 0,1% son empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 10,8% de las unidades económicas son informales (Alcaldía de Santiago de Cali, 2008, p. 15).

Por otro lado, el 1,8% de las unidades económicas de esta comuna corresponde a puestos móviles y el 48,3% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho de que en esta comuna se presenta un porcentaje menor de puestos móviles que en el total de la ciudad y un mayor porcentaje de viviendas con actividad económica. Lo anterior puede estar asociado con el alto grado de informalidad encontrado en esta comuna (Alcaldía de Santiago de Cali, 2008, p. 15).

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto depende básicamente de los resultados del estudio de mercado, sin embargo, este tipo de productos estará dirigido a mujeres que vivan en zonas cálidas como lo es la ciudad de Cali y sus alrededores.

Población objetivo. De acuerdo con datos suministrados por la página de la Alcaldía de Cali, se considera que en el año 2018 la población de mujeres de Cali con edades de entre 18 a 60 años es de 699.416 (Alcaldía de Santiago de Cali, 2017), esto significa que existe un mercado potencial bastante alto y que aunque exista mucha competencia, la empresa con una buena estrategia comercial puede dar grandes resultados.

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

En este capítulo se determinan los componentes administrativos que necesita la organización, para alcanzar la productividad de la empresa, como son la misión, visión, objetivos y valores corporativos, además del diseño de la estructura, que enmarca los cargos con el personal requerido con sus salarios y sus manuales de funciones para el cabal cumplimiento de las tareas asignadas. De igual forma se establece por parte de los propietarios el cumplimiento de los requerimientos legales para la constitución de la misma.

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El presente proyecto se maneja bajo la línea de emprendimiento, que persigue analizar la viabilidad para la creación de una empresa de confección de ropa para dama en la ciudad de Cali, cuyo objetivo es entregar un producto de excelente calidad en confección y materias primas que satisfagan a los clientes.

El sector de los talleres de confección es muy difícil de contabilizar, puesto que muchos de los productores que forman parte de él, no necesariamente constituyen un establecimiento comercial; podría tratarse incluso de una persona trabajando por cuenta propia, con maquinaria rudimentaria, con poca producción

En Colombia la confección de todo tipo de prendas masculinas o femeninas han tenido su desarrollo con el tiempo, pues, hombres y mujeres han visto en este tipo de actividad, la posibilidad de salir adelante, obteniendo los ingresos necesarios para desarrollarse como personas y alcanzar el sustento para mantener a sus familias. Esta es una alternativa de establecer un negocio propio con poca inversión

JOCLADE SAS se reconocerá en el sector de la confección de ropa para dama por la calidad de las telas y materias primas que se usan en las prendas que se ofertan

al público, producción a tiempo y costo bajo, Además, ayudará al fortalecimiento de las cadenas productivas para el sector de la economía nacional.

El Slogan de la empresa será. “Mujer siempre linda, viste a la moda”

De igual forma la Empresa coadyuvará a fortalecer la cadena productiva de la confección, mediante la oferta de productos de alta calidad, con textiles nacionales y extranjeros. Asimismo, se pretenderá realizar procesos productivos de alta competencia para llegar a las grandes superficies e impactar en las mujeres de todas las edades y de todos los estratos socioeconómicos.

4.1.1 Misión. Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa para damas, para atender a la población de la ciudad de Cali, sin distingo de edad, raza, credo, política o estrato socioeconómico.

4.1.2 Visión. Para el año 2022 ser reconocida en el mercado local y en el sector de la confección como la mejor empresa que comercializa ropa para dama con las mejores materias primas de la ciudad.

4.1.3 Valores corporativos. A continuación, se presentan los valores corporativos de la empresa.

- **Responsabilidad.** En el cumplimiento de las ordenes de producción y los compromisos adquiridos con los clientes internos y externos
- **Trabajo en Equipo** La unión de voluntades de los actores activos de la empresa para alcanzar los objetivos planeados.
- **Honestidad y ética.** En las actuaciones del personal, sin importar el cargo y en el cumplimiento de los compromisos adquiridos con las personas y entidades con las que se tenga algún tipo de relación

- **Servicio al Cliente.** Se buscará la excelencia con el buen trato y prestando un buen y oportuno servicio, integrando el reconocimiento, la dignidad y derechos de los clientes
- **Elegancia.** En el diseño de las prendas y los estilos con delicadeza y gustos por las prendas y las materias primas.
- **Comunicación.** En el manejo del léxico y el trato, abierta y positiva para escuchar los requerimientos de los clientes y atenderlos.
- **Calidad:** Para el proceso de producción y entrega de los productos con base en las instrucciones desde la administración
- **Innovación.** Búsqueda permanente en los diseños, modelos y materia prima para la satisfacción de nuestros clientes
- **Responsabilidad social.** Aplicada en todos los procesos de la empresa, no solo para aplicarlas las ordenes de las entidades nacionales, sino para el bienestar de los colaboradores y los clientes.

4.1.4 Filosofía de trabajo. Se establecerán y serán de estricto cumplimiento para el directivo del más alto rango hasta el colaborador de menor posición en la estructura de la empresa, los siguientes elementos que serán los pilares fundamentales de la empresa:

- **Disciplina.** Desde el momento en que ingresa a la empresa y en el desarrollo de sus labores, amén de su comportamiento fuera de ella,
- **El respeto.** Por los valores y creencias de los empleados colaboradores, clientes y todas las empresas e instituciones que tienen que ver con el funcionamiento de la compañía.
- **La dedicación.** En todas las actividades que le sean encomendadas.
- **El compromiso.** Con La empresa, con los clientes y con los compañeros de labores y las tareas asignadas para alcanzar las metas propuestas.

Competencias organizacionales. Son las habilidades, destrezas, conocimientos y motivadores que hacen que el trabajador se comporte de manera eficiente y eficaz, viéndose reflejada en los niveles de producción de los mismos y de la organización en general.

- **Habilidad analítica:** Es la capacidad general que poseen los empleados para el análisis lógico para organizar cognitivamente el trabajo.
- **Trabajo en equipo.** Tiene su origen en la capacidad de colaboración de los empleados entre sí, para alcanzar los objetivos que se hayan planeado.
- **Iniciativa.** Permanente de los trabajadores para anticiparse al accionar de cada uno, generando ideas para nuevos modelos y diseños que satisfagan a los clientes.
- **Orientación al cliente.** Será permanente, ya sea en forma física o virtual, por redes sociales o teléfono, para prestarle a los clientes un excelente servicio y atención en sus necesidades.
- **Ayudar a alcanzar objetivos.** En atención a las directrices trazadas desde la gerencia, se desarrollan estrategias para el cumplimiento de las metas y responsabilidades, buscando el mejoramiento continuo.
- **Evaluaciones.** Todo el personal se evaluará teniendo en cuenta la relación con sus compañeros, y cumplimiento de sus funciones.


4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es vital en todas las compañías porque se definen las características de las áreas en que este dividida la empresa, determinando los cargos y funciones que deben desempeñar el personal contratado para alcanzar las metas y objetivos propuestos. Su fin es mostrar los niveles de autoridad, las líneas de comunicación y autoridad de la empresa.

4.2.1 Procesos operativos. En **JOCLADE SAS** se manejarán dos clases: El proceso productivo que es la transformación de insumos y materia prima, para alcanzar un producto terminado utilizando talento humano que posee las habilidades para cumplir las tareas. El segundo proceso es el administrativo, donde las funciones se aplican a las áreas funcionales de la empresa, buscando integrar todos los recursos con que cuenta la empresa para su funcionamiento y alcanzar los objetivos.


4.2.2 Descripción de puestos. Se presentan los manuales de funciones de los cargos de la planta de personal:

Cuadro 16. Perfil de cargo del Administrador o Gerente

PERFIL DEL CARGO	
	<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>Área: administrativa</p>
Nombre del cargo:	Administrador o Gerente
Objetivo del cargo:	Planear, dirigir, controlar y ejecutar los procesos relacionados con la empresa
Requisitos:	Educación: técnico o tecnólogo en administración de empresas. Experiencia: tener como experiencia 1 año en cargos similares
Descripción de las funciones:	<ul style="list-style-type: none"> -Ser hábil y analítico. -Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la empresa. -Crear y ejecutar estrategias para el reconocimiento de la empresa. - Tener la capacidad de innovar y proporcionar valiosas ideas para los productos, servicios y métodos para la organización. -Desarrollar planes de mercadeo que habrán las posibilidades de
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> Tener principios administrativos -Leyes, normas y reglamentos que rigen lo administrativo -Habilidades de sistemas operativos
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> -Tener la capacidad de comunicarse -liderazgo -Orientación hacia los objetivos -Trabajo en equipo


Fuente: Las autoras

Cuadro 17. Perfil de cargo para el Contador

	<p style="text-align: center;">IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p style="text-align: center;">Salario: días laborados (4 días)</p> <p style="text-align: center;">Áreas: financiera</p>
<p>Nombre del cargo:</p>	<p>Contador</p>
<p>Objetivo del cargo:</p>	<p>Dirigir los procesos financieros de acuerdo a la ley</p>
<p>Requisitos:</p>	<p>Educación: profesional en contaduría pública Experiencia: tres años en cargos similares</p>
<p>Descripción de las funciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer y ejecutar los procedimientos para la información financiera por medio de los registros contables. -Cumplir los requerimientos de información para la toma de decisiones.
<p>Competencias:</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Manejo Avanzado del Sistema Operativo -Indispensable conocimiento y experiencia comprobada en labores de auditoría, -Gestión contable administrativa general. -Conocimientos de manejo de personal
<p>Habilidades:</p>	<p>Verificar, depurar y controlar cuentas contables.</p>


Fuente: Las autoras

Cuadro 18. Perfil de cargo para Vendedor

	<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>Área: Comercial</p>
Nombre del cargo:	Vendedor
Objetivo del cargo:	Brindar la mejor atención y servicio a los clientes y ventas de los productos
Requisitos:	<p>Educación: técnico en mercadeo y ventas</p> <p>Sexo: Femenino</p> <p>Experiencia mínima de 1 año</p>
Descripción de las funciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente del almacén, brindando la información necesaria de todos los productos existentes -Realizar el inventario mensual de la mercancía del almacén - Mantener el buen funcionamiento, limpieza y organización del almacén. - Tener estricto orden en la distribución de las prendas, de acuerdo a las referencias, colores y tallas.
Competencias:	Experiencia Se requiere personal dinámico con responsabilidad, puntual, con capacidad de adaptarse en un proyecto de desarrollo y profesionalización del área administrativa de la empresa y capacidad para trabajar en equipo.
Habilidades:	Desarrollar de manera eficaz los procesos relacionados con la producción, carga, transporte y almacenaje


Fuente: Las autoras

Cuadro 19. Perfil de cargo para Secretaria

	<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>Área: Administrativa</p>
Nombre del cargo:	Secretaria
Objetivo del cargo:	Apoyar, ejecutar y controlar las actividades administrativas que garanticen el logro de objetivos establecidos para el fortalecimiento y crecimiento de la empresa
Requisitos:	<p>Educación: Técnico en administración.</p> <p>Sexo. Femenino</p> <p>Experiencia mínima de 1 año</p> <p>Edad. Mayor de 18 años</p>
Descripción de las funciones:	<p>Atender todos los requerimientos de la gerencia.</p> <p>Manejar la caja menor. Revisar que los documentos recibidos cumplan con las políticas y procedimientos establecidos por la empresa.</p> <p>Dar apoyo a la gerencia en los asuntos administrativos</p> <p>Colaborar en la ejecución y demás funciones relacionadas con el desempeño del cargo que le sean asignadas</p>
Competencias:	<p>Responsabilidad</p> <p>Iniciativa</p> <p>Orden</p> <p>Eficiencia</p> <p>Discreción</p> <p>Expresión clara en forma oral y escrita</p> <p>Control de documentos e información confidencial</p> <p>Redacción propia</p> <p>Excelentes relaciones externas con proveedores y clientes.</p>
Habilidades:	<p>Tener conocimientos específicos en:</p> <p>Manejo de documentación</p> <p>Computación básica</p> <p>Responsabilidad en el manejo de los equipos a su cargo</p>


Fuente: Las autoras

Cuadro 20. Perfil de cargo para Jefe de producción

		IDENTIFICACIÓN DEL CARGO Área: Producción
Nombre del cargo:	Jefe de producción	
Objetivo del cargo:	Planificar y coordinar actividades concernientes a la producción, compras de materia prima, fraccionamiento del producto y mantenimiento de la infraestructura	
Requisitos:	Educación: Tecnólogo en producción y/o Ingeniero industrial. Manejo de herramientas de sistemas. Administración y planificación de producción, materiales y procesos, manejo de recursos humanos Sexo. Masculino Experiencia mínima de 1 año Edad. Mayor de 25 años	
Descripción de las funciones:	Coordinar la compra de materiales, fecha de llegada y cantidades a recibir. Programar turnos para necesidades en base a stock mínimos para producir, si así se requiere. Proveer de los equipos de protección para el trabajo en el proceso de producción. Elaborar y entregar reportes de la producción por línea de trabajo a la Gerencia General. Planear, coordinar, ejecutar y hacer seguimiento a todas las acciones necesarias con el fin de garantizar el buen funcionamiento del taller. Velar por el mantenimiento de equipos y maquinarias e infraestructura del taller de producción. Realizar un reporte de inventario de materiales, insumos y accesorios existentes Controlar el desperdicio de materiales e insumos.	
Competencias:	Programar turnos para necesidades en base a stock mínimos para producir, si así se requiere. Experiencia Se requiere personal dinámico con responsabilidad, puntual, con capacidad de adaptarse en un proyecto de desarrollo y profesionalización del área productiva de la empresa	
Habilidades:	Dinámico Emprendedor Autogestión Trabajo en equipo Orden Puntualidad Relaciones personales Facilidad de expresión oral y escrita	

Fuente: Las autoras

Cuadro 21. Perfil de cargo para Operarias

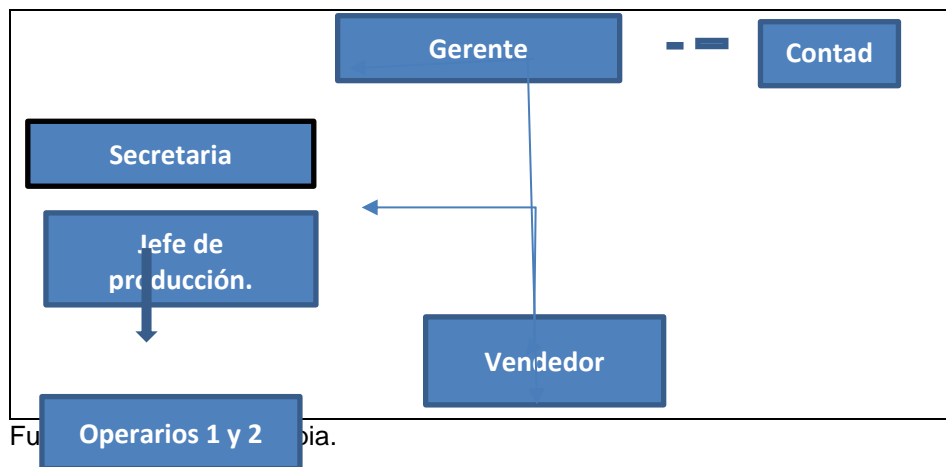
	<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>Área: producción</p>
Nombre del cargo:	OPERARIA
Objetivo del cargo:	Elaborar las prendas de acuerdo al diseño entregado, con los materiales específicos de cada referencia
Requisitos:	<p>Educación: Manejo de maquina plana y Fileteadora</p> <p>Sexo. Femenino</p> <p>Experiencia mínima de 1 año</p> <p>Edad. Mayor de 18 años</p>
Descripción de las funciones:	<ul style="list-style-type: none"> -Chequeo del buen estado de la materia prima -Ordenar y preparar la materia prima necesaria para elaborar la prenda - Confeccionar la prenda asignada - Dar los acabados necesarios para la buena presentación de la prenda -Tener los productos organizados para el control de calidad
Competencias:	Experiencia e requiere personal dinámico con responsabilidad, puntual, con capacidad de adaptarse en un proyecto de desarrollo y profesionalización del área productiva de la empresa y capacidad para trabajar en equipo, muy responsable de sus actividades dentro y fuera de la empresa
Habilidades:	Desarrollar de manera eficaz los procesos relacionados con la producción, y almacenaje

Fuente: Las autoras

4.2.3 Organigrama. Es la representación gráfica de la estructura de la empresa, que muestra los niveles jerárquicos, las líneas de comunicación y autoridad Chiavenato (2005), se muestran los cargos necesarios para el inicio de las operaciones. Se determinó que el contador y el diseñador no se vincularan en forma permanente. Serán contratados por horas:

La siguiente ilustración muestra el organigrama de tipo vertical de la empresa proyectada:

Figura 4. Organigrama



Planta de cargos y salarios básicos mensuales. En el siguiente cuadro se muestran los cargos y los salarios básicos mensuales:

Tabla 14. Planta de cargos y sus salarios básicos mensuales

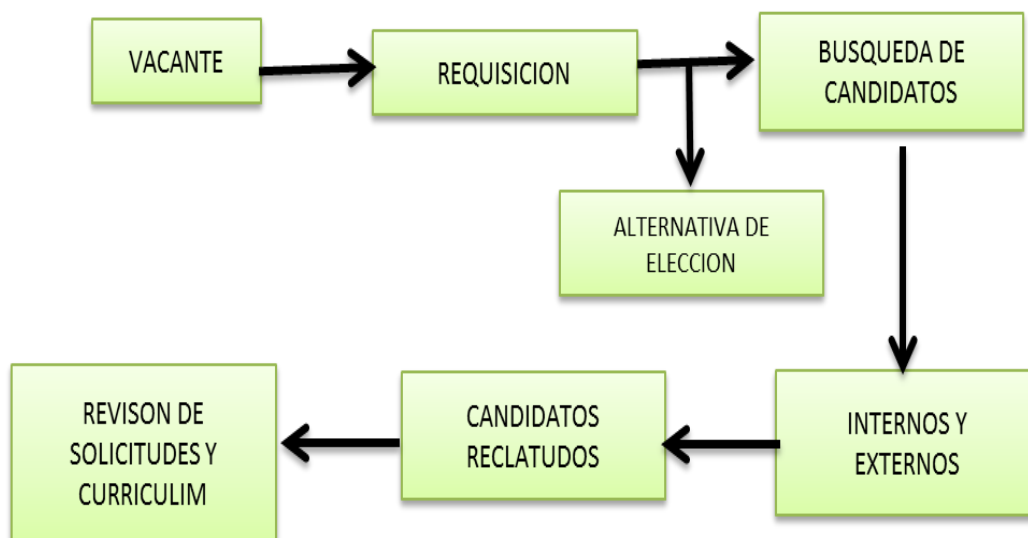
CARGOS Y SALARIOS		
ADMÓN. Y VENTAS	Cantidad	Mensuales
Gerente	1	1,200,000
Secretaria	1	877,803
Vendedor	1	877,803
Personas con auxilio	3	
PRODUCCIÓN		
Jefe de Producción y Control de Calidad	1	1,000,000
Operario 1	1	877,803
Operario 2	1	877,803
Personas con auxilio		3

Fuente: (Los autores)

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Es una invitación o convocatoria al mercado de trabajo externo para que una persona aspire a ocupar una vacante, se debe ofertar y esperar que los candidatos se sientan atraídos a vincularse.

Figura 5. Modelo de reclutamiento de personal



Fuente: (Noguera Mejía, García Flórez, & Caicedo castro, 2016, p. 92)

Los medios que se manejarán para la recepción de las hojas de vida serán:

- Contactos con bolsas de empleo, Sitios web como CompuTrabajo, El Empleo y Clasificados en los diarios locales.
- Las etapas de este proceso comprenden:
- Identificación de la vacante y elaboración de los requisitos que debe cumplir un aspirante a ocuparla.
- Investigar si hay candidatos al interior de la empresa. Si no entonces se hace la convocatoria externa
- Revisión de solicitudes y hojas de vida y elaboración de lista de posibles candidatos de acuerdo a las hojas de vida recibidas.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

Este proceso está enfocado a elegir al aspirante más apto para ser contratado. La vinculación tiene varios pasos así:

- Presentación de hoja de vida
- Verificación de referencias y antecedentes
- Entrevista preliminar
- Pruebas de selección
- Entrevista de selección
- Decisión de selección
- Remisión a exámenes médicos
- Contratación

El siguiente es el diagrama del proceso de selección de personal:

Figura 6. Diagrama del proceso de selección de personal



Fuente: (Noguera Mejía et al., 2016, p. 93)

4.4.1 Solicitud de empleo. Un aspirante hace entrega de su hoja de vida para un cargo vacante. No hay un formato único y en el comercio se ofrecen para personal calificado y no calificado.

4.4.2 La entrevista. Es el paso que realizan todas las empresas independientes del cargo a que se aspira. Consiste en hacer preguntas previamente elaboradas y anotar las respuestas del entrevistado, para verificar los datos colocados en la hoja de vida.

4.4.3 Pruebas de conocimiento y pruebas técnicas. Se practicará un Test psicométricos (aptitud) para evaluar a todos los colaboradores. y el Test de rendimiento para los operarios para evaluar la habilidad manual para el manejo de la maquinaria a su cargo.

4.4.4 Entrevista de selección. Al final se hará una entrevista en profundidad que complementa los datos de la entrevista preliminar y se basa en información del cargo que acapara. En JOCLADE SAS, la realizará el gerente y será verbal.

4.4.5 Examen médico. Se realizarán exámenes físicos dependiendo del cargo al que se llenará la vacante y médicos para determinar cuál es su estado de salud y el

conocimiento o capacidad para medir los conocimientos o habilidades de los trabajadores en el desarrollo de sus funciones.

4.4.6 Proceso de vinculación personal. Es la formalización de la contratación con la empresa, se le exige todos los documentos que tiene establecido la gerencia para los colaboradores que se vinculen.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Este proceso hace referencia a la recepción de los documentos necesarios para la vinculación e iniciar el expediente personal de los empleados. Es la formalización de la vinculación del seleccionado a las empresas y se hace por medio de un documento, llamado contrato individual de trabajo, que establece la relación entre el empleado y la empresa, por un plazo determinado o indeterminado. Es formalizar la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, y derechos tanto del trabajador como los de la empresa.

Todas las prestaciones sociales establecidas por ley (aportes parafiscales, cesantías, vacaciones y primas), le serán canceladas al empleado. En caso de retiro, debe hacerse un preaviso de treinta días.

Los documentos solicitados para la firma son:

- Dos fotos 4x3 tamaño cedula fondo blanco.
- Fotocopia de cedula a 150% legible.
- Fotocopia de la libreta militar (en el caso de hombres)
- Hoja de vida actualizada Forma Minerva C-02
- Certificado de cuenta bancaria
- Certificado de antecedentes judiciales, expedido por la Policía Nacional
- Certificado de EPS
- Certificado de Pensiones

- Copia de diploma o acta de grado de títulos obtenidos si la vacante la requiere.
- Certificados de experiencia laboral

La empresa realiza la afiliación a los derechos de seguridad social.

El tipo de contratación para el personal administrativo, comercial y operativo es directo, pero el contador y el diseñador serán contratados por honorarios y su tipo de contrato es por prestación de servicios.

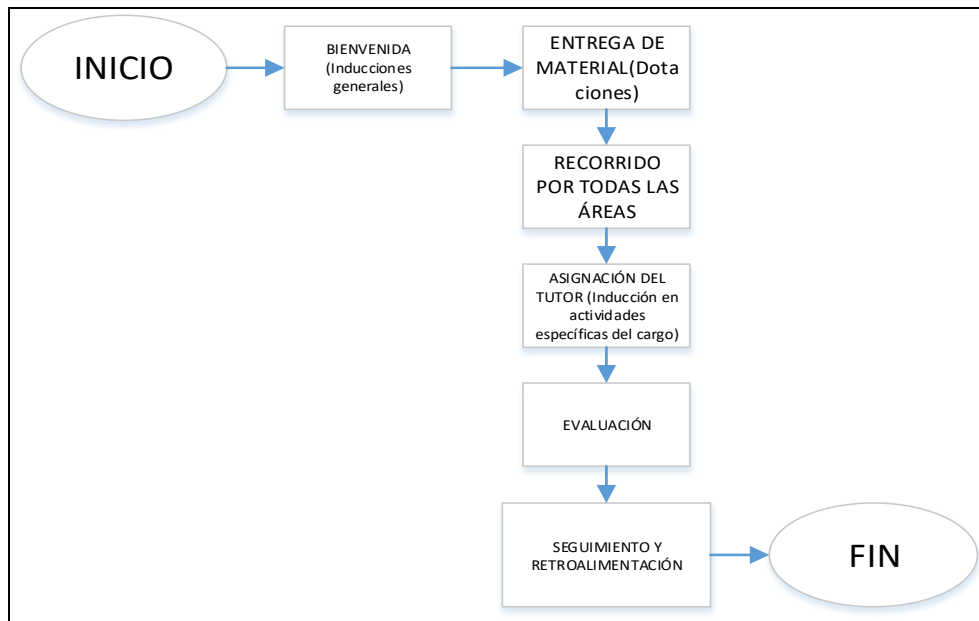
4.5.1 Inducción del personal. Es realizada por el Gerente de la empresa o la persona que él designe. Es el primer encuentro entre el trabajador y la empresa. Se le entregará la información general necesaria de la empresa con el objetivo de integrar el individuo al puesto, al jefe y los compañeros de trabajo.

Es el proceso que proporciona a los empleados información básica de los antecedentes de la compañía, se les informa a los empleados sobre las actitudes, normas, valores y modelos de conducta que son esperados por la compañía. Igual se les habla sobre la historia y evolución de la organización, su estado actual objetivos y posicionamiento. También sobre el cargo que ocupará, sus características y relaciones con otros cargos.

Se les explica sobre la Misión, Visión. Filosofía, objetivos, valores corporativos, organigrama y se le entrega el manual de funciones y de la organización.

A continuación, se presenta un diagrama de la inducción al personal:

Figura 7. Proceso de inducción del personal



Fuente: (Gutiérrez Yondapiz & Manquillo Morales, 2017, p. 104)

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE PERSONAL

Es un proceso educacional a corto plazo por medio del cual los trabajadores adquieren nuevos conocimientos, habilidades y destrezas para el cabal cumplimiento de las tareas asignadas, es necesario que la empresa constantemente les esté invitando a que participen de esta actividad. Proporciona, al empleado nuevo y los actuales las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Este proceso le proporciona al colaborador un mayor desarrollo individual y profesional, lo que hará que la empresa tenga mayor desarrollo.

Programa de incentivos. Son los reconocimientos establecidos por la Gerencia y Junta Directiva para motivar a los colaboradores al aumento de la productividad y alcancen los objetivos planeados.

En **JOCLADE SAS** se establecen los siguientes:

- **Reconocimientos.** Se elegirá al empleado más destacado durante el mes y se le reconocerá en público. Esto hace que los empleados se sientan importantes para la organización.
- **Ambiente laboral.** Generado a partir de la confianza entre los compañeros, procurando que se sientan como en su casa.
- **Remuneración.** La mejor manera de motivar a los trabajadores sin duda es cumplir con el pago en las fechas que quedaron estipuladas en el contrato.
- **Conocimientos.** Brindar a los empleados, la posibilidad de iniciar o continuar estudios que le permitan aplicar en la empresa los conocimientos adquiridos, sean teóricos o técnicos.

4.7 ESTUDIO LEGAL

Este estudio comprende los elementos básicos que regirán la cultura organizacional de la empresa como son: la visión, la misión, los objetivo, la estructura

organizacional, que muestra el personal necesario, sus funciones, los perfiles del cargo, y el salario.

El estudio jurídico o legal comprende los trámites administrativos y legales necesarios para constituir la empresa –por ejemplo: constitución de la sociedad, registros, licencia fiscal, licencias de actividad o de obras, entre otros.

En la página Web de la Cámara de Comercio de Cali, aparecen los requisitos que se deben cumplir para crear en Cali, una empresa (Cámara de Comercio de Cali, s. f.)

4.7.1 Tipo de sociedad a constituir. Los estatutos de la SAS constituidos con el modelo que aparece en la página web de la Cámara de Comercio de Cali, se presentan en los Anexos.

La empresa Confecciones **JOCLADE SAS**, funcionará legalmente como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Cabe añadir que este tipo de empresas creada por la Ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado (Cámara de Comercio de Cali, s. f.).

La sociedad por acciones simplificada (S.A.S.). “Es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad v empresarial: Que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, Cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes, Que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas y que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial” (Dinero, 2009).

- Requisitos para constituir una sociedad por acciones simplificada:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

4.7.2 Características de la sociedad de acciones simplificadas.

“JOCLADE S.A.S”

ACTO CONSTITUTIVO

En la ciudad de CALI, Departamento de VALLE DEL CAUCA Republica de Colombia, el 01 de Junio del año 2020; los suscritos Claudia Alexandra Buriticá, identificada con cedula de ciudadanía No. 31.307.770 expedida en CALI, Deisy Viviana Ortiz Dorado , identificada con cedula de ciudadanía No 1130.596.382 expedida en Cali, y Johana Carolina Rincón Montes, identificada con la cedula de ciudadanía 31.579.799 expedida en Cali, todas domiciliadas en la ciudad de Cali, todos mayores de edad, hábiles para contratar y obligarse, mediante el presente documento privado y en virtud al cumplimiento a lo determinado por el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, manifiestan: PRIMERO que obrando en su propios nombres han decidido constituirse en persona jurídica, mediante la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada denominada JOCLADE S.A.S para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita que se regula, que se regirá por las estipulaciones contractuales que se expresan a continuación y en conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

Los estatutos bajo los cuales se regirá la sociedad se encuentran en los anexos.

➤ **Costos de constitución de la SAS.** En la tabla siguiente se muestra la relación de costos de constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Tabla 15. Confecciones JOCLADE SAS Costos de constituir la empresa

Constitución de la sociedad	1	\$	34,000	\$	34,000
Impuesto de registro	1	\$	70,000	\$	70,000
Matricula persona jurídica	1	\$	131,000	\$	131,000
Formulario de registro mercantil	1	\$	4,500	\$	4,500
Inscripción de libros	1	\$	12,000	\$	12,000

Constitución de la sociedad	1	\$ 34,000	\$ 34,000
Autenticación notarial para socios	2	\$ 4,300	\$ 8,600
Formulario del registro único empresarial	1	\$ 4,500	\$ 4,500
Derecho de inscripción	1	\$ 25,000	\$ 25,000
Certificados de existencia	1	\$ 5,200	\$ 5,200
Certificado de uso de suelo	1	\$ 13,000	\$ 13,000
Certificado de control de plagas	1	\$ 68,000	\$ 68,000
Concepto sanitario	1	\$ 35,600	\$ 35,600
Registro Mercantil Cámara de Comercio	1	\$ 407,100	\$ 411,400
TOTAL			\$ 822,800

Fuente: (Los autores)

➤ **Aportes de los socios.** La empresa **JOCLADE SAS** será fundada inicialmente por tres (3) socios, quienes aportarán a la sociedad la suma de veinte millones de pesos (\$20.000.000), cada uno.

5 ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio realizado, se da a conocer de una manera clara los elementos que participaran en el estudio financiero de la creación del proyecto.

El estado financiero da a conocer cuáles son las necesidades de los recursos que se deben invertir, arrojando con esto, cantidades y valores totales que serán necesarios para la viabilidad del proyecto. Da a conocer la manera de financiar los aportes propios y los créditos, se conocerán las utilidades en cada periodo y se logra conocer el impacto del proyecto por medio del cálculo de la demanda.

A continuación, Se observará cómo serán los ingresos que se obtendrá a lo largo del periodo, el estudio financiero determina los valores reales en la inversión de un proyecto demostrando que tan viable será y como se debe invertir de manera correcta en los productos a comercializar y en las personas que se necesitan para llevar a cabo el objetivo final.

Es importante resaltar que los valores se encuentran proyectados en pesos corrientes, utilizando los índices de precio del consumidor (IPC) de los años 2020 al 2025 obtenido del análisis que elabora el banco AVVILLAS.

El incremento salarial se realiza anualmente de acuerdo a lo establecido por la ley, es importante mencionar que el estudio de resultado con financiación y sin financiación se realiza con el fin de crear un cuadro comparativo de lo financiero y lo económico el cual arroje en el estado sin financiación la viabilidad y observar que tan rentable puede ser el proyecto y que se le debe mejorar.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

En la tabla siguiente se observará la inversión total de los activos básicos para el inicio de la asociación para un total de \$111.169.748 los cuales son:

Activos fijos es la maquinaria y tipos de equipos que son de importancia para su inicio.

Activos diferidos son todos aquellos elementos representativos para la adecuación del proyecto.

Total, efectivo que se necesita para el arranque del proyecto. Para la creación de la asociación se plantean dos alternativas: Financiación con recursos propios y Financiación con entidades financieras.

Tabla 16. Inversión inicial

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI			
INVERSIÓN EN PESOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	2	1,287,000	2,574,000
Silla ergonómica	4	64,900	259,600
Archivador Metálico	4	306,900	1,227,600
			0
			0
			0
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			4,061,200
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Servidor	1	3,000,000	3,000,000
CP DELL	3	2,500,000	7,500,000
Impresora Epson Multifuncional	1	1,534,000	1,534,000
Impresora recibos	1	380,000	380,000
Teléfono	1	190,000	190,000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			12,604,000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Equipo Planchado	1	2,700,000	2,700,000
Máquina Bordadora	1	5,150,000	5,150,000
Maáquina Collarin industrial	1	4,520,000	4,520,000
Máquina cortadora vertical industrial	1	8,850,000	8,850,000
Máquina encauchadora	1	8,860,000	8,860,000
Máquina Fileteadora	1	3,500,000	3,500,000
Máquina Plana Industrial	1	2,170,000	2,170,000
Tiqueteadoira	1	108,500	108,500
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			35,858,500
TOTAL ACTIVOS FIJOS			52,523,700
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
Registro Mercantil Cámara de Comercio	1	402,000	402,000
Derechos Inscripción	1	31,000	31,000
Formulario de Registro	1	4,000	4,000
Inscripción de Libros	1	103,000	103,000
Higiene y Sanidad	1	60,000	60,000
Bomberos	1	25,000	25,000
Uso de Suelos	1	34,000	34,000
TOTAL GASTO DE CONSTITUCION			625,000

Fuente: (los autores)

Continuación Tabla 19. Inversión inicial

ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Exhibidores	14	155,000	2,170,000
Estanterías	10	90,000	900,000
Muebles Baul	2	160,000	320,000
Superficie de trabajo	2	1,600,000	3,200,000
mesa de empacado	2	1,200,000	2,400,000
Cestos	6	40,000	240,000
Ganchos	500	2,500	1,250,000
Metro Modistería	4	7,200	28,800
Cafetera	1	35,000	35,000
Papelera	5	22,200	111,000
Extintor Multipropósito	4	52,000	208,000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			10,862,800
ACTIVOS INTANGIBLES			
Windows 8	3	300,000	900,000
Office	3	280,000	840,000
antivirus	1	70,000	70,000
Poliza RCC	1	1,500,000	1,500,000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			3,310,000
ADECUACIONES			
Área de producción y ventas	1	19,200,000	19,200,000
TOTAL ADECUACIONES			19,200,000
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes Informativos	2,000	100	200,000
Pauta en Prensa	4	350,000	1,400,000
Pautas radiales	1	395,780	395,780
página WEB	1	1,600,000	1,600,000
Brochure	1,000	1,100	1,100,000
Tarjetas de presentación	5,000	90	450,000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			5,145,780
SEGUROS			
Póliza Todo Riesgo	1	6,750,870	6,750,870
TOTAL SEGUROS			6,750,870
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			26,694,450
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de administracion	3	1,470,591	4,411,773
Gastos de ventas	3	0	0
Nominas	3	7,413,062	22,239,185
Inventario	1	5,300,640	5,300,640
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			31,951,598
TOTAL INVERSION			111,169,748
% DE INVERSION A FINANCIAR			20.00%
INVERSION A FINANCIAR			22,233,950
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR POR MES			2,224,538

Fuente: (los autores)

5.2 DEPRECIACIÓN

Se utilizará el método de línea recta, es uno de los métodos más utilizado en las organizaciones el cual consiste en dividir el valor del activo entre su vida útil.

Para utilizar este método se determina la vida útil de los equipos según el decreto 3019 de 1989 que son:

- Muebles y enseres de 3 años, Maquinaria de 5 año y finalmente, para los edificios a 20 años.

Tabla 17. Depreciación en pesos

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI							
DEPRECIACIÓN EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	112,811	1,353,733	1,353,733	1,353,733		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	350,111	4,201,333	4,201,333	4,201,333		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	597,642	7,171,700	7,171,700	7,171,700	7,171,700	7,171,700
TOTAL		1,060,564	12,726,767	12,726,767	12,726,767	7,171,700	7,171,700
MESES AÑOS	12						

Fuente: (los autores)

5.3 ESTADO FINANCIERO INICIAL

Es un documento que permite conocer la situación financiera actual, y los resultados de pérdidas o ganancias de la asociación. Muestra los activos y pasivos y da a conocer el patrimonio.

5.3.1 Balance inicial sin financiación. Muestra cual es la situación financiera inicial de la empresa, sin que se tenga que realizar un préstamo con entidades bancarias, tomando como punto de partida la inversión que realizan los socios.

Tabla 18. Balance inicial sin financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA-BANCOS	31,951,598
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	31,951,598
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	4,061,200
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	12,604,000
MAQUINARIA Y EQUIPO	35,858,500
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,523,700
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	26,694,450
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	26,694,450
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	79,218,150
TOTAL ACTIVOS	111,169,748
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar	0
Cesantias	0
Intereses a la Cesantia por pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
TOTAL PASIVO	0
PATRIMONIO	
Capital Social	111,169,748
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	111,169,748
PASIVO MAS PATRIMONIO	111,169,748

Fuente: (los autores)

5.3.2 Balance inicial con financiación. Muestra cual es la situación económica inicial de la empresa, tomando como punto de partida la inversión que realizan los socios y la financiación de la entidad bancaria el cual es del 20%.

Tabla 19. Balance inicial con financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA-BANCOS	31,951,598
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	31,951,598
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	4,061,200
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	12,604,000
MAQUINARIA Y EQUIPO	35,858,500
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,523,700
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	26,694,450
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	26,694,450
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	79,218,150
TOTAL ACTIVOS	111,169,748
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar	0
Cesantias	0
Intereses a la Cesantia por pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	22,233,950
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	22,233,950
TOTAL PASIVO	22,233,950
PATRIMONIO	
Capital Social	88,935,799
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	88,935,799
PASIVO MAS PATRIMONIO	111,169,748

Fuente (los autores)

5.4 LEASING FINANCIERO

Tabla 20. Leasing financiero

CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
LEASING EN PESOS	
Valor Activo	35,750,000
% Opcion de Compra	15.00%
Valor Opcional de Compra	5,362,500
DTF	6.49%
SPREAD	4.10%
TEA (%)	10.86%
TASA NOMINAL MENSUAL	10.35%
TASA MENSUAL	0.86%
Numero de Cuotas	48
Meses de Año	12
VP Opcion de compra	3,550,823
Valor para calculo cuota	32,199,177

N° Cuota	Cuota	Intereses	Amortizacion	Saldo	
0				35,750,000	
1	822,087	308,363	513,724	35,236,276	
2	822,087	303,932	518,155	34,718,121	
3	822,087	299,463	522,625	34,195,496	
4	822,087	294,955	527,133	33,668,364	
5	822,087	290,408	531,679	33,136,684	
6	822,087	285,822	536,265	32,600,419	
7	822,087	281,196	540,891	32,059,528	
8	822,087	276,531	545,556	31,513,972	
9	822,087	271,825	550,262	30,963,709	
10	822,087	267,079	555,008	30,408,701	
11	822,087	262,292	559,796	29,848,905	
12	822,087	257,463	564,624	29,284,281	
13	822,087	252,593	569,494	28,714,787	
14	822,087	247,681	574,407	28,140,380	
15	822,087	242,726	579,361	27,561,019	
16	822,087	237,729	584,359	26,976,660	
17	822,087	232,688	589,399	26,387,261	
18	822,087	227,605	594,483	25,792,779	
19	822,087	222,477	599,611	25,193,168	
20	822,087	217,305	604,783	24,588,386	
21	822,087	212,088	609,999	23,978,386	
22	822,087	206,827	615,261	23,363,126	
23	822,087	201,520	620,568	22,742,558	
24	822,087	196,167	625,920	22,116,638	
25	822,087	190,768	631,319	21,485,319	
26	822,087	185,323	636,765	20,848,554	
27	822,087	179,830	642,257	20,206,297	
28	822,087	174,290	647,797	19,558,500	
29	822,087	168,703	653,385	18,905,115	
30	822,087	163,067	659,020	18,246,095	
31	822,087	157,383	664,705	17,581,390	
32	822,087	151,649	670,438	16,910,952	
33	822,087	145,866	676,221	16,234,731	
34	822,087	140,033	682,054	15,552,677	
35	822,087	134,150	687,937	14,864,740	
36	822,087	128,216	693,871	14,170,869	
37	822,087	122,231	699,856	13,471,013	
38	822,087	116,195	705,892	12,765,121	
39	822,087	110,106	711,981	12,053,139	
40	822,087	103,965	718,122	11,335,017	
41	822,087	97,771	724,317	10,610,700	
42	822,087	91,523	730,564	9,880,136	
43	822,087	85,222	736,866	9,143,270	
44	822,087	78,866	743,222	8,400,049	
45	822,087	72,455	749,632	7,650,416	
46	822,087	65,989	756,098	6,894,318	
47	822,087	59,467	762,620	6,131,698	
48	822,087	52,889	769,198	5,362,500	
		9,072,691	30,387,500		
LEASING EN PESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	
INTERES	3,399,329	2,697,404	1,919,279	1,056,679	9,072,691
AMORTIZACION	6,465,719	7,167,643	7,945,769	8,808,369	30,387,500
	9,865,048	9,865,048	9,865,048	9,865,048	

Fuente: (los autores)

5.5 PARÁMETROS GENERALES

5.5.1 Parámetros económicos. Estos parámetros fueron extraídos de los indicadores macroeconómicos que se proyectaron para los años 2020 – 2025 del grupo AVAL, los cuales tienen una proyección e incremento realizado por esta entidad financiera esta información fue suministrada por el Banco de la República.

Tabla 21. Parámetros económicos

ACCIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE					
PARAMETROS ECONOMICOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC%	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
TRM (\$/US\$)	3045.550	3073.33	3073.330	3073.330	3073.330
VARIACION% TRM	1.47%	0.91%	0.00%	0.00%	0.00%
% PRECIOS	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
% Costos	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
% Unidades	1.96%	1.96%	1.96%	1.96%	1.96%
RENTA	33.00%	33.00%	33.00%	33.00%	33.00%
IVA	19.00%	19.00%	19.00%	19.00%	19.00%
INC	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%
ICA (Tarifa * Miles)	0.0041	0.0041	0.0041	0.0041	0.0041
Reserva Legal	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
TRM(\$/US\$) 2016	3000.71				

Fuente: (los autores)

5.5.2 Parámetros laborales. Esta tabla permite conocer los puntos de referencias en los que trabajará la empresa, y cuál será el cumplimiento de las normas establecidas por la ley con respecto al pago de los empleados.

Tabla 22. parámetros laborales

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
PARAMETROS LABORALES	
SMMLV	877,803
Auxilio de Transporte	102,854
Cesantias	8.33%
Intereses a la Cesantias	1.00%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Salud	0.00%
Pension	12.00%
ARL	0.5226%
Caja de Compesacion	4.00%
ICBF	0.00%
SENA	0.00%

Fuente: (los autores)

5.6 CARGOS Y SALARIOS

Se presenta los cargos con sus respectivos salarios:

Tabla 23. Cargos y salarios

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
CARGOS Y SALARIOS	
ADMÓN. Y VENTAS	
Gerente	1,200,000
Secretaria	877,803
Vendedor	877,803
Personas con auxilio	3
PRODUCCIÓN	
Jefe de Producción y Control de Calidad	1,000,000
Operario 1	877,803
Operario 2	877,803
Personas con auxilio	3

Fuente: (los autores)

5.7 RECAUDOS Y PAGOS

Se observa cómo se efectúan los pagos y recaudos que se espera obtener la parte comercial de la asociación, la metodología de venta que corresponden al efectivo.

Tabla 24. Recaudos y pagos

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
RECAUDOS	
Contado (%)	100.00%
Credito (%)	0.00%
Plazo (Dias)	0.00

Fuente: (los autores)

CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
PAGOS	
Contado (%)	100.00%
Credito (%)	0.00%
Plazo (Dias)	0.00

5.8 REGISTRO MERCANTIL

Este cuadro arroja el costo del registro mercantil para la constitución de la sociedad S.A.S, estos valores se calculan por medio de la tabla de la Cámara de Comercio de Cali.

Tabla 25. Registro mercantil

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI	
REGISTRO MERCANTIL	
limite Inferior	38,361,284
Limite Superior	51,640,190
Promedio	45,000,737
% A Aplicar	0.89%
Valor a Pagar	402,000

Fuente: (los autores)

5.9 MARGEN BRUTO

Se presenta el margen bruto según herramienta financiera.

Tabla 26. Margen bruto

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI				
PRECIOS DE VENTA				
ITEM	COSTO UNITARIO	MARGEN	CANTIDAD/MENSUAL	PRECIO DE VENTA
UNIFORMES DEPORTIVOS				
Conjunto pantalos y b	42,703	50.0%	149	64,054
Jeans	38,184	50.00%	161	57,276
Legguins	28,596	50.00%	135	42,893

Fuente: (los autores)

5.10 PROYECCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Tabla 27. Proyección gastos de administración

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI			
PARAMETRO DE GASTOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACION			
Arrendamiento	1	2,000,000	2,092,400
Internet	1	150,000	156,930
Telefono Fijo	1	10,000	10,462
Telefono Celular	1	45,000	47,079
Servicios publicos	1	700,000	732,340
Mantenimiento equipos de computo	1	65,000	68,003
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			3,107,214
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			
Agenda	2	5,500	11,508
Bisturi	2	800	1,674
lapicero caja de 10	1	3,500	3,662
Pegante liquido	1	1,800	1,883
Pegante barra	1	2,250	2,354
Sacagancho	2	700	1,465
Grapadora	2	4,200	8,788
Clips	1	2,500	2,616
Resma de papel carta	1	7,800	8,160
Resma de papel oficio	1	8,500	8,893
Toner Impresora	1	120,000	125,544
Marcador	2	1,900	3,976
Cinta	3	1,900	5,963
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			186,485
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			
Escoba	1	50,000	52,310
Trapero	1	50,000	52,310
Recogedor	1	50,000	52,310
Detergente 1 kilo	1	12,000	12,554
Papel higienico por 4	24	4,600	115,500
juegos de Pocillos y platos pequeños x 6	1	40,000	41,848
toallas de manos	10	10,500	109,851
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			436,684
GASTOS DE VENTAS			
Volantes informativos	1,000	98	102,528
Degustaciones	50	675	35,309
Pauta Revista Salud & Vida (1/4 página)	1	395,780	414,065
Mantenimiento Pagina Web	1	250,000	261,550
Brochure	150	1,100	172,623
Tarjetas de presentacion	2,000	90	188,316
Stand	1	2,500,000	2,615,500
TOTAL			3,789,891
COSTOS DE PRODUCCION (CIF)			
COSTOS DE PRODUCCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Transporte de mercancía	5	180,000	941,580
Arriendo + Servicios	1	1,004,352	1,050,753
Mantenimiento Equipos	1	150,000	156,930
DOTACIONES			0
OVEROLES	3	28,000	87,881
GUANTES	10	3,500	36,617
TAPABOCAS	10	2,500	26,155
TOTAL DOTACIONES			150,653
GASTOS DE ADECUACIONES EN PESOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sistema electrico	1	2,500,000	2,500,000
Divisiones	1,00	4,500,000	4,500,000
Pintura	1,00	2,000,000	2,000,000
Iluminación	1	3,500,000	3,500,000
Baños	1	2,500,000	2,500,000
Bodega	1	4,200,000	4,200,000
TOTAL GASTOS ADECUACIONES LOCATIVAS			19,200,000

Fuente: (los autores)

Como se aprecia en el cuadro anterior se van discriminado los gastos de administración y los gastos de venta como la publicidad y los servicios de comunicación.

5.11 PROYECCIÓN NÓMINAS

5.11.1 Nómina administrativa. A continuación, Se presenta la nómina administrativa:

Tabla 28. Nomina administrativa

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																
NOMINA ADMINISTRACION Y VENTAS EN PESOS																
CARGOS	ENE	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Gerente	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	14,400,000	14,886,720	15,389,891	15,910,069	16,447,830	
Secretaría	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	10,533,636	10,889,673	11,257,744	11,638,256	12,031,629	
TOTAL	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	24,933,636	25,776,393	26,647,635	27,548,325	28,479,458	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADO																
PERSONAS CON AUXILIO	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3						
SALARIOS	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	24,933,636	25,776,393	26,647,635	27,548,325	28,479,458	
Auxilio de Transporte	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	3,702,744	3,827,897	3,957,280	4,091,036	4,229,313	
Cesantias	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	2,724,641	
Intereses a la Cesantias	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	23,864	286,364	296,043	306,049	316,394	327,088	
Primas	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	198,784	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	2,724,641	
Vacaciones	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	86,561	1,038,735	1,073,845	1,110,140	1,147,663	1,186,454	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pension	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	2,992,036	3,093,167	3,197,716	3,305,799	3,417,535	
ARL	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	130,303	134,707	139,261	143,968	148,834	
Caja de Compesacion	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	997,345	1,031,056	1,065,905	1,101,933	1,139,178	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	38,851,985	40,165,182	41,522,765	42,926,235	44,377,141	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																
SALARIOS	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	2,077,803	24,933,636	25,776,393	26,647,635	27,548,325	28,479,458	
Auxilio de Transporte	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	3,702,744	3,827,897	3,957,280	4,091,036	4,229,313	
Cesantias											0	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	
Intereses a la Cesantias											0	286,364	296,043	306,049	316,394	
Primas				1,192,705							1,192,705	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	2,724,641
Vacaciones										1,038,735	1,038,735	1,073,845	1,110,140	1,147,663	1,186,454	
Salud											0	0	0	0	0	
Pension	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	249,336	2,992,036	3,093,167	3,197,716	3,305,799	3,417,535	
ARL	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	10,859	130,303	134,707	139,261	143,968	148,834	
Caja de Compesacion	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	83,112	997,345	1,031,056	1,065,905	1,101,933	1,139,178	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2,729,672	2,729,672	2,729,672	3,922,377	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	4,961,113	36,180,211	40,074,876	41,429,407	42,829,721	44,277,365

Fuente: (los autores)

En el cuadro de la nómina administrativa se aprecian los cargos administradores con un salario de \$1.200.000 y la secretaria con \$900.000 con la discriminación de todas las prestaciones sociales como auxilio de transporte, cesantías, interés de cesantías, la prima, pensión, salud, caja de compensación entre otras prestaciones.

5.11.2 Nómina operativa. A continuación, Se presenta la nómina operativa:

Tabla 29. Nómina operativa

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																		
NOMINA PRODUCCIÓN EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Jefe de Producción y Control de Calidad	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	12,000,000	12,405,600	12,824,909	13,258,391	13,706,525	
Operario 1	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	10,533,636	10,889,673	11,257,744	11,638,256	12,031,629	
Operario 2	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	877,803	10,533,636	10,889,673	11,257,744	11,638,256	12,031,629	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	33,067,272	34,184,946	35,340,397	36,534,902	37,769,782	
DATOS AL ESTADO DE RESULTADO																		
PERSONAS CON AUXILIO	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3						
SALARIOS	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	33,067,272	34,184,946	35,340,397	36,534,902	37,769,782	
Auxilio de Transporte	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	3,702,744	3,827,897	3,957,280	4,091,036	4,229,313	
Cesantias	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	3,062,942	3,166,470	3,273,496	3,384,141	3,498,525	
Intereses a la Cesantias	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	30,642	367,700	380,128	392,977	406,259	419,991	
Primas	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	255,245	3,062,942	3,166,470	3,273,496	3,384,141	3,498,525	
Vacaciones	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	114,799	1,377,583	1,424,145	1,472,281	1,522,044	1,573,489	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pension	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	3,968,073	4,102,193	4,240,848	4,384,188	4,532,374	
ARL	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	172,810	178,651	184,689	190,931	197,385	
Caja de Compesacion	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	1,322,691	1,367,398	1,413,616	1,461,396	1,510,791	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	4,175,396	50,104,756	51,798,297	53,549,080	55,359,039	57,230,174	
DATOS AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	2,755,606	33,067,272	34,184,946	35,340,397	36,534,902	37,769,782	
Auxilio de Transporte	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	308,562	3,702,744	3,827,897	3,957,280	4,091,036	4,229,313	
Cesantias													0	3,062,942	3,166,470	3,273,496	3,384,141	
Intereses a la Cesantias													0	367,700	380,128	392,977	406,259	
Primas						1,531,471							1,531,471	3,062,942	3,166,470	3,273,496	3,384,141	
Vacaciones													1,377,583	1,377,583	1,424,145	1,472,281	1,522,044	
Salud	0												0	0	0	0	0	
Pension	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	330,673	3,968,073	4,102,193	4,240,848	4,384,188	4,532,374	
ARL	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	14,401	172,810	178,651	184,689	190,931	197,385	
Caja de Compesacion	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	110,224	1,322,691	1,367,398	1,413,616	1,461,396	1,510,791	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	3,519,466	3,519,466	3,519,466	3,519,466	3,519,466	5,050,937	3,519,466	3,519,466	3,519,466	3,519,466	3,519,466	3,519,466	6,428,519	46,674,114	51,682,342	53,429,205	55,235,112	57,102,059

Fuente: (los autores)

La nómina operativa muestra los cargos de jefes de producción con un salario de \$1.000.000 y los cargos de operario 1 y 2 con un salario de \$877.803 con la discriminación de todas las prestaciones sociales como auxilio de transporte, cesantías, interés de cesantías, la prima, pensión, salud, caja de compensación entre otras prestaciones.

5.12 COSTOS UNITARIOS

Tabla 30. Costos unitarios

Conjunto pantalos y blusa				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela	1.8	Metro	10,000	18,000
Hilo delgado	3	Metro	35	105
Hilo grueso	3	Metro	34	102
Marquilla	1	Unidad	50	50
Botones y cierres	1	Unidad	7,600	7,600
Resorte	1	metro	5,000	5,000
TOTAL MP				30,857
MANO DE OBRA				9,378
CIF				2,467
TOTAL				42,703

Jeans				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela Jeans	1.8	Metro	9,000	16,200
Hilo delgado	1.1	Metro	35	39
Estampado	1	Unidad	2,000	2,000
Marquilla	1	Unidad	50	50
Botones y cierres	1	Unidad	7,600	7,600
Resorte	0.09	Unidad	5,000	450
TOTAL MP				26,339
MANO DE OBRA				9,378
CIF				2,467
TOTAL				38,184

Legguins				
PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	COSTO UNITARIO
Tela anticelulitis	1.2	Metro	13000	15,600
Hilo delgado	2	Metro	40	80
Hilo grueso	2	Metro	35	70
Marquilla	1	Unidad	100	100
Etiqueta	1	Unidad	300	300
Empaque	1	Unidad	600	600
TOTAL MATERIA PRIMA				16,750
MANO DE OBRA				9,378
CIF				2,467
TOTAL				28,596

Fuente: (los autores)

5.13 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS

Tabla 31. Proyección de ventas y costos

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																		
PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS																		
PRESUPUESTO UNIDADES A VENDER																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	149	149	149	149	149	149	149	149	149	149	149	149	149	1,786	1,821	1,856	1,893	1,930
Jeans	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	161	1,932	1,970	2,009	2,048	2,088	
Legguins	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	135	1,625	1,657	1,689	1,722	1,756	
TOTAL	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445	5,343	5,447	5,554	5,663	5,774	
COSTOS UNITARIOS (MP-MO-CIF)																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	42,703	44,146	45,638	47,181	48,775	
Jeans	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	38,184	39,475	40,809	42,188	43,614	
Legguins	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	28,596	29,562	30,561	31,594	32,662	
COSTOS TOTALES																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	6,354,755	76,257,056	80,379,916	84,725,679	89,306,398	94,134,774	
Jeans	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	6,148,102	73,777,218	77,766,005	81,970,447	86,402,203	91,073,563	
Legguins	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	3,871,742	46,460,905	48,972,828	51,620,558	54,411,438	57,353,209	
TOTAL	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	196,495,180	207,118,749	218,316,684	230,120,039	242,561,546	
PRECIO DE VENTA																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	64,054	66,219	68,457	70,771	73,163	
Jeans	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	57,276	59,212	61,213	63,282	65,421	
Legguins	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	42,893	44,343	45,842	47,391	48,993	
VENTAS TOTALES																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	9,532,132	114,385,584	120,569,873	127,088,519	133,959,596	141,202,161	
Jeans	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	9,222,152	110,665,827	116,649,008	122,955,670	129,603,304	136,610,344	
Legguins	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	5,807,613	69,691,358	73,459,242	77,430,837	81,617,158	86,029,813	
TOTAL	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318	
COSTO UNITARIO SIN MO Y SIN CIF																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	30,857	31,900	32,978	34,093	35,245	
Jeans	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	26,339	27,229	28,149	29,101	30,084	
Legguins	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	16,750	17,316	17,901	18,507	19,132	
COSTO TOTAL SIN MO Y SIN CIF																		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Conjunto pantalos y blusa	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	4,591,970	55,103,634	58,082,828	61,223,093	64,533,137	68,022,140	
Jeans	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	4,240,826	50,889,910	53,641,287	56,541,419	59,598,347	62,820,549	
Legguins	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	2,267,897	27,214,759	28,686,133	30,237,057	31,871,833	33,594,993	
TOTAL	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	133,208,303	140,410,249	148,001,570	156,003,318	164,437,682	
PRECIO PROMEDIO	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	55,168	57,032	58,960	60,953	63,013	
COSTO PROMEDIO	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	36,778	38,021	39,307	40,635	42,009	

Fuente: (los autores)

Las ventas y costos son realizados con base a la información de las cantidades a producir a nivel mensual y las cantidades a vender tomando las unidades diarias, mensuales y el nivel de participación que tendrá cada una reflejando ventas en el mes.

5.14 IVA

Tabla 32. IVA

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																	
IVA EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVACOBRAADO	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	56,001,126	59,028,843	62,220,255	65,584,211	69,130,040
IVA PAGADO	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	25,309,578	26,677,947	28,120,298	29,640,630	31,243,160
IVA CAUSADO	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	2,557,629	30,691,549	32,350,896	34,099,957	35,943,581	37,886,881
IVA AL FLUJO	0	0	0	0	10,230,516	0	0	0	10,230,516	0	0	0	20,461,032	21,567,264	22,733,304	23,962,387	25,257,921
IVA AL AÑO SIGUIENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10,230,516	10,783,632	11,366,652	11,981,194
IVA TOTAL AL FLUJO	0	0	0	0	10,230,516	0	0	0	10,230,516	0	0	0	20,461,032	31,797,780	33,516,936	35,329,039	37,239,114
MESES AÑO	12																
INC PAGADO AÑO	8																
INC POR PAGAR	4																

EMPRESA PRODUCTORA DE UNIFORMES ESCOLARES SOLITEX SAS																	
RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318
CUENTAS POR COBRAR																	
MESES AÑO	12																
RECAUDADO	11																
POR RECAUDAR	1																

EMPRESA PRODUCTORA DE UNIFORMES ESCOLARES SOLITEX SAS																	
PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	133,208,303	140,410,249	148,001,570	156,003,318	164,437,682
Credito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	11,100,692	133,208,303	140,410,249	148,001,570	156,003,318	164,437,682
MESES AÑO	12																
RECAUDADO	11																
POR RECAUDAR	1																

Fuente: (los autores)

5.15 ESTADOS DE RESULTADOS

Reflejan los ingresos netos generados por Ventas, los gastos operacionales, financieros e impositivos. Estos estados financieros son los que establecen si la empresa ha obtenido utilidades o pérdidas en un periodo determinado.

5.15.1 Estado de resultados sin financiación

Tabla 33. Estado de resultados sin financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																	
ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318
(-) COSTO	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	196,495,180	207,118,749	218,316,684	230,120,039	242,561,546
UTILIDAD BRUTA	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	98,247,590	103,559,374	109,158,342	115,060,019	121,280,773
EGRESOS																	
NOMINA	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	38,851,985	40,165,182	41,522,765	42,926,235	44,377,141
GASTOS ADMINISTRACION	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	11,981,710	9,809,763	10,141,333	10,484,110	10,838,473
GASTOS DE VENTA	0	0	0	0	0	0	3,789,891	0	0	0	0	0	3,789,891	3,917,989	4,050,417	4,187,321	4,328,853
GASTOS DE DEPRECIACION	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	12,726,767	12,726,767	12,726,767	7,171,700	7,171,700
GASTOS DIFERIDOS	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	26,694,450	6,979,049	7,214,941	7,458,806	7,710,914
ICA	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	1,208,445	1,273,780	1,342,648	1,415,238	1,491,754
TOTAL EGRESOS	8,094,062	7,402,890	7,402,890	8,026,059	7,402,890	7,402,890	11,883,952	7,402,890	7,402,890	8,026,059	7,402,890	7,402,890	95,253,248	74,872,531	76,998,871	73,643,411	75,918,835
UTILIDAD OPERACIONAL	93,238	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	(3,696,653)	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	2,994,342	28,686,843	32,159,471	41,416,609	45,361,938
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros													0				
Gastos financieros leasing													0				
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	93,238	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	(3,696,653)	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	2,994,342	28,686,843	32,159,471	41,416,609	45,361,938
Impuesto de renta	30,768	258,855	258,855	53,209	258,855	258,855	0	258,855	258,855	53,209	258,855	258,855	2,208,028	9,466,658	10,612,625	13,667,481	14,969,439
UTILIDAD NETA	62,469	525,554	525,554	108,031	525,554	525,554	(3,696,653)	525,554	525,554	108,031	525,554	525,554	786,313	19,220,185	21,546,845	27,749,128	30,392,498
RESERVA LEGAL	6,247	52,555	52,555	10,803	52,555	52,555	0	52,555	52,555	10,803	52,555	52,555	448,297	1,922,019	2,154,685	2,774,913	3,039,250
UTILIDAD DEL EJERCICIO	56,222	472,999	472,999	97,228	472,999	472,999	(3,696,653)	472,999	472,999	97,228	472,999	472,999	338,017	17,298,167	19,392,161	24,974,215	27,353,249
UTILIDAD ACUMULADA													338,017	17,636,183	37,028,344	62,002,559	89,355,808
RESERVA LEGAL ACUMULADA													448,297	2,370,315	4,525,000	7,299,912	10,339,162

Fuente: (los autores)

Se observa que en el estado resultado sin financiación los estados financieros sin solicitar préstamos a los Bancos. Los resultados anunciados son, en el primer año las ventas de \$294.742.769; sin embargo, se ve un aumento por ventas desde el 2 año en adelante obteniendo utilidades mayores y llegando al 5 año en \$363.842.318.

5.15.2 Estado de resultados con financiación

Tabla 34. Estado de resultados con financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																	
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318
(-) COSTO	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	196,495,180	207,118,749	218,316,684	230,120,039	242,561,546
UTILIDAD BRUTA	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	8,187,299	98,247,590	103,559,374	109,158,342	115,060,019	121,280,773
EGRESOS																	
NOMINA	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	3,237,665	38,851,985	40,165,182	41,522,765	42,926,235	44,377,141
GASTOS ADMINISTRACION	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	11,981,710	9,809,763	10,141,333	10,484,110	10,838,473
GASTOS DE VENTA	0	0	0	0	0	0	3,789,891	0	0	0	0	0	3,789,891	3,917,989	4,050,417	4,187,321	4,328,853
GASTOS DE DEPRECIACION	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	1,060,564	12,726,767	12,726,767	12,726,767	7,171,700	7,171,700
GASTOS DIFERIDOS	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	2,224,538	26,694,450	6,979,049	7,214,941	7,458,806	7,710,914
ICA	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	100,704	1,208,445	1,273,780	1,342,648	1,415,238	1,491,754
TOTAL EGRESOS	8,094,062	7,402,890	7,402,890	8,026,059	7,402,890	7,402,890	11,883,952	7,402,890	7,402,890	8,026,059	7,402,890	7,402,890	95,253,248	74,872,531	76,998,871	73,643,411	75,918,835
UTILIDAD OPERACIONAL	93,238	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	(3,696,653)	784,410	784,410	161,241	784,410	784,410	2,994,342	28,686,843	32,159,471	41,416,609	45,361,938
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros	386,889	381,666	376,352	370,945	365,444	359,848	354,154	348,361	342,467	336,471	330,370	324,163	4,277,131	3,364,565	2,242,108	861,487	0
Gastos financieros leasing													0				
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	386,889	381,666	376,352	370,945	365,444	359,848	354,154	348,361	342,467	336,471	330,370	324,163	4,277,131	3,364,565	2,242,108	861,487	0
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	(293,652)	402,743	408,058	(209,705)	418,965	424,562	(4,050,807)	436,049	441,942	(175,230)	454,039	460,246	(1,282,789)	25,322,279	29,917,362	40,555,122	45,361,938
Impuesto de renta	0	132,905	134,659	0	138,259	140,105	0	143,896	145,841	0	149,833	151,881	1,137,380	8,356,352	9,872,730	13,383,190	14,969,439
UTILIDAD NETA	(293,652)	269,838	273,399	(209,705)	280,707	284,456	(4,050,807)	292,153	296,101	(175,230)	304,206	308,365	(2,420,169)	16,965,927	20,044,633	27,171,931	30,392,498
RESERVA LEGAL	0	26,984	27,340	0	28,071	28,446	0	29,215	29,610	0	30,421	30,836	230,923	1,696,593	2,004,463	2,717,193	3,039,250
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(293,652)	242,854	246,059	(209,705)	252,636	256,011	(4,050,807)	262,937	266,491	(175,230)	273,786	277,528	(2,651,091)	15,269,334	18,040,169	24,454,738	27,353,249
UTILIDAD ACUMULADA													(2,651,091)	12,618,243	30,658,412	55,113,150	82,466,399
RESERVA LEGAL ACUMULADA													230,923	1,927,515	3,931,978	6,649,172	9,688,421

Fuente: (los autores)

5.16 FLUJOS DE CAJA

Muestra las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado, se realizan para conocer la suma de efectivo que requiere el negocio para operar, además sirve para tomar decisiones y controlar eficientemente la empresa obteniendo mejores resultados. En los siguientes cuadros se muestran los flujos de caja de la empresa sin financiación y con financiación.

5.16.1 Flujo de caja sin financiación.

Tabla 35. Flujo de caja sin financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																	
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
RECAUDOS	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	24,561,897	294,742,769	310,678,123	327,475,026	345,180,058	363,842,318
IVA COBRADO	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	4,666,761	56,001,126	59,029,843	62,220,255	65,584,211	69,130,040
TOTAL INGRESOS	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	29,228,658	350,743,896	369,706,966	389,695,281	410,764,269	432,972,359
EGRESOS																	
NOMINA	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	3,922,377	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	2,729,672	4,961,113	36,180,211	40,074,876	41,429,407	42,829,721	44,277,365
Gastos de administracion	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	1,470,591	779,419	779,419	1,402,588	779,419	779,419	11,981,710	9,809,763	10,141,333	10,484,110	10,838,473
Gastos de ventas	0	0	0	0	0	0	3,789,891	0	0	0	0	0	3,789,891	3,917,989	4,050,417	4,187,321	4,328,853
IVA PAGADO	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	2,109,131	25,309,578	26,677,947	28,120,298	29,640,630	31,243,160
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	10,230,516	0	0	0	10,230,516	0	0	0	20,461,032	31,797,780	33,516,936	35,329,039	37,239,114
SEGUROS													0	6,979,049	7,214,941	7,458,806	7,710,914
IMPUESTO DE RENTA													0	2,208,028	9,466,658	10,612,625	13,667,481
ICA													0	1,208,445	1,273,780	1,342,648	1,415,238
PAGOS	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	16,374,598	196,495,180	207,118,749	218,316,684	230,120,039	242,561,546
TOTAL EGRESOS	22,683,993	21,992,821	21,992,821	22,615,990	32,223,337	23,185,526	26,473,884	21,992,821	32,223,337	22,615,990	21,992,821	24,224,261	294,217,601	329,792,628	353,530,456	372,004,940	393,282,144
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	6,544,665	7,235,837	7,235,837	6,612,668	(2,994,679)	6,043,132	2,754,774	7,235,837	(2,994,679)	6,612,668	7,235,837	5,004,397	56,526,294	39,914,338	36,164,825	38,759,329	39,690,215
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financiero prestamo													0				
Amortizacion prestamo													0				
Gasto financiero leasing													0				
Amortizacion leasin													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	6,544,665	7,235,837	7,235,837	6,612,668	(2,994,679)	6,043,132	2,754,774	7,235,837	(2,994,679)	6,612,668	7,235,837	5,004,397	56,526,294	39,914,338	36,164,825	38,759,329	39,690,215
SALDO INICIAL CAJA	31,951,598	38,496,264	45,732,101	52,967,938	59,580,606	56,585,927	62,629,059	65,383,833	72,619,670	69,624,991	76,237,659	83,473,496	31,951,598	88,477,893	128,392,231	164,557,056	203,316,385
SALDO FINAL DE CAJA	38,496,264	45,732,101	52,967,938	59,580,606	56,585,927	62,629,059	65,383,833	72,619,670	69,624,991	76,237,659	83,473,496	88,477,893	88,477,893	128,392,231	164,557,056	203,316,385	243,006,600

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(111,169,748)	56,526,294	39,914,338	36,164,825	38,759,329	39,690,215

DTF (%)	6.49%
SPREAD(%)	15.00%
CDO(%)	22.46%
VPN(\$)	12,935,280
TIR(%)	28.29%
B/C(VECES)	1.12

Fuente: (los autores)

En el flujo de caja sin financiación se presentan el total de ingresos y el total de egresos, donde la diferencia entre los mismo da como resultado un flujo de caja neto.

5.16.2 Flujo de caja con financiación.

En el flujo de caja con financiación se presentan el total de ingresos y el total de egresos y los gastos financieros del préstamo y la amortización, donde la diferencia de los ingresos menos el egreso da un flujo de caja operacional menos todos los gastos financieros que da como resultado un flujo de caja neto.

Tabla 36. Flujo de caja con financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI																		
FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS																		
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS	
RECAUDOS	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	24.561.897	294.742.769	310.678.123	327.475.026	345.180.058	363.842.318	
IVA COBRADO	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	4.666.761	56.001.126	59.028.843	62.220.255	65.584.211	69.130.040	
TOTAL INGRESOS	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	29.228.658	350.743.896	369.706.966	389.695.281	410.764.269	432.972.359	
EGRESOS																		
NOMINA	2.729.672	2.729.672	2.729.672	2.729.672	2.729.672	3.922.377	2.729.672	2.729.672	2.729.672	2.729.672	2.729.672	2.729.672	4.961.113	36.180.211	40.074.876	41.429.407	42.829.721	44.277.365
Gastos de administracion	1.470.591	779.419	779.419	1.402.588	779.419	779.419	1.470.591	779.419	779.419	1.402.588	779.419	779.419	11.981.710	9.809.763	10.141.333	10.484.110	10.838.473	
Gastos de ventas	0	0	0	0	0	0	3.789.891	0	0	0	0	0	3.789.891	3.917.989	4.050.417	4.187.321	4.328.853	
IVA PAGADO	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	2.109.131	25.309.578	26.677.947	28.120.298	29.640.630	31.243.160	
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	10.230.516	0	0	0	10.230.516	0	0	0	20.461.032	31.797.780	33.516.936	35.329.039	37.239.114	
SEGUROS													0	6.979.049	7.214.941	7.458.806	7.710.914	
IMPUESTO DE RENTA													0	1.137.380	8.356.352	9.872.730	13.383.190	
ICA													0	1.208.445	1.273.780	1.342.648	1.415.238	
PAGOS	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	16.374.598	196.495.180	207.118.749	218.316.684	230.120.039	242.561.546	
TOTAL EGRESOS	22.683.993	21.992.821	21.992.821	22.615.990	32.223.337	23.185.526	26.473.884	21.992.821	32.223.337	22.615.990	21.992.821	24.224.261	294.217.601	328.721.979	352.420.150	371.265.045	392.997.853	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	6.544.665	7.235.837	7.235.837	6.612.668	(2.994.679)	6.043.132	2.754.774	7.235.837	(2.994.679)	6.612.668	7.235.837	5.004.397	56.526.294	40.984.987	37.275.131	39.499.225	39.974.506	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																		
Gastos financiero prestamo	386.889	381.666	376.352	370.945	365.444	359.848	354.154	348.361	342.467	336.471	330.370	324.163	4.277.131	3.364.565	2.242.108	861.487	0	
Amortizacion prestamo	300.178	305.401	310.716	316.122	321.623	327.220	332.914	338.707	344.600	350.597	356.697	362.904	3.967.679	4.880.245	6.002.702	7.383.323		
Gasto financiero leasing													0					
Amortizacion leasin													0					
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	687.068	8.244.810	8.244.810	8.244.810	8.244.810	0	
FLUJO DE CAJA NETO	5.857.598	6.548.770	6.548.770	5.925.601	(3.681.747)	5.356.064	2.067.707	6.548.770	(3.681.747)	5.925.601	6.548.770	4.317.329	48.281.484	32.740.177	29.030.321	31.254.415	39.974.506	
SALDO INICIAL CAJA	31.951.598	37.809.196	44.357.966	50.906.735	56.832.336	53.150.589	58.506.654	60.574.360	67.123.130	63.441.383	69.366.984	75.915.753	31.951.598	80.233.083	112.973.259	142.003.580	173.257.995	
SALDO FINAL DE CAJA	37.809.196	44.357.966	50.906.735	56.832.336	53.150.589	58.506.654	60.574.360	67.123.130	63.441.383	69.366.984	75.915.753	80.233.083	80.233.083	112.973.259	142.003.580	173.257.995	213.232.501	

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(88.935.799)	48.281.484	32.740.177	29.030.321	31.254.415	39.974.506

DTF (%)	6.49%
SPREAD(%)	15.00%
CDO(%)	22.46%
VPN(\$)	16.535.053
TIR(%)	31.56%
B/C(VECES)	1.19

Fuente: (los autores)

5.17 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Es un informe que permite conocer la realidad financiera y los resultados de pérdidas o ganancias de una empresa. Muestra lo que tiene la empresa (activos), y por la otra las obligaciones (pasivos). Además, muestra el Patrimonio y la situación financiera de la empresa y el origen de la situación en determinado periodo.

Tabla 37. Balance general sin financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI						
BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN						
ACTIVOS CORRIENTES	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCOS	31,951,598	88,477,893	128,392,231	164,557,056	203,316,385	243,006,600
C X C	0	0	0	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	31,951,598	88,477,893	128,392,231	164,557,056	203,316,385	243,006,600
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000
MAQUINARIA Y EQUIPO	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	12,726,767	25,453,533	38,180,300	45,352,000	52,523,700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,523,700	39,796,933	27,070,167	14,343,400	7,171,700	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	26,694,450	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	26,694,450	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	79,218,150	39,796,933	27,070,167	14,343,400	7,171,700	0
TOTAL ACTIVOS	111,169,748	128,274,826	155,462,398	178,900,456	210,488,085	243,006,600
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantias	0	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	2,724,641
Intereses a la Cesantia por pagar	0	286,364	296,043	306,049	316,394	327,088
Impuesto de Renta por Pagar	0	2,208,028	9,466,658	10,612,625	13,667,481	14,969,439
IVA/INC por pagar	0	10,230,516	10,783,632	11,366,652	11,981,194	12,628,960
ICA por pagar	0	1,208,445	1,273,780	1,342,648	1,415,238	1,491,754
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	16,318,764	24,286,151	26,177,364	30,015,865	32,141,882
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	0					
LEASING FINANCIERO	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	16,318,764	24,286,151	26,177,364	30,015,865	32,141,882
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	111,169,748	111,169,748	111,169,748	111,169,748	111,169,748	111,169,748
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	338,017	17,636,183	37,028,344	62,002,559	89,355,808
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	448,297	2,370,315	4,525,000	7,299,912	10,339,162
TOTAL PATRIMONIO	111,169,748	111,956,062	131,176,247	152,723,092	180,472,220	210,864,718
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	111,169,748	128,274,826	155,462,398	178,900,456	210,488,085	243,006,600

Fuente: (los autores)

Como se observa en la tabla anterior se presenta la proyección a 5 años de cada uno de los ítems del balance arrojando el total de activos, el total de pasivos y la diferencia de los dos reflejando el patrimonio.

Tabla 38. Balance general con financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI						
BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN						
ACTIVOS CORRIENTES	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCOS	31,951,598	80,233,083	112,973,259	142,003,580	173,257,995	213,232,501
C X C	0	0	0	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	31,951,598	80,233,083	112,973,259	142,003,580	173,257,995	213,232,501
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200	4,061,200
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000	12,604,000
MAQUINARIA Y EQUIPO	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500	35,858,500
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	12,726,767	25,453,533	38,180,300	45,352,000	52,523,700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,523,700	39,796,933	27,070,167	14,343,400	7,171,700	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	26,694,450	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	26,694,450	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	79,218,150	39,796,933	27,070,167	14,343,400	7,171,700	0
TOTAL ACTIVOS	111,169,748	120,030,016	140,043,426	156,346,980	180,429,695	213,232,501
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantias	0	2,385,410	2,466,037	2,549,389	2,635,559	2,724,641
Intereses a la Cesantia por pagar	0	286,364	296,043	306,049	316,394	327,088
Impuesto de Renta por Pagar	0	1,137,380	8,356,352	9,872,730	13,383,190	14,969,439
IVA/INC por pagar	0	10,230,516	10,783,632	11,366,652	11,981,194	12,628,960
ICA por pagar	0	1,208,445	1,273,780	1,342,648	1,415,238	1,491,754
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	15,248,115	23,175,844	25,437,468	29,731,574	32,141,882
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	22,233,950	18,266,271	13,386,025	7,383,323	-0	-0
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	22,233,950	18,266,271	13,386,025	7,383,323	-0	-0
TOTAL PASIVOS	22,233,950	33,514,386	36,561,870	32,820,791	29,731,574	32,141,882
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	88,935,799	88,935,799	88,935,799	88,935,799	88,935,799	88,935,799
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	-2,651,091	12,618,243	30,658,412	55,113,150	82,466,399
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	230,923	1,927,515	3,931,978	6,649,172	9,688,421
TOTAL PATRIMONIO	88,935,799	86,515,630	103,481,557	123,526,189	150,698,121	181,090,619
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	111,169,748	120,030,016	140,043,426	156,346,980	180,429,695	213,232,501

Fuente: (los autores)

Como se observa en la tabla anterior se presenta el balance general con financiación y la proyección a 5 años de cada uno de los ítems del balance arrojando el total de activos, el total de pasivos adicionándole las obligaciones financieras por el préstamo.

5.18 ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DE LOS BALANES GENERALES Y LOS ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla 39. Análisis vertical y horizontal de los balances generales y estado de resultados

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI												
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN												
ACTIVOS CORRIENTES	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
CAJA BANCOS	31,951,598	28.74%	88,477,893	68.98%	128,392,231	82.59%	164,557,056	91.98%	203,316,385	96.59%	243,006,600	100.00%
C X C	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
INVENTARIOS	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	31,951,598	28.74%	88,477,893	68.98%	128,392,231	82.59%	164,557,056	91.98%	203,316,385	96.59%	243,006,600	100.00%
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	4,061,200	3.65%	4,061,200	3.17%	4,061,200	2.61%	4,061,200	2.27%	4,061,200	1.93%	4,061,200	1.67%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	12,604,000	11.34%	12,604,000	9.83%	12,604,000	8.11%	12,604,000	7.05%	12,604,000	5.99%	12,604,000	5.19%
MAQUINARIA Y EQUIPO	35,858,500	32.26%	35,858,500	27.95%	35,858,500	23.07%	35,858,500	20.04%	35,858,500	17.04%	35,858,500	14.76%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0.00%	12,726,767	9.92%	25,453,533	16.37%	38,180,300	21.34%	45,352,000	21.55%	52,523,700	21.61%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	52,523,700	47.25%	39,796,933	31.02%	27,070,167	17.41%	14,343,400	8.02%	7,171,700	3.41%	0	0.00%
ACTIVOS DIFERIDOS												
DIFERIDOS	26,694,450	24.01%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	26,694,450	24.01%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	79,218,150	71.26%	39,796,933	31.02%	27,070,167	17.41%	14,343,400	8.02%	7,171,700	3.41%	0	0.00%
TOTAL ACTIVOS	111,169,748	100.00%	128,274,826	100.00%	155,462,398	100.00%	178,900,456	100.00%	210,488,085	100.00%	243,006,600	100.00%
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por Pagar	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Cesantias	0	0.00%	2,385,410	1.86%	2,466,037	1.59%	2,549,389	1.43%	2,635,559	1.25%	2,724,641	1.12%
Intereses a la Cesantia por pagar	0	0.00%	286,364	0.22%	296,043	0.19%	306,049	0.17%	316,394	0.15%	327,088	0.13%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0.00%	2,208,028	1.72%	9,466,658	6.09%	10,612,625	5.93%	13,667,481	6.49%	14,969,439	6.16%
IVA/INC por pagar	0	0.00%	10,230,516	7.98%	10,783,632	6.94%	11,366,652	6.35%	11,981,194	5.69%	12,628,960	5.20%
ICA por pagar	0	0.00%	1,208,445	0.94%	1,273,780	0.82%	1,342,648	0.75%	1,415,238	0.67%	1,491,754	0.61%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	0.00%	16,318,764	12.72%	24,286,151	15.62%	26,177,364	14.63%	30,015,865	14.26%	32,141,882	13.23%
PASIVOS NO CORRIENTES												
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
LEASING FINANCIERO	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL PASIVOS	0	0.00%	16,318,764	12.72%	24,286,151	15.62%	26,177,364	14.63%	30,015,865	14.26%	32,141,882	13.23%
PATRIMONIO												
CAPITAL SOCIAL	111,169,748	100.00%	111,169,748	86.67%	111,169,748	71.51%	111,169,748	62.14%	111,169,748	52.82%	111,169,748	45.75%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	0.00%	338,017	0.26%	17,636,183	11.34%	37,028,344	20.70%	62,002,559	29.46%	89,355,808	36.77%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0.00%	448,297	0.35%	2,370,315	1.52%	4,525,000	2.53%	7,299,912	3.47%	10,339,162	4.25%
TOTAL PATRIMONIO	111,169,748	100.00%	111,956,062	87.28%	131,176,247	84.38%	152,723,092	85.37%	180,472,220	85.74%	210,864,718	86.77%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	111,169,748	100.00%	128,274,826	100.00%	155,462,398	100.00%	178,900,456	100.00%	210,488,085	100.00%	243,006,600	100.00%

Fuente: (los autores)

Para el análisis vertical del balance general proyectado sin financiación está el balance general sin financiación, confrontando la comparación del año proyectado siguiente, por lo que el análisis muestra el crecimiento porcentual dependiendo el año anterior con el proyectado.

5.19 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son guías utilizados en el mundo de las finanzas para cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa, su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder ampliar su objeto.

La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de tomar alguna decisión.

Las razones financieras permiten hacer comparativos entre los diferentes periodos contables de la empresa, para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si hay lugar.

➤ **Razón corriente o índice de solvencia:** Se determina por el cociente resultante de dividir el activo corriente entre el pasivo corriente (activo corriente/pasivo corriente). Entre más alto (mayor a 1) sea el resultado, más solvente es la empresa.

En el índice de solvencia, se observa en la actualidad que NO se tienen pasivos y se puede responder con 100 veces el activo, es decir que al no tener pasivos la empresa puede responder hasta con el 100% de sus activos.

Ahora proyectando el balance a 5 años, se puede observar que esta razón corriente obedecerá a 5.42 veces para el 5 año, lo que indica la solvencia de la empresa o capacidad de responder será del 100% sobre sus activos. Para el caso de los resultados de la razón corriente con financiación el resultado es de 5.26, lo cual indica en buen indicador.

5.19.1 Capital neto de trabajo–CNT. Se determina restando los activos corrientes al pasivo corriente. Se supone que en la medida en que los pasivos corrientes sean menores a los activos corrientes la salud financiera de la empresa para hacer frente a las obligaciones a corto plazo es mayor.

Esto indica que la empresa tiene capacidad de pago a corto plazo y capital de trabajo para el mismo funcionamiento operativo.

5.19.2 Índice de la prueba acida. El proyecto está en capacidad de saldar sus obligaciones adquiridas a largo plazo.

Es un índice de solvencia más exigente en la medida en que se excluyen los inventarios del activo corriente. $(\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}) / \text{pasivo corriente}$.

También se muestra que la empresa tiene la capacidad para cubrir con sus deudas a corto plazo, y cumplir con sus compromisos financieros sin depender de su inventario para pagar las deudas que adquirió.

Tabla 40. Razones financieras sin financiación

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI					
RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	72,159,129	104,106,080	138,379,692	173,300,520	210,864,718
RAZON CORRIENTE	5.42	5.29	6.29	6.77	7.56
ENDEUDAMIENTO	12.72%	15.62%	14.63%	14.26%	13.23%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	0.30%	13.19%	12.70%	13.84%	12.97%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	0.30%	13.19%	12.70%	13.84%	12.97%
MARGEN BRUTO	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%
MARGEN OPERACIONAL	1.02%	9.23%	9.82%	12.00%	12.47%
MARGEN NETO	0.11%	5.57%	5.92%	7.24%	7.52%

Fuente; (los autores)

Tabla 41. Razones financieras con financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	64,984,967	89,797,415	116,566,113	143,526,421	181,090,619
RAZON CORRIENTE	5.26	4.87	5.58	5.83	6.63
ENDEUDAMIENTO	27.92%	26.11%	20.99%	16.48%	15.07%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	-3.06%	14.76%	14.60%	16.23%	15.10%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	-3.06%	14.76%	14.60%	16.23%	15.10%
MARGEN BRUTO	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%	33.33%
MARGEN OPERACIONAL	1.02%	9.23%	9.82%	12.00%	12.47%
MARGEN NETO	-0.90%	4.91%	5.51%	7.08%	7.52%

Fuente: (los autores)

5.20 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 42. Análisis de sensibilidad

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA DAMA EN LA CIUDAD DE CALI						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
DISMINUCION MARGEN BRUTOS	25%%					
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN			FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN			
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS		VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS	
VPN	12,935,280	(7,253,897)		VPN	16,535,053	(1,930,176)
TIR	28.29%	19.01%		TIR	31.56%	21.21%
B/C	1.12	0.90		B/C	1.19	0.97

Fuente: (los autores)

Tasa Interna de Retorno (TIR). Es una herramienta muy útil, ya que genera un valor cuantitativo a través del cual es posible saber si un proyecto es viable o no, considerando otras alternativas de inversión que podrían ser más cómodas y seguras.

La TIR transforma la rentabilidad de la empresa en un porcentaje o tasa de rentabilidad, el cual es comparable a las tasas de rentabilidad de una inversión de bajo riesgo, y de esta forma permite saber cuál de las alternativas es más rentable. Si la rentabilidad del proyecto es menor, no es conveniente invertir.

VAN. (Valor Actual Neto), que calcula los flujos de caja (ingresos menos gastos netos) descontando la tasa de interés que se podría haber obtenido, menos la inversión inicial.

Al descontar la tasa de interés que se podría haber obtenido de otra inversión de menor riesgo, todo beneficio mayor a cero será en favor de la empresa respecto de

la inversión de menor riesgo. De esta forma, si el VAN es mayor a 0, vale la pena invertir en el proyecto, ya que se obtiene un beneficio mayor.

Sin financiación el nivel de endeudamiento es 0.

En cuanto a las TMR (5,42%) la cual es esperada por los emprendedores para este tipo de negocios vs la TIR, (28.29%) se encuentra que la idea de negocio supera las expectativas en razón a su considerable variación de más de 22,87 puntos.

El VAN, de. \$12, 935,280 positivo y cumple con las expectativas de los inversores.

Con financiación el nivel de endeudamiento es del 20%.

En cuanto a las TMR (5.26%) la cual es esperada por los emprendedores para este tipo de negocios vs la TIR, (31.56%) se encuentra que la idea de negocio supera las expectativas en razón a su considerable variación de más de 26.30 puntos.

El VAN, de. \$16, 535,053 positivo y cumple con las expectativas de los inversores.

CONCLUSIONES

El grupo de trabajo de este proyecto aplicó los conocimientos adquiridos en el programa de Administración de empresas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium y de acuerdo a los resultados, encontraron que es viable la creación de la empresa y harán todos los esfuerzos para llevarlo a la realidad, gracias a que el sector textil y en especial las confecciones todos los días crece y se convierte en un factor para el desarrollo económico de la región y el país.

- Con la aplicación de la encuesta se pudo identificar las características de los clientes potenciales y reales, que estarían dispuestos a comprar los productos que se oferten, porque les gusta todo lo confeccionado en cuero.
- **El estudio de mercado** indicó que hay una demanda potencial significativa, debido a que no, aunque hay muchos talleres de confecciones en la ciudad, no todos garantizan exclusividad en las prendas. Se buscará ingresar al mercado diseñando estrategias y acciones, buscando posicionamiento y fidelizando al comprador. Por la parte logística no habría inconveniente porque la entrega de los productos es directa y a tiempo. El plan de marketing se realizó buscando satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a diseño, materia prima, calidad y cumplimiento, además de los precios y atención personalizada.
- Con el Estudio **técnico** se logró establecer el número de máquinas y equipos necesarios para el inicio de la producción, teniendo en cuenta la cantidad de materia prima a utilizar, igualmente se elaboraron las fichas técnicas de los productos y los diagramas correspondientes al proceso productivo.
- **La estructura administrativa** con sus cargos y manuales de funciones se redactaron acordes a las tareas que los colaboradores deban cumplir, se consoliden en ellos y sirvan para el crecimiento personal y el de la empresa. Se decidió que la matrícula de la empresa ante el estado será una sociedad

por acciones simple, que legalmente se conoce como SAS debido a sus beneficios tributarios.

- Después de utilizar instrumentos de **evaluación financiera** como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio/Costo (B/C) se pudo concluir que el proyecto es viable sin financiación y con financiación. El flujo de caja sin financiación muestra un VPN de \$12.935.280, con una Tasa interna de retorno del 28.29% y una relación Beneficio/Costo de 1.12 lo que significa que por cada peso de la inversión retornará en lo proyectado \$0.12.

RECOMENDACIONES

- Buscar ingresar al cluster del calzado, cuero y marroquinería, para mostrar los productos y participar de todas las actividades que ellos programen.
- Crear el servicio pos venta para tener un contacto permanente con los clientes para fidelizarlos.
- Dedicar recursos a la inversión en tecnología, y sostenibilidad, para tener la claridad de permanecer en el mercado.
- Buscar alianzas con las empresas del sector solidario para que los afiliados puedan adquirir los productos a crédito.

REFERENCIAS

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2007). *Comuna13.pdf*.
<https://www.cali.gov.co/publico2/documentos/observatorio/documentos/Comuna13.pdf>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). *Las mujeres en Santiago de Cali*.
http://www.cali.gov.co/publicaciones/117909/las_mujeres_en_santiago_de_cali/
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2017, diciembre 5). *Libro Cali en Cifras—Capítulos*.
<https://www.cali.gov.co/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2020, abril). *Impuesto de Industria y Comercio—ICA habilita su pago electrónico*.
<https://www.cali.gov.co/publicaciones/153031/impuesto-de-industria-y-comercioica-habilita-su-pago-electronico/>
- Baena Toro, D. (2014). *Análisis financiero: Enfoque y proyecciones*.
<https://elibro.net/ereader/elibrodemo/70419>
- Burgos, G. M. B., Benjumea, L. K. C., & Aramendiz, N. R. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO Y FABRICACIÓN DE ROPA INTERIOR FEMENINA PARA MUJERES DE TALLA GRANDE EN LA CIUDAD DE CALI*.
<https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/86/FUCLG0011990.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Calegari, M. (2019). *50 looks com vestidos longos para todas as idades*.
<https://blogdamaricalegari.com.br/2019/12/19/50-looks-com-vestidos-longos-para-todas-as-idades/>
- Cámara de Comercio de Cali. (s. f.). *CÓMO CREAR EMPRESA Sociedad por Acciones Simplificada*. Cámara de Comercio de Cali. Recuperado 2 de octubre de 2020, de <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>
- Campos Tavera, A. G. (2014). *EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: ¿COMO SER MÁS COMPETITIVOS? [MILITAR NUEVA GRANADA]*.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12920/Ensayo%20Especializacion.%20EL%20SECTOR%20TEXTIL%20EN%20COLOMBIA%20%BFCOMO%20SER%20M%C1S%20COMPETITIVOS.pdf;jsessionid=1987D5983A26F5594E4DF6A18A1BEF7E?sequence=1>
- Carvalho Lopes, F. (2020). *MOLDE DE BLUSA TRICOLOR | Moldes Dicas Moda*.
<https://moldesdicasmoda.com>. <https://moldesdicasmoda.com/blusa-facil-de-fazer-3>
- Congreso de la República de Colombia. *Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.*, Pub. L. No. 29 (1990).
<https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%2029%20de%201990.pdf>

- Congreso de la República de Colombia. *De fomento a la cultura del emprendimiento*, Pub. L. No. 1014 (2006).
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Corte Constitucional. (1991). *Constitución Política de Colombia*. 170.
- Dell. (2020). *Computadoras de escritorio y todo en uno | Dell Colombia*. Dell.
<https://www.dell.com/co/empresas/p/desktops-n-workstations>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2020). *PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COLOMBIANAS EN EL MERCADO LABORAL*.
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/Informe-participacion-mujer-mercado-laboral.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2020, octubre 9). *PROYECCIONES DE POBLACIÓN*.
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- Dinero. (2009). *SAS es el tipo de sociedad más usado en Colombia*. Empresa SAS en Colombia ¿Qué tipo de sociedades de empresa debo elegir?
<http://www.dinero.com/empresas/articulo/empresa-sas-en-colombia-que-tipo-de-sociedades-de-empresa-debo-elegir/84554>
- divinaejecutiva. (2018, diciembre 17). *Inspiración de Lunes a viernes para la oficina*. Divina Ejecutiva. <https://divinaejecutiva.com/2018/12/inspiracion-de-lunes-a-viernes-para-la-oficina-9/>

- Duque, S., Mora, claudia, & Perlaza, G. (2018). *ANÁLISIS DE SITUACIÓN INTEGRADO DE SALUD (ASIS) DEL MUNICIPIO DE CALI-AÑO 2018*.
http://www.cali.gov.co/loader.php?IServicio=Tools2&ITipo=descargas&IFuncion=descargar&idFile=35533&id_comunidad=salud
- Economía. (2020). *Marco Legal—Formas o modalidades legales para operar*.
<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=4&sg=27>
- El nuevo siglo. (2019, diciembre 30). El sector de la confección crece al cierre de 2019. *El Nuevo Siglo*. <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/12-2019-el-sector-de-la-confeccion-crece-al-cierre-de-2019>
- encolombia. (2014). *INDUSTRIA TEXTIL, GRANDES TEXTILERAS, CADENA DE ALGODÓN*. <https://encolombia.com/economia/informacion/economica/algodon/industriatextil/>
- Escuela de costuras. (2019, marzo 12). *Curso Básico De Costura- Aprende a Hacer Leggings*. <https://www.escueladecosturas.com/curso-basico-de-costura-aprende-a-hacer-leggings/>
- Farias Iribarren, G. (2016, febrero 26). *Tendencias globales del sector textil. Tercera a quinta tendencia*. <https://gabrielfariasiribarren.com/tendencias-globales-del-sector-textil-tercera/>
- García Acosta, M. V. (2018). *SISTEMA DE RECICLAJE DE TEXTILES POST-CONSUMO PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C. [DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS]*.

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/13550/1/Garc%C3%ADaAcostaM%C3%B3nicaViviana2018.pdf>

Garzón, J. E. (2018, febrero). *Industria Textil Colombiana 2018: Telas inteligentes y tendencias ecológicas*. <http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2018/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>

Gil, M. (2016, enero 6). La mujer y su rol en el desarrollo de las sociedades. *Agora: Inteligencia Colectiva para la Sostenibilidad*. <https://www.agorarsc.org/la-mujer-y-su-rol-en-el-desarrollo-de-las-sociedades/>

Gonzalez Litman, T. (2019, enero 23). Las importaciones textiles de Colombia aumentan un 15,8 % entre enero y noviembre. *FashionNetwork.com*. <https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-importaciones-textiles-de-colombia-aumentan-un-15-8-entre-enero-y-noviembre,1059478.html>

Gutiérrez Yondapiz, S., & Manquillo Morales, B. D. M. (2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNIFORMES ESCOLARES PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS PRIVADAS DE LA COMUNA 8 EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI*. FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM.

Heyoch. (2019). *2019 blusa camisa mujer estilo coreano ropa de moda ropa de verano para mujeres Tops y blusas ropa femenina elegante señoras*. HEYOCH. <https://heyoch.com/products/2019-blusa-camisa-mujer-estilo->

coreano-ropa-de-moda-ropa-de-verano-para-mujeres-tops-y-blusas-ropa-femenina-elegante-senoras

Hotbook. (2018, marzo 4). Evolución de la moda a través de los años. *Hotbook*.
<https://hotbook.com.mx/evolucion-de-la-moda-traves-de-los-anos/>

Inexmoda. (2019). *HOJA DE DATOS CONSUMO NACIONAL*.
<https://colombiamoda.inexmoda.org.co/wp-content/uploads/2019/05/Hoja-de-Datos-Cifras-Nacionales-Bogot%C3%A1-Medell%C3%ADn-y-Cali.pdf>

Inexmoda. (2019). *INFORME DEL SECTOR* (p. 30).
http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/03/informe_textil_y_confecciones_feb_2019.pdf

Inexmoda. (2020, agosto 13). *Informe del sistema moda junio 2020*.
<http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sistema-moda-junio-2020/>

Kotler, P. (2007). *Marketing en el Sector Público* (1.^a ed.). Prentice Hall.
<https://www.buscalibre.com.co/libro-marketing-en-el-sector-publico/9788483223789/p/1093293>

Moquete Bencosme, M. (2014). *Mapa de cali*.
<https://www.mapainteractivo.net/fotos/mapa-de-cali.html>

Moreno Velasquez, J. P. (2016). *SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: UN ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ENTRE LOS AÑOS 2008 a 2014* [MILITAR NUEVA GRANADA].
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15243/MorenoVelasquezJuanPablo.2016.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Nieto, V. M., & Lopez, J. E. (2017). *Cadena de Textil-Confecciones Estructura, Comercio Internacional y Protección*. 59.
- Noguera Mejía, M. M., García Flórez, E., & Caicedo Castro, A. F. (2016). *ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TELAS ORGÁNICAS EN LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI*.
<https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/356/FUCLG0015914.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Osorio Echeverri, M. (2019). *ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA FEMENINA EN EL ÁREA METROPOLITANA [EAFIT]*.
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13573/Marcela_Osorio_Echeverri_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Oxford Dictionaries. (2020). *Definiciones*. Lexico Dictionaries | Spanish.
<https://www.lexico.com/es/definicion/accesorio>
- Patronesmujer. (2015, febrero). *Trazado del pantalón base: Curso de patronaje*.
<https://patronesmujer.com/blog/trazado-del-patron-base-pantalon-curso-de-patronaje/>
- Peláez, I. (2015, abril 12). *La evolución de la moda*. Wall Street International.
<https://wsimag.com/es/moda/14334-la-evolucion-de-la-moda>
- Pérez, D. (2013, octubre 24). *Gran número de mujeres están «inconformes» con su cuerpo*. Cuida tu salud con Diane Pérez.

<https://cuidatusaludcondiane.com/gran-numero-de-mujeres-estan-inconformes-con-su-cuerpo/>

Pineda, E., & Alvarado, E. L. (2008). *Metodología de la investigación*.
<https://iris.paho.org/handle/10665.2/51580>

Portafolio. (2018, marzo 8). *Lo que compran las mujeres en Colombia*.
<https://www.portafolio.co/economia/lo-que-compran-las-mujeres-en-colombia-515004>

Presidente de la República de Colombia. *CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO*,
Pub. L. No. 3743 (1951).
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html

Presidente de la República de Colombia. *Código de Comercio*, Pub. L. No. 410
(1971).
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Presidente de la República de Colombia. *Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales*,
Pub. L. No. 624 (1989).
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/tramites_servicios/pasaportes/archivos/decreto_624_1989.pdf

Presidente de la República de Colombia. *Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo*, Pub. L. No. 2981 (2013).
<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2013/Documents/DICIEM>

BRE/20/DECRETO%202981%20DEL%2020%20DE%20DICIEMBRE%20D
E%202013.pdf

Raffino, M. E. (2020, septiembre 14). *Viabilidad—Qué es, concepto y diferencias con factibilidad*. <https://concepto.de/viabilidad/>

Rendón Marulanda, O. P. (2014, julio 27). *El sector textil crece a paso lento en Colombia*. El mundo.com. https://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/el_sector_textil_crece_a_paso_lento_en_colombia.php#.X480K9BKjce

Revista Acción. (2014, septiembre 2). Puntadas de crecimiento. *Cámara de Comercio de Cali*. <http://www3.ccc.org.co/revista-accion-ccc/puntadas-de-crecimiento/>

Riquelme Leiva, M. (2015, junio). *Las 5 Fuerzas de Porter—Clave para el Éxito de la Empresa*. 5 Fuerzas de Porter. <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Salas Ocampo, D. (2019, junio 4). *El enfoque mixto de investigación: Algunas características*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

Schlemenson, A. (2013). *Análisis organizacional en PYMES y empresas de familia*. Ediciones Granica.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA. (2016). *FICHA TÉCNICA DE ESPECIFICACIONES*. http://contratacion.sena.edu.co/_file/solicitudes/48294_2.pdf

Styleonme. (2020). *Frill Trim Mini Skort*. Styleonme. <https://m.en.styleonme.com/items/detail/46696/0106>

- Superintendencia de sociedades. (2019). *DESEMPEÑO FINANCIERO DEL SECTOR TEXTIL AÑO 2018*.
<http://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Publicaciones/Revistas/2019/Informe-Textil-2018-2019XI26.pdf>
- SurveyMonkey. (2020). *Calculadora del tamaño de muestra: Qué son los tamaños de muestra*. SurveyMonkey. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Van der Bruggen, M. (1998). *EL SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA*.
http://www.exportapymes.com/documentos/productos/le1086_textilcolombia.pdf
- Vanegas Orrego, M. (2017, febrero 6). Reglas de oro para lucir más alta. Especial mujeres de baja estatura—Asesoría de Imagen Medellín. *Icon*.
<https://iconimageconsulting.co/como-lucir-mas-alta/>
- Veiga de Cabo, J., Fuente Díez, E. de la, & Zimmermann Verdejo, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: Conceptos y criterios para el diseño. *Medicina y Seguridad del Trabajo*, 54(210), 81-88.

ANEXOS

ESTATUTOS

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. FORMA. La Empresa que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza en prestación de servicios comercial, cuya denominación o razón social será JOCLADE S.A.S, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

ARTICULO 2. TIPO DE SOCIEDAD. La sociedad que se constituye por medio de este documento es por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en el Código de Comercio y por las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTICULO 3. DOMICILIO SOCIAL. El domicilio principal de la sociedad será el Municipio de Cali, Departamento de Valle del Cauca, Republica de Colombia y su dirección para notificaciones judiciales será Carrera 43 no. 28 B 29 B/ Poblado I. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

ARTICULO 4. TERMINO DE DURACIÓN. La sociedad tendrá un término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus únicos socios así lo decidan.

ARTICULO 5. CAPITAL AUTORIZADO. El capital autorizado de la sociedad es de (60.000.000), dividido en dos acciones de valor nominal de (\$20.00.000) cada una.

ARTICULO 6. CAPITAL SUSCRITO. El capital suscrito de la sociedad es de (\$15.000.000), dividido en (\$7.500.000) acciones ordinarias de valor nominal de (\$7.500.000) cada una.

Artículo 7º. CAPITAL PAGADO. El capital pagado de la sociedad es de (\$15.000.000), dividido en (\$7.500.000) acciones ordinarias de valor nominal de (\$7.500.000) cada una.

Parágrafo. FORMA Y TÉRMINOS EN QUE SE PAGARA EL CAPITAL. El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8º. DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES. En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

ARTÍCULO 9. NATURALEZA DE LAS ACCIONES. Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. AUMENTO DEL CAPITAL SUSCRITO. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas

Mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11º. DERECHO DE PREFERENCIA. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero. - El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo. - No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. CLASES Y SERIES DE ACCIONES. Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. VOTO MÚLTIPLE. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. ACCIONES DE PAGO. En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. TRANSFERENCIA DE ACCIONES DE UNA FIDUCIARIA MERCANTIL. Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16º. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES. Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros,

salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17º. CAMBIO DE CONTROL. Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

CÓD. CIUU

Clase 4642, «Comercio al por mayor de prendas de vestir».