



Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección de Crop top
y trajes de baño mediante la técnica de tejido crochet en Girardot 2020

Camila Andrea Muñoz Charcas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede / Centro Tutorial Girardot (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

Octubre de 2020

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección de crop top
y vestidos de baño mediante la técnica de tejido crochet en Girardot 2020

Camila Andrea Muñoz Charcas

Monografía Presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Asesor

Luis Rojas Farfan

Agradecimiento

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios porque me ha dado sabiduría en mi proceso académico, también quiero agradecer a mi tutor Luis Alberto Rojas Farfán, quien me ha apoyado en cada una de las etapas de la monografía para así alcázar los resultados que se esperaban.

Agradezco a la universidad Minuto de Dios porque me brindo todas las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación.

Por último, quiero agradecer a todas las personas que hicieron parte de mi proceso en la universidad, en el que me ayudaron incondicionalmente y estuvieron ahí para motivarme y no dejar que desfalleciera.

Muchas gracias a todos.

Dedicatoria:

Quiero dedicarle esta monografía en especial a mi mamá quien con amor y esfuerzo ha sido parte de todas las etapas que viví en la universidad, donde siempre he contado con su apoyo, porque me motiva a seguir adelante, aunque ya me dé por vencida.

Mis hermanos han hecho parte de esta experiencia de una u otra forma me han apoyado incondicionalmente, mi familia es quien me motiva a seguir adelante.

Nota de aceptación

Girardot, noviembre 2020

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	Planteamiento del problema.	2
1.2.	Formulación del problema.....	3
1.2.1.	Delimitación del problema.....	3
1.2.2.	Condiciones socioeconómicas.....	4
2.	JUSTIFICACIÓN.....	6
3.	OBJETIVOS.....	8
3.1.	Objetivo General.....	8
3.2.	Objetivos específicos.....	8
4.	MARCO REFERENCIAL.....	9
4.1.	Marco contextual.....	9
4.2.	Marco teórico.....	10
4.2.1	Antecedentes.....	10
4.2.2.	El mercado de los vestidos de baño en el mundo.....	12
4.3.	Marco conceptual.....	17
4.4.	Estado del arte – antecedentes.....	19
4.5.	Marco legal.....	22
4.5.1.	Leyes sobre economía Naranja en Colombia.....	25
5.	MARCO METODOLÓGICO.....	27
5.1.	Población.....	28
5.2.	Muestra.....	28
5.3.	Fuentes Primarias y Secundarias.....	29

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

5.4.	Estudio de mercado.....	31
5.4.1.	Análisis de la Demanda.....	45
5.4.2.	Análisis de la Oferta.....	47
5.4.3.	Variable de precio del producto.....	48
5.4.4.	Variable de comunicación.....	49
5.4.5.	Variable de distribución.....	50
6.	ESTUDIO TECNICO.....	51
6.1.	Localización.....	51
6.2.	Trámites de Legalización.....	53
6.3.	Estudio administrativo.....	54
6.3.1.	Marco estratégico.....	54
6.4.	DOFA.....	57
6.5.	Estrategias marketing mix.....	59
6.5.1.	Promoción.....	59
6.5.2.	Plaza.....	60
6.5.3.	Precio.....	61
6.5.4.	Producto.....	62
6.6.	Organigrama.....	64
6.7.	Manual de funciones.....	65
6.8.	Capacidad de producción.....	67
6.9.	Estudio financiero.....	72
7.	CONCLUSIONES.....	83
8.	RECOMENDACIONES.....	84

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cálculo del tamaño de la muestra.....	29
Tabla 2. Edad.....	31
Tabla 3. Mujeres que han comprado prendas de vestir tejidas en crochet.....	32
Tabla 4. Marcas de vestidos de baño.....	33
Tabla 5. Marcas de Crop top.....	34
Tabla 6. Frecuencia de compra vestidos de baño.....	35
Tabla 7. Frecuencia de compra Crop top.....	36
Tabla 8. Plaza.....	37
Tabla 9. Oscilación de precios de vestidos de baño.....	38
Tabla 10. Oscilación de precios de Crop top.....	39
Tabla 11. Promociones.....	40
Tabla 12. Dificulta conseguir un vestido de baño.....	41
Tabla 13. Preferencia de vestidos de baño.....	42
Tabla 14. Tipo de copa.....	43
Tabla 15. Color de preferencia.....	44
Tabla 16. Tipos de demanda.....	46
Tabla 17. Promedio demanda de vestido de baño en Girardot.....	47
Tabla 18. Promedio demanda de Crop top en Girardot.....	47
Tabla 19. Promedio de demanda de vestidos de baño y Crop top.....	47
Tabla 20. Precios de los Productos.....	49
Tabla 21. Capacidad de producción Crop top.....	67

Tabla 22. Capacidad de producción Vestidos de baño 2 piezas.....	68
Tabla 23. Capacidad de producción Vestidos de baño Enterizo.....	69
Tabla 24. Variables Macroeconómicas.....	72
Tabla 25. Depreciación Activos Fijos.....	72
Tabla 26. Precio por Producto.....	72
Tabla 27. Unidades Vendidas por Producto.....	73
Tabla 28. Totales de venta y rebajas en venta.....	73
Tabla 29. Costo unitario de materia prima Vestido de baño 2 Piezas.....	73
Tabla 30. Total costo unitario de vestidos de baño 2 piezas.....	74
Tabla 31. Costo unitario de materia prima Crop top.....	74
Tabla 32. Total costo unitario de Crop top.....	74
Tabla 33. Costo unitario de materia prima Vestido de Baño Enterizo.....	75
Tabla 34. Total costo unitario de Vestido de Baño Enterizo.....	75
Tabla 35. Resumen Costos Unitarios Materia Prima por Producto.....	76
Tabla 36. Costo de la mano de obra directa.....	76
Tabla 37. Costo anual de la mano de obra directa.....	76
Tabla 38. Costo Unitario de Mano de Obra Directa por Producto.....	76
Tabla 39. Costo Total de Mano de Obra Directa por Producto.....	77
Tabla 40. Otros Costos de Fabricación.....	77
Tabla 41. Inversiones fijas.....	77
Tabla 42. Plan de inversión y financiación proyecto.....	78
Tabla 43. Márgenes por productos.....	79
Tabla 44. Estados de resultados.....	80

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Tabla 45. Balance general.....	81
Tabla 46. Flujo de caja.....	81
Tabla 47. TIR y VAN.....	82

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Edad.....	31
Grafica 2. Porcentaje de mujeres que han comprado prendas de vestir tejidas en crochet.....	32
Grafica 3. Marcas que prefieren en vestidos de baño.....	33
Grafico 4. Marcas que prefieren en Crop top.....	34
Grafica 5. Frecuencia de compra vestidos de baño.....	35
Grafica 6. Frecuencia de compra Crop top.....	36
Grafica 7. Preferencia medios de compra.....	37
Grafica 8. Oscilación de precios de vestidos de baño.....	38
Grafica 9. Oscilación de precios de Crop top.....	39
Grafica 10. Promociones.....	40
Grafica 11. Dificulta conseguir un vestido de baño.....	41
Grafica 12. Preferencia de vestidos de baño.....	42
Grafica 13. Tipo de copa.....	43
Grafica 14. Color de preferencia.....	44

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Girardot.....	52
Figura 2. Prospecto de local.....	52
Figura 3. Logo.....	54
Figura 4. Promoción vía Facebook.....	59
Figura 5. Promoción vía Instagram.....	60
Figura 6. Crop top.....	62
Figura 7. Vestido de baño 2 piezas.....	63
Figura 8. Vestido de baño enterizo.....	63
Figura 9. Organigrama.....	64
Figura 10. Proceso productivo de vestidos de baño de 2 piezas y enterizos.....	71
Figura 11. Proceso productivo de crop tops.....	72

ABSTRACT

The proposal of this work is based on the feasibility study of a micro-company for the production of Crop Tops and swimwear using the crochet technique in the municipality of Girardot, for the development of tourism and regional tangible and intangible cultural heritage, whose artisan works provide that intangible added value. Giving continuity to the national guidelines of the current government that defends the creative industries and culture as an engine of development.

This idea arises thanks to the geographical location where the project is located, Girardot is a municipality with a high influx of tourists and with great tourism potential (Molina, 2017), whose climate and area favors the promotion of the product, offering the inhabitants and floating population to find everything they want in terms of crochet weaving in their own municipality, in order to obtain great economic income.

The proposal will be initiated under the administration of those who are part of the elaboration of this feasibility study, since there is experience in the making and commercialization of these products. Intrinsic to this proposal is the realization of garments that have great acceptance because fashion is a phenomenon that has to be exploited and satisfied immediately.

Keywords: handicraft, feasibility study, crochet, entrepreneurship, clothing, swimwear, crop top

Resumen

La propuesta de este trabajo está basada en el estudio de factibilidad de una microempresa de confección de Crop top y trajes de baño mediante la técnica de tejido en crochet en el municipio de Girardot, para el desarrollo del turismo y patrimonio cultural material e inmaterial regional cuyas obras artesanales brindan ese valor agregado intangible. Dando continuidad a los lineamientos nacionales del actual gobierno que defiende las industrias creativas y la cultura como un motor de desarrollo (cultura, 2017).

Esta idea surge gracias a la ubicación geográfica donde se sitúa el proyecto, Girardot es un municipio con alta afluencia de turistas y con gran potencial turísticos (Molina, 2017), cuyo clima y zona favorece a la promoción del producto, ofreciendo a los habitantes y población flotante encontrar todo lo que deseen en cuanto a tejido a crochet en su mismo municipio, para así obtener grandes ingresos económicos.

La propuesta se iniciara bajo la administración de quien conforma la elaboración de este estudio de factibilidad, dado que existe la experiencia en la confección y comercialización de estos productos. Intrínsecamente de esta propuesta se plantea la realización de prendas que tengan gran acogida debido a que la moda es un fenómeno que tiene que ser aprovechado y satisfecho de manera inmediata.

Palabras clave: artesanía, estudio de factibilidad, crochet, emprendimiento, confección, vestidos de baño, crop top

1. INTRODUCCIÓN

En el presente documento, se elaboró un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección de Crop top y trajes de baño, implementando como propuesta de valor la técnica de tejido en crochet en Girardot, con el fin de determinar la viabilidad como modelo de negocio, permitiendo definir con claridad qué se va a ofrecer al mercado, cómo se va a hacer, identificar el nicho de mercado, cómo se va a vender y de qué forma generara ingresos, respaldado con un estudios financieros, técnicos administrativo y de mercado hacia la población del municipio, respaldando la factibilidad con los demás estudios pertinentes.

El municipio cuenta con una gran afluencia turística por su ubicación privilegiada entre Bogotá, Ibagué y Neiva lo que hace de Girardot un punto de llegada para turísticas de diversos puntos del país gran variedad. Gran parte de los locales comerciales están dedicados al comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios. (DANE, 2020), pero sus productos son confecciones manufactureras y su valor agregado no lo determina las prendas, si no el servicio que prestan. Abriendo la posibilidad de entrar a competir con un producto elaborado artesanalmente, con gran potencial debido al el lugar donde se comercializara, su bajo costo de fabricación, su alta calidad y gran valor comercial; sin olvidar la atención al cliente, con el fin de ofertar una alternativa diferente en el mercado.

1.1. Planteamiento del problema

Para el Ministerio de cultura (2017), la fabricación artesanal en Colombia, así como en muchos países en vías de desarrollo es un oficio que constituye para los artesanos un instrumento que les facilita la vida, siendo un medio que les permite sobrevivir, más aún cuando la economía naranja está en auge debido a las políticas actuales del gobierno. Un negocio de conocimiento tradicional se pierde con el transcurrir de los años, para Astáiza, (2019), la consecuencia de la evolución tecnológica que se vive actualmente, la cual facilita los procesos de producción, disminuyendo costos a cambio de productos genéricos, sin gran valor agregado independiente de una marca o branding.

. El estudio de factibilidad nace por la escasez de un negocio dedicado a la elaboración y venta de prendas de vestir mediante la técnica de crochet. En Girardot se observa que los pequeños y medianos almacenes los cuales se dedican a la distribución y venta de Crop top y vestidos de baño, prefieren comprar marcas reconocidas en el mercado, de tela de algodón o sintéticas pasadas por procesos manufacturados (Brand, 2018). La microempresa contribuiría de gran forma a la economía del segmento artesanal en el municipio ya que esto genera fuentes de trabajo, apoya el emprendimiento, fidelizaría a nuevos clientes que buscan productos únicos, novedosos y de primera calidad.

Bien es cierto que los Crop top y vestidos de baño son prendas de vestir ocasionales y usualmente de uso de tierras calidad, son productos que se venden fácilmente y más cuando estos están enfocados al público femenino, las nuevas tendencias de la moda, diseños y las diferentes temporadas crean nuevas demandas para los vestidos de baño.

Ahora el gobierno en su ley naranja (Ley 1834 de 2017) según el Plan Nacional de desarrollo (Desarrollo, 2019). “desea potencializar el desarrollo de industrias creativas Con el propósito de brindar acompañamiento a los emprendimientos, fortalecer los proyectos de la economía naranja existentes y articularlos con los demás sectores de la industria nacional, el Gobierno nacional potencializará el aprovechamiento de la oferta institucional existentes”, se enfocará en impulsar el crecimiento de emprendimientos naranjas y empresas en etapa temprana, y el de artesanías de Colombia “...que fortalecerá los laboratorios de diseño e innovación en las regiones con vocación artesanal.” (Desarrollo, 2019). Fomenta el emprendimiento y apoya las MiPYMES a crear negocios con base a la economía creativa bajo su respaldo. El modelo de negocio que se plantea encaja perfectamente en las políticas nacionales actuales.

1.2. Formulación del problema

¿Es viable la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y venta de Crop top y vestidos de baño en crochet en el Municipio de Girardot?

1.2.1. Delimitación del problema

ESPACIO: está investigación se llevó a cabo en el municipio de Girardot, Cundinamarca.

TIEMPO: la investigación tuvo un periodo de estudio de un año, (2020) en el municipio de Girardot, Cundinamarca.

UNIVERSO: para su estudio se tomó como muestra la población femenina del Municipio de Girardot, de 19 a 59 años de edad, que residen en el municipio de Girardot, Cundinamarca.

1.2.2. Condiciones socioeconómicas

Las condiciones de vida de los habitantes revelan un alto número de hogares que viven por debajo del 50% de las necesidades básicas insatisfechas (Departamento Nacional de Planeación, 2009). No obstante, la Provincia del Alto Magdalena se encuentra por encima del promedio general de la subregión del Valle del Magdalena. Estos datos se corroboran con el nivel seis de categorización municipal y los índices de pobreza para la subregión.

La economía de la subregión gira principalmente en torno a las actividades agropecuarias, mineras y de servicios. Según cobertura y uso de la tierra, la subregión se caracteriza por su gran extensión de pastos (manejados y naturales) donde se realiza la actividad pecuaria, siendo Girardot uno de los municipios productores de carne de ganado bovino. Se encuentra, igualmente, la producción avícola en Girardot y Tocaima, especialmente de postura y engorde; en este último municipio, hay presencia de estanques de piscicultura (IGAC, 2007; CAR,2007b).

La provincia del Alto Magdalena, después del Distrito Capital, es dentro de la región una de las zonas más importantes en prestación de servicios hoteleros y turísticos. Por su localización geográfica en cercanía a los grandes centros urbanos y su clima, los atractivos turísticos se convierten en uno de los destinos predilectos de buena parte de los pobladores del centro del país, siendo Girardot y Tocaima los municipios que más concentran esta actividad (CAR,2012b).

Teniendo en cuenta los datos anteriormente presentados, puede concluirse que la subregión del Alto Magdalena presenta una importante pérdida de ruralidad, esto atribuido, sobre todo, a dos factores. El primero de ellos obedece a las necesidades económicas de su población; esto si se tiene en cuenta que el 75% de los municipios de la subregión poseen en su área rural más del 40% de su población en condiciones de NBI y la población económicamente activa se

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

encuentra entre 30%-44% influyendo en la migración de campesinos que se trasladan para buscar mejores ingresos y oportunidades hacia los cascos urbanos.

El segundo factor, es la alta demanda de urbanización en las zonas rurales; esto respondiendo a la vocación de servicios turísticos que presentan algunos de sus municipios, presionando igualmente el desplazamiento de la población hacia los cascos urbanos, por los cambios en el uso del suelo y nuevas demandas de servicios no acordes con la economía campesina de base y, por consiguiente, la pérdida de su vocación agropecuaria dando como resultado una alta población flotante sin sentido de pertenencia. (CAR 2006d)

Analizando esto nuestro proyecto puede ser el motor innovador que de pertenencia y una alternativa económica a la gente del municipio conectándolos con un trabajo que los dignifica y que va acorde con las nuevas demandas del mercado en la región.

2. JUSTIFICACIÓN

El mundo afronta una gran crisis mundial debido a la pandemia provocada por el covid-19, afectando la economía Colombiana y sus diferentes sectores. Según la investigación realizada por el Banco de la República para el año 2020 estima que “Los principales resultados señalan unas pérdidas económicas que varían entre \$4,6 billones y \$59 billones por mes de acuerdo con los escenarios de aislamiento considerados, cifras que representan entre 0,5% y 6,1% del PIB nacional”. (Alfredo, 2020), reflejando la gran pérdida monetaria del país, además de la gran cantidad de empresas y desempleados provocados por la pandemia. Sin embargo Artesanías de Colombia (2020) presenta su balance de su gestión un informe positivo y favorable para el gremio artesanal donde en momentos de crisis han generado ganancias de \$2.339.612.796 consolidado en los últimos meses, es una cifra significativa si se tiene en cuenta que se ha alcanzado en medio de las medidas dirigidas a controlar la pandemia, demostrando que aun en momentos de crisis las actividades artesanales son una fuente de ingreso sostenible,

Según Martínez (2019), el negocio de vestidos de baño hechos en Colombia moverá \$282.800 millones en ventas para el 2023, lo cual significará un crecimiento de 41,1% si se compara con lo obtenido durante el año pasado cuando este fue de \$200.400 millones, según estimaciones del proveedor de investigación de mercado Euromonitor International. (Martínez, 2019)

En la categoría analizada por la firma en mención, que incluye vestidos de baño de una pieza, bikinis y prendas por separado para mujeres y pantalonetas o trajes de baño para hombres, las marcas líderes en el país son Leonisa, Onda de Mar y Touché que al sumar su participación abarcan 39% del mercado total a 2018.

Referente al comportamiento que han tenido las firmas este año, Juan Manuel Pérez, gerente de Leonisa Swimwear, dijo que con corte a abril la compañía presentó un buen desempeño con crecimiento de dos dígitos en este nicho. (Portafolio, 2019); TRAJES DE BAÑO MADE IN COLOMBIA, APETECIDOS EN EL MERCADO MUNDIAL.

Gracias a la diversidad de colores, los diseños innovadores y la mezcla de materiales de alta calidad, las marcas de vestidos de baño colombianas atraen las miradas en las pasarelas. Por estas sobresalientes cualidades, han logrado penetrar los nichos Premium de mercados muy exigentes como el de Estados Unidos y los Emiratos Árabes Unidos.

Diseños de dos piezas, triquinis, monokinis y tankinis, se han exportado a diferentes países, y se han destacado por su elaboración y diseño: elegancia, comodidad, diversidad y vivacidad de los tonos, además, por los apliques artesanales hechos a mano, que se han convertido en el sello diferenciador de la confección colombiana.

En 2015, las exportaciones de vestidos de baño sumaron US \$22,6 millones, gracias al apoyo de empresas colombianas que se dedican a elaborar trajes de baño que forman, dan realce y soporte adecuado al cuerpo de la mujer. Estados Unidos (US \$8 millones), México (US \$3,3 millones), Costa Rica (US \$1,2 millones), Perú (US \$1,2 millones) y Panamá (US \$1,1 millones), pasaron a ser parte de los países que ya disfrutaban de la gran producción de los trajes de baño hechos en Colombia. (Procolombia, s.f.)

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General:

Elaborar el Estudio de Viabilidad y factibilidad para la creación de una microempresa comercializadora de Crop top y vestidos de baño artesanales en el municipio de Girardot.

3.2. Objetivos específicos:

- Ejecutar un estudio de mercado detallado para determinar las características de demanda, oferta y precio del producto que se comercializara.
- Realizar un estudio técnico para reconocer la naturaleza de la empresa, la estructura organizativa necesaria para su funcionamiento eficiente.
- Analizar los estudios de tipo económico y financiero necesarios, para determinar la viabilidad del proyecto de creación de la empresa.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 Marco contextual

Según la alcaldía Municipal de Girardot en el 2017 (RAMÍREZ RODRÍGUEZ & OSORIO LAGUNA, 2018), el departamento de Cundinamarca se encuentra ubicado en la región, cordillera central, su capital es Bogotá; ocupa una superficie de 24.210 km²; su población, según proyecciones para 2016, es de 2.721.368 habitantes.

Uno de los municipios establecido en la zona suroccidental del departamento es Girardot, con una extensión de 138 Km² y una población de 92.903 habitantes (DANE, 2018) sus coordenadas geográficas son latitud norte 4° , 18' 00'' y longitud oeste 74° , 47' 51'' al centro de la ciudad (Según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi). Cuenta con una altitud de 326 Metros sobre el nivel del mar y con una temperatura de 30° C. La ciudad limita por el Oriente con el municipio de Ricaurte, al Occidente con el departamento del Tolima y Municipio de Nariño, por el Norte con el Municipios de Nariño y Tomaña y por el Sur con el Municipio de Flandes en el Departamento del Tolima.

Girardot hace parte de la Provincia del Alto Magdalena, cuenta con cuencas y micro cuencas hidrográficas, la cuenca alta del Río Magdalena se constituye en el recurso hídrico de mayor magnitud en una vasta zona del país, y la cuenca baja del Río Bogotá.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Antecedentes

La técnica del Crochet

La técnica de tejer a crochet consta de un hilo grueso o lana y una aguja especial corta y específica, de metal, plástico o madera que aparenta un gancho. La palabra crochet proviene de Francia. El origen de la técnica en crochet es incierta, ya que luego de muchas investigaciones no se ha podido determinar con exactitud su origen porque esta técnica se difundió en algunos países como África, Inglaterra, Suramérica y China. La técnica era enseñada a niños y mujeres de escasos recursos, convirtiéndose esta como su sustento económico y forma de ganarse la vida. Según la historia del crochet (FERRUZOLA JIMENEZ & MAYRA SANCH, 2014):

En estos orígenes se han postulado personajes importantes que tuvieron trascendencia en la evolución del crochet, como por ejemplo, la reina victoria de España, quien adquiría productos elaborados a mano a comerciantes irlandeses, y que luego de aprender la técnica, ella misma los elaboraba y contribuyo a su práctica corriente. Otro ejemplo importante en la historia del crochet lo constituye madeimoselle riego de la branchardiere quien en 1842, ya publico patrones y guías de técnicas de bordados. Por todo esto, el tejido al crochet se ha ido haciendo cada vez más popular y más valorado como una práctica artesanal. Los artículos elaborados con puntos al crochet eran adquiridos por las personas que querían incorporarse a la sociedad. Sin embargo, el ganchillo se veía como mera imitación de los tejidos de las familias ricas. Las personas que podían permitirse el lujo de pagar telas o encajes más caros, elaborados con sistemas más costosos, odiaban y desperdiciaban el crochet. Pero el crochet ahora estaba en el mapa y empezó a crecer con rapidez entre las clases populares como una alternativa

barata a los cordones finos muy de moda y exclusivos que estaban en boga en ese momento. Sin embargo, esto iba a cambiar pronto, porque empezó a ser más aceptado entre las clases más altas, no solo como un pasatiempo para las manos, sino como una tela de moda, en sustitución de las telas de encaje cuyas industrias estaba declinando sus ventas por los precios elevados que mantenían y muy pocos variedad de diseños que mantenían. (mastermindinternacional, 2011)

El ganchillo, entre los años 1800 hasta aproximadamente 1950, se tejía con hilos muy finos. Entonces se realizaba en un bastidor. Debido al instrumento utilizado como base, se le llamaba ganchillo tambour francés o de tambor. Para realizar esta técnica, se tensaba una tela en el bastidor. Los ganchillos que se utilizaban eran tan finos como las agujas de coser. Después se desechó el bastidor y la tela de fondo como base, y empezó a realizarse la labor “al aire”. Hacia 1900 comenzaron a fabricarse los ganchillos de acero masivamente, lo que hizo el tejido al crochet mucho más popular.

En la década de los años 50, los “crocheters” empezaron a utilizar hilos gruesos con los que se podían realizar labores y prendas más rápidamente y con una menor cantidad de hilo. Para la década de 1960, el arte del tejido al crochet ya era muy popular. No solamente las amas de casa realizaban esta labor. Cada vez más gente de todo tipo se interesó por esta técnica y el ganchillo enganchó a las generaciones más jóvenes. Muchos quisieron aprender crochet. Se popularizaron los patrones de las abuelas y empezaron a surgir patrones y técnicas nuevas. La gente joven aportó al ganchillo colores brillantes y divertidos. Empezaron a incorporar detalles de crochet a su ropa y sus complementos, y el ganchillo se hizo definitivamente popular. (TEJIDOS AL CROCHET , 2014) (pp 6-9)

4.2.2. El mercado de los vestidos de baño y Crop top

“El Instituto para la Exportación de la Moda (Inexmoda) dio a conocer el último informe de producción y ventas del sector textil en Colombia con corte a noviembre de 2018. Los resultados de la publicación arrojaron un crecimiento de 0,7% en el primer caso y 3% en el segundo.” (Montes, 2019). El mercado textil en Colombia es un espacio en constante crecimiento, oportuno para ofertas de negocio novedosas y únicas, que generen innovación y promuevan la competitividad en el sector.

“ La trayectoria del sector durante 2018 ya mostraba sendas de crecimiento a finales del año, pues para octubre los indicadores se mostraron prometedores en cuanto al gasto de los colombianos, que llegó a \$53,7 billones, 6,11% más que en octubre de 2017 y 1,69% más que en septiembre.” (Montes, 2019). El sector como lo muestra el informe del Diario la República ha estado aumentando sus ingresos y generado mayor participación en el PIB nacional debido al auge y demanda de los mismos en el mercado interno del país.

En el estudio realizado por para la creación de una empresa de vestidos de baño en Colombia: “ se evidencia que la oferta de vestidos de baño es alta, actualmente existen fuertes competidores, sin embargo, estos no ofrecen la opción de personalizar el estampado, es en este punto donde se enfocara la estrategia diferenciadora que buscara que Bruna Vibes tenga un posicionamiento de marca” (Camelo, 2018). Se puede interpretar como una oportunidad de negocio factible, teniendo en cuenta la aceptación del mercado y las fortalezas del mismo en el país.

“El sector industrial de confecciones, en Colombia, Ha tenido un incremento en la demanda, permitiendo un auge en la oferta de productos nacionales sobre los importados, con respecto a las prendas de vestir. El TLC (Tratado de libre comercio), que se pactó en Colombia abrió las puertas para importar variedad de productos, sin embargo la economía industrial de Colombia se ha sostenido y ha tenido fuertes impactos que contribuyen al crecimiento del sector” (Torre, 2018). En lo evidenciado en el estudio de factibilidad en la ciudad de Cali, De la Torre encuentra oportuno el funcionamiento de una empresa productora de vestidos de baño, puesto que la demanda nacional es abundante y promueve el mercado nacional. Aun frente a amenazas latentes como lo es el TLC que a su vez fue una ventaja al poder importar a un menor costo materias primas e insumos para la manufacturación de los mismos.

“ La importancia de la creatividad impregnada en cada prenda es ficha clave para el logro de los objetivos; es el factor diferenciador el que penetrará en la mente del consumidor incentivándolo a la compra, de esta manera se podrá alcanzar la rentabilidad y utilidad esperada.” (Rodríguez, 2014). Para Valeria Rodríguez, autora de un estudio de mercado para la creación de una empresa de vestidos de baño en Cali, resulta viable la puesta en marcha del proyecto teniendo en cuenta el mercado de la ciudad y margen de rentabilidad positivo que brinda el producto.

“Casi la mitad de la contracción estuvo explicada por cuatro dominios del sector manufacturero: elaboración de bebidas (-11,4 %), refinación y coquización (-15,9 %), confección de prendas de vestir (-29,4 %) y Fabricación de vehículos automotores (-49,1 %).” El sector textil como lo evidencia el DANE (2020) en su más reciente estudio, muestra como a raíz de la

crisis mundial en salud debido al brote del virus COVID-19 ha afectado severamente la economía no solo nacional sino mundial, disminuyendo la mano de obra, aumentando los costos y mitigando los ingresos. Por lo cual la economía del país no está exenta y se ha contraído considerablemente al punto de disminuir en un -29,4% el mercado de las confecciones en ropas de vestir. Por tal razón es necesario ofertas del mercado novedosas que busquen generar nuevos nichos de mercado y productos innovadores que penetren y se establezcan en el mismo.

“Una de las más golpeadas fue la industria textil, que enfrentó la pérdida masiva de puestos de trabajo y la significativa reducción de sus ingresos, por cuenta de la caída en las ventas. Por lo que las empresas textiles y de confecciones tuvieron que acogerse al concepto de reinversión, transformando sus operaciones y dirigiéndose a nuevos mercados.” Tras el paso y levantamiento del aislamiento obligatorio dado por el gobierno nacional, la industria textil se encuentra en un proceso de reactivación y fortalecimiento económico debido a la fuerte crisis presentada por aspectos como el desempleo, devaluación de la moneda, problemas en el sistema de salud y cierre de empresas relacionadas al sector. Por tal motivo la industria textil fue fuertemente golpeada por los problemas económicos presentados en el país y en el mundo.

Para Rada en su estudio de factibilidad describe la teoría financiera de la empresa como herramienta tendiente a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la empresa, “como así también reconocer situaciones que antes eran irrelevantes y pueden traer aparejado consecuencias graves, en una época de cambios constantes en el mundo” (Rada, 2019), dando importancia a la interrelación de las finanzas corporativas con el entorno que lo rodea.

“La teoría del valor está compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan exclusivamente en magnitudes, es decir, que se pueden expresar de manera cuantitativa” Rada en su explicación de la teoría del valor busca asociar valores o precios a estos bienes conocidos. Esta teoría además involucra otras teorías como, la teoría económica y administrativa, la cual también sirve de base para el desarrollo del proyecto. Caracterizando en tres tipos de decisiones.

Decisiones de inversión. Implican planificar el destino de los ingresos netos de la empresa flujos netos de fondos a fin de generar utilidades futuras.¹⁹

Decisiones de financiación. Persiguen encontrar la forma menos onerosa de obtener el dinero necesario, tanto para iniciar un proyecto de inversión, como para afrontar una dificultad coyuntural.

Decisiones de distribución de utilidades. Tienden a repartir los beneficios en una proporción tal que origine un beneficio importante para los propietarios de la empresa, y a la vez, la valoración de la misma. Una combinación óptima de las tres decisiones genera el mayor valor de la empresa para sus dueños.

“Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto, es el análisis que realiza una empresa para contestar a la interrogante de si es o no conveniente realizar la determinada inversión” (Ramírez E. &., 2004) el estudio se realiza con el fin de determinar cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso mediante los análisis mediante su aceptación.

Para el estudio de la factibilidad de un proyecto, se debe considerar realizar un estudio de viabilidad, el cual determinará si es viable su constitución o no. En este estudio estará involucrada la valoración técnica administrativa y operativa, financiera, económica y legal que afecte toda la estructura integral del proyecto.

“Para la aprobación de cualquier proyecto, se requiere un estudio mínimo de tres viabilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la viabilidad técnica, la legal y la económica.” (Besley, 2008), el estudio actual cuenta con el marco legal, los estudios económicos, administrativos, técnicos y financieros para su viabilidad.

“En la elaboración de todo proyecto, necesitará un buen plan de marketing con el cual se busca dar un excelente enfoque y dirección a la marca, producto o empresa que se desea” (Kotler & Armstrong G , 2012). Es importante modelar un plan de marketing para poder determinar una estrategia de ventas enfocado hacia la venta de los productos artesanales que se confeccionaran

“El plan de marketing a diferencia del plan de negocios, sirve para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos de la organización mediante estrategias y tácticas de marketing específicas, partiendo del cliente” (Kotler & Armstrong G , 2012) para los autores el plan de marketing debe estar vinculado con los planes de otros departamentos dentro de la organización los cuales deben estar alineados para buscar llegar a más clientes. Además se usara el marketing mix para la estrategia de mercadeo.

4.3. Marco conceptual

Emprendimiento: “Acción de innovación, mejorar o crear una idea de negocio, una idea productiva”. (Moya, 2016). El emprendimiento es la acción de crear algo, surgir en una idea, independientemente de su campo de aplicación, puede ser una empresa, una labor social.

Empresa: “Entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (Porto, 2012). Las empresas son entes productivos, sin tener en cuenta su objetivo. Sea social o económico, sin embargo, las empresas funcionan mediante el flujo de dinero.

Técnica crochet: “ Su nombre viene de la palabra francesa “croche”, que significa ganchillo. Los ejemplos más antiguos que se conservan realizados a ganchillo datan del siglo XII. Fue la labor predilecta de monjas italianas y francesas del siglo XVI, que así lograban imitar los encajes a la aguja y a bolillos, pero con menor insumo de tiempo.” (Museo del Traje, 2012). El Crochet es una técnica ancestral, lo cual resalta su impacto histórico y cultural para el desarrollo económico latinoamericano.

Artesanal: “ La producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental.”

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

(Bustos, 2009). Los productos artesanales son altamente representativos en la cultura colombiana debido a su trascendencia histórica debido a su relación con la cultura indígena y precolombina.

Estudio de factibilidad: “Es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.” (Argota, 2017). Los estudios de factibilidad es la manera de conocer que tan viable es una opción de negocio, producto, empresa, entre otros. Con el fin de contextualizar a la junta de socios y poder tomar la decisión de realizarla o no en su defecto.

Microempresa: Ley 590, las PYMES clasifica a la microempresa cuya personal no superior a 10 trabajadores. Sus Activos totales sean inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes o el decreto 957 de 05 junio de 2019 identifica las microempresas con ingresos Inferior o igual a 23.563 UVT por actividades ordinarias anuales de acuerdo con el sector económico de que se trate, que en este este caso se encuentra en el sector manufacturero.

4.4. Estado del arte – antecedentes

“Colombia está transitando hacia un país moderno, con mercados abiertos y competidores más sofisticados” (Fedesarrollo, 2018). En el análisis de emprendimiento y competitividad, Fedesarrollo ubica a Colombia como un país altamente posicionado en el mercado regional, por su alta expansión de mercados y generación de nuevas ideas de negocio. Atractivas para los mercados extranjeros.

“Los resultados en materia de cooperación de los mercados para Colombia fue baja frente a países de economías similares” (BID, 2016). Es resaltable como Colombia ha evolucionado. Sin embargo, el camino hacia una economía pujante y estable es largo, donde se encuentran altibajos y obstáculos.

Contextualizando la investigación al desarrollo comercial y estudios de factibilidad en la ciudad de Girardot y sus alrededores. En el estudio de factibilidad para la creación de una aplicación móvil de domicilios para la ciudad de Girardot, concluyeron: “ El mercado en la actualidad avanza a velocidades agigantadas, haciendo necesaria la formulación de ideas que ayuden a las personas. Que simplifiquen labores rutinarias, dando espacio para otras más necesarias como las relaciones interpersonales, la familia, descansar, entre otras.” (Ramírez E. , 2018). Para comprender la factibilidad de una idea negocio es necesario analizar el mercado en donde se encuentra situada la propuesta, para descifrar sus necesidades, gustos, deseos, etc. Adicionalmente: “ Se determina factible para la puesta en marcha de la idea de negocio la cual dinamizaría el mercado de la ciudad, potenciando las virtudes del municipio focalizándolas por

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

un mismo canal de venta disponible para la población de la ciudad y la población flotante.”

(Ramírez E. , 2018). De esta manera, a través de un instrumento de medición (encuestas) se estableció el nivel de aceptación del mercado, que de la mano con un estudio financiero y técnico se pudo dar viabilidad a la propuesta con el fin de poner en marcha el proyecto productivo.

García, en el estudio de factibilidad para una empresa comercializadora de pollo en Girardot, concluyó: “El estudio estableció una actividad favorable para el municipio, debido al estudio de mercado se permitió establecer un grado de aceptación donde este arroja un valor equivalente al 83% lo que favorece la inversión y puesta en marcha de la empresa.” (García, 2019). Se han generado estudios de factibilidad de diversa índole y actividad económica en la ciudad de Girardot, los cuales han tornado una respuesta positiva del mercado debido al dinamismo y expansión del mismo dentro del municipio. A su vez siendo Girardot una ciudad eje de desarrollo para la zona es una plaza óptima para la postulación de ideas de negocio.

Bazurto, en el estudio de factibilidad para una empresa productora de Cupcakes en Girardot, dijo: “Se pudo identificar la demanda potencial que tendría el proyecto, al establecer por medio de la recolección de información que el 70% de los encuestados compra habitualmente productos de repostería y que el 76% de estos han consumido un cupcake” (Bazurto, 2014). Es necesario usar un método de medición que brinde una información contextualizada respecto al mercado y su comportamiento con la propuesta, ya que de ella se define el estudio financiero y calcular la demanda esperada.

Adicionalmente “Desde este punto de vista se ve un proyecto viable ya que es un producto que tiene buena participación en el sector de la repostería, que tiene un alto porcentaje de demanda, pero se puede ver un crecimiento en la oferta.” (Bazurto, 2014). De tal manera, se debe analizar la demanda potencial del producto de la investigación (vestidos de baño en crochet) para así estimar el comportamiento de las ventas, su punto de equilibrio y calcular los datos financieros propios del proyecto.

4.5. Marco legal

Leyes actuales colombiana que promueven y dan legalidad a la conformación de las empresas en todo el país.

Ley 590 de 2000. Ley la cual promueve el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Colombia con el fin de generar emprendimiento y nuevas alternativas de empleo. Ley 789 de 2002. Por la cual se crea el Fondo Emprender. (EL CONGRESO DE COLOMBIA, 2000)

LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Decreto 1192 de 2009. De la cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones. (MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO ,, 2009)

CONPES 3297 de 2004. Agenda Interna para la Productividad y Competitividad. (Departamento Nacional de Planeación, 2009)

CONPES 3527 de 2008. Política Nacional para la Competitividad y Productividad. (Departamento Nacional de Planeación, 2009)

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

CONPES 3533 julio de 2008. Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional”. (Departamento Nacional de Planeación, 2009)

CONPES 3484 del 13 de agosto de 2007, sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Mipymes. (Desarrollo, 2019)

CONPES 3527 del 23 de junio de 2008, (Departamento Nacional de Planeación, 2009) el cual trata la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad), produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad.

Ley 1014 de 2006, ley de emprendimiento, (CONGRESO DE COLOMBIA, 2006)
Actualmente, esta ley rige todos los temas relacionados al emprendimiento y surgimiento de nuevas ideas de negocio, donde promueve el emprendimiento entre jóvenes y busca generar cultura entre ellos para la generación de fuentes de empleo mediante empresas que destaquen por su innovación, esfuerzo y emprendimiento.

Según la Ley 1014 de 2006, los principios para las actividades de emprendimiento son:

- Promoción de una alternativa de negocio única y diferente.
- Promover el trabajo cooperativo donde existan las buenas prácticas laborales, minimizando los conflictos internos y el buen trato entre trabajadores.

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

- Manejo de la responsabilidad, valores y honorabilidad en el trabajo con el fin de actuar y trabajar con integridad en la organización.
- Iniciar alternativas sostenibles responsables con el medio ambiente.

DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Ley 1480 de 2011; (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2011) Por la cual se expide el estatuto del consumidor. Tiene como fin garantizar y velar por los libres ejercicios de los derechos del consumidor.

SENTENCIA C-392 DE 2007 DE LA CORTE CONSTITUCIONAL, La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 SMMLV se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

LEY 789 DE 2002, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

DECRETO 410 DE 1971, por el cual se expide el código de comercio.

LEY 100 DE 1993. CODIGO SUSTANTIVO DE TRABAJO. La finalidad primordial del 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.

4.5.1. Leyes sobre economía Naranja en Colombia

Ley 1834 de 2017 o Ley Naranja (aprobada a iniciativa del entonces senador Iván Duque), como en el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022, Ley 1955 de 2019. (Super Intendencia de Sociedades., 2019).

“En Colombia la Dirección Nacional de Derecho de Autor (ANDA) es el organismo del Estado Colombiano, que se encarga del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos.” (Super Intendencia de Sociedades., 2019)

Decreto 1935 de 2018 Reglamenta el funcionamiento del CNEN, organismo asesor y consultivo del Gobierno nacional. (Super Intendencia de Sociedades., 2019)

Decreto 2120 de 2018: Aspectos relativos a la Economía Naranja, (Super Intendencia de Sociedades., 2019)-

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Plan Nacional de Desarrollo: Ley 1955 de 2019,...“expidió el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”. Los diferentes componentes del Plan evidencian la importancia otorgada al impulso de la economía naranja en el país y señalan las estrategias y compromisos para lograrlo” (Super Intendencia de Sociedades., 2019).

Actividades de inclusión parcial en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019, Tabla 4. (Super Intendencia de Sociedades., 2019).

5. MARCO METODOLÓGICO

En el diseño de la metodología de la investigación en curso, se usará como referencia bibliográfica el libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernandez Sampieri.

“ La investigación mixta es un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio.” (Hernandez, 2014). La investigación de tipo mixta busca dar una perspectiva amplia del fenómeno de estudio, tomando datos medibles (cuantitativos) e información interpretable por visión crítica (cualitativa) de esta manera el investigador puede contextualizar aún más las diversas hipótesis que surgen al momento de recolectar la información y generar los posibles resultados. Así tanto el mismo como los lectores tendrás a su disposición una investigación concisa y con información más aterrizada frente al tema.

Por otro lado, “los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y están muy estructurados.” (Hernandez, 2014). La investigación será descriptiva ya que se busca lograr profundización del tema de estudio puesto que la finalidad es la generación de un estudio de factibilidad, por ende, se debe analizar diferentes variables (técnicas, administrativas, financieras) para así determinar la viabilidad económica de la misma. Adicional, “Las investigaciones que se realizan en un campo de conocimiento específico pueden incluir diferentes alcances en las distintas etapas de su desarrollo.” (Hernandez, 2014).

Entre diversos métodos tenemos el método histórico, este se encuentra vinculado en la realidad de lo estudiado para así obtener resultados sobre hechos históricos. El método histórico analiza las trayectorias o afirmaciones de investigaciones anteriores, el estudio histórico manifiesta la lógica que se desarrolla en su teoría para así hallar conocimientos más profundos. El método analítico establece nuevas teorías que nos permiten conocer más del objeto de estudiado para así comprender mejor su comportamiento. Se utilizó también el método sintético porque su proceso relaciona hecho aislado y sintetiza diversos elementos de una teoría dada.

Este es un estudio de tipo descriptivo con un enfoque mixto, el cual está desarrollado en el marco del paradigma empírico analítico, lo que permite plantear el tema de investigación de manera, concreta y objetiva. Las características y requerimientos de este método en cuanto a la recolección y análisis de datos fueron tenidos en cuenta para dar cumplimiento a los fines investigativos de manera cualitativa.

5.1.Población:

La población objeto de estudio serán los habitantes de Girardot, donde se cuenta con los siguientes datos, según los datos arrojados por el DANE (2018), es de un total de 92.903 habitantes; el total de habitantes del sexo femenino es de 47.845 representada en un 51,5%. Siendo el 32,16% de población objeto a la cual se quiere abarcar son las mujeres en un rango de edad entre 18 y 59 años de edad, la cual equivale a 29.878.

5.2.Muestra

Para la obtención de la muestra se utilizó la fórmula matemática plantada por los autores Ciro (2012) y César (2005); con un nivel de confianza del 95% y error de estimacion destiando

fue del 10%, debido a los limitantes actuales ocasionados por la pandemia. Al utilizar la formula descrita para la obtención de la muestra se obtiene como resultado un total de 96 personas para encuestar.

Tabla 1.

Cálculo del tamaño de la muestra

Cálculo del tamaño de la muestra		
Parametro	Valores	Tamaño de la muestra
N	29878	95,74
Z	1,96	
P	50%	n = tamaño de la muestra
Q	50%	N = tamaño de la población o universo
e	10%	Z = nivel de confianza
		e = error de estimacion
n=	28694,8312	P = probabilidad de que ocurra el evento
	299,7304	Q = probabilidad de que no ocurra el evento
Nivel de confianza	Z alfa	
99,70%	3	Formula
99%	2,58	
98%	2,33	
96%	2,05	
95%	1,96	
90%	1,645	
80%	1,28	
50%	0,674	

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

Fuente: elaboración propia.

5.3. Fuentes Primarias y Secundarias

Primaria: recopilación de información obtenida, encuestas para obtención de información medible e interpretable

Secundaria: Recolección bibliográfica, observación crítica, DIAN

Técnicas e instrumentos

Las técnicas que vamos a llevar a cabo son encuestas que le realizaremos a las mujeres de entre 18 a 48 años de edad en adelante, en el municipio de Girardot, esta encuesta obtendrá un numero de 11 de tipo abiertas y será dirigida a 96 personas fruto de la muestra recolectada.

Encuesta

Esto se llevará a cabo a través de un cuestionario elaborado de manera ordenada. Lo cual nos va a permitir tener un contacto directo con las personas que posiblemente podrán ser nuestro consumidor, el objetivo de esto es conocer el gusto del consumidor frente al producto ofertado. El instrumento se realizara por medio de correo electrónico, con un link el cual vinculara a la encuesta donde las mujeres de la muestra residente en el municipio de Girardot completaran el cuestionario.

El tratamiento estadístico de la información

Para la tabulación y análisis de este estudio, utilizaremos diagramas de pastel en cada una de las preguntas planteadas en la encuesta a su vez se realizara la interpretación correspondiente a cada uno de los gráficos estadísticos.

5.4. Estudio de mercado

1. Elija el rango de edad al cual usted pertenece.

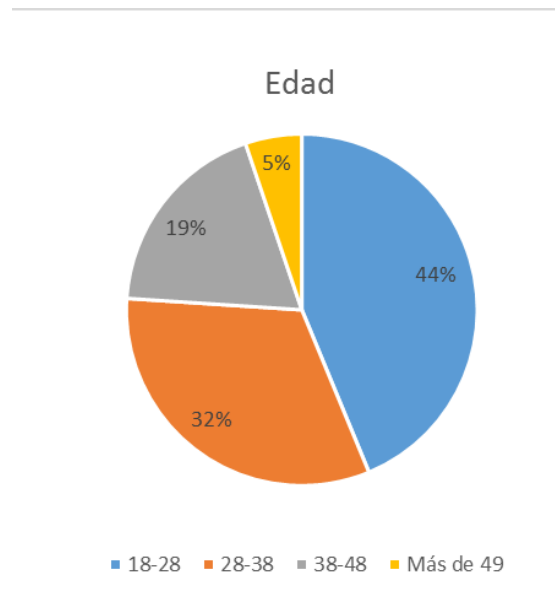
Tabla 2.

Edad

Edad	Respuesta	Porcentaje
18-28	42	44%
28-38	31	32%
38-48	18	19%
Más de 49	5	5%
Total	96	100%

Grafica 1.

Edad



Fuente: Elaboración propia

De las 96 mujeres encuestadas, el mayor porcentaje corresponde en el rango de edad entre 18 a 28 con un 44%, seguida de 28 a 38 años con un 32%. En menor porcentaje se encuentran los rangos 38 a 48 con un 19% y más de 49 años representada solo por el 5%. esto demuestra que el instrumento fue encuestado en su mayoría a mujeres jóvenes y adultas.

2. ¿Alguna vez comprado prendas de vestir tejidas en crochet?

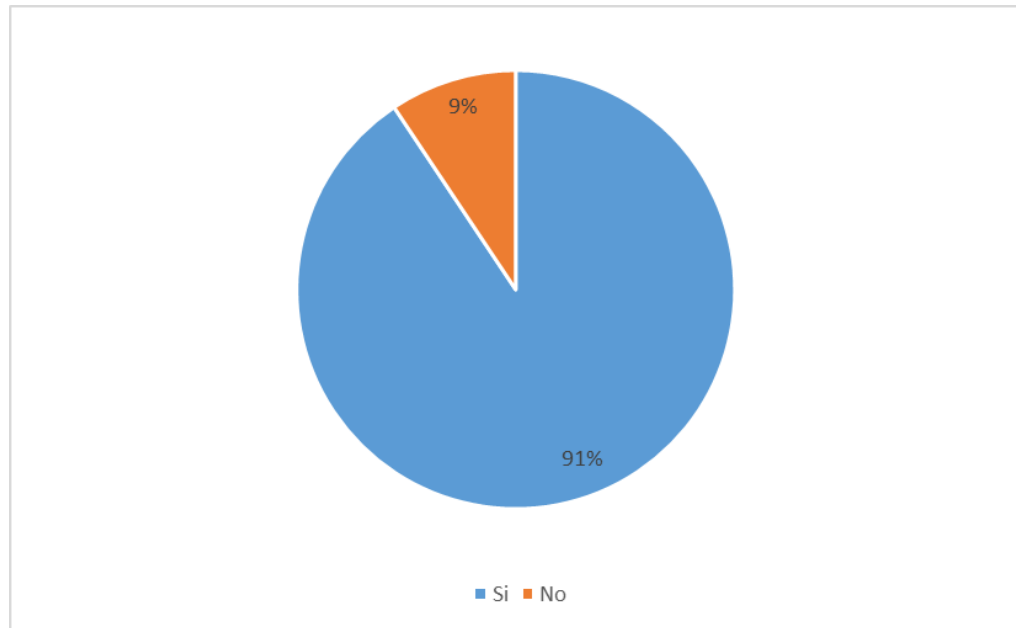
Tabla 3.

Mujeres que han comprado prendas de vestir tejidas en crochet

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Si	87	91%
No	9	9%
Total	96	100%

Grafica 2.

Porcentaje de mujeres que han comprado prendas de vestir tejidas en crochet



Fuente: Elaboración propia

El 91% por ciento de las mujeres han comprado prendas de vestir tejidas en crochet y el 9% no. Esto indica que la mayoría de las mujeres encuetadas conoce el tejido en crochet, los cuales se usaran en la elaboración de las prendas, además haciendo factible la creación de los productos ya que indica que existe un mercado y una demanda.

3. ¿De las siguientes marcas cual prefiere para comprar vestidos de baño?

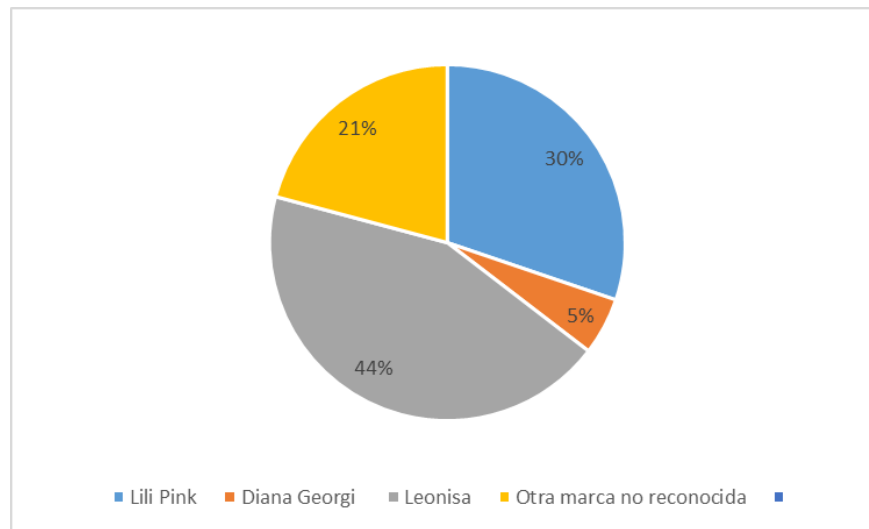
Tabla 4.

Marcas de vestidos de baño

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Lili Pink	29	30%
Diana Georgi	5	5%
Leonisa	42	44%
Otra marca no reconocida	20	21%
Total	96	100%

Grafica 3.

Marcas que prefieren en vestidos de baño



Fuente: elaboración propia

Un análisis de competencia donde se colocaron las marcas más representativas a la hora de comprar vestidos de baño, arrojó que el principal competidor es Leonisa con 44% y Lili Pink con 30%. Además una fracción del 21% mujeres indicó que no recuerdan la marca. Un segmento de la competencia es desconocido.

4. ¿De las siguientes marcas cual prefiere para comprar Crop top?

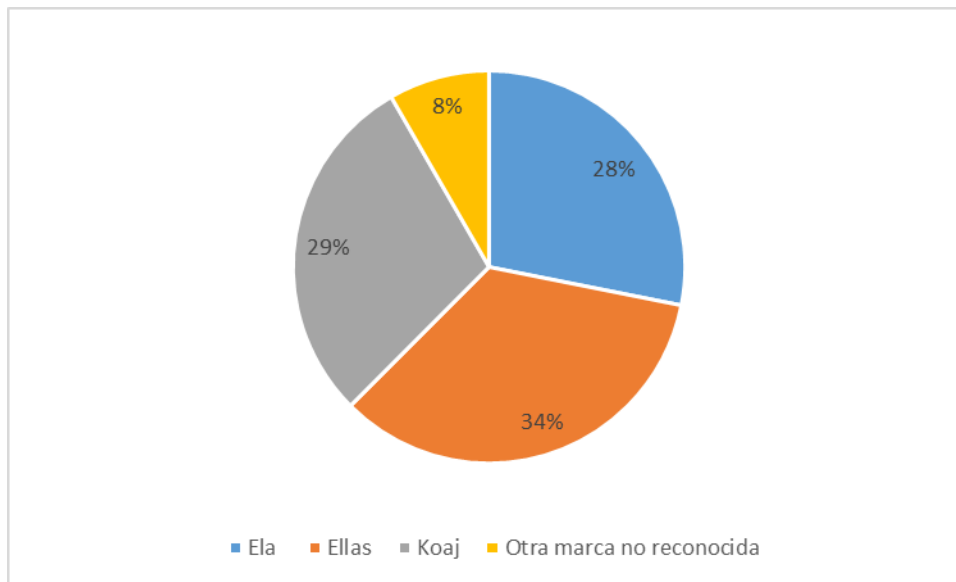
Tabla 5.

Marcas de Crop top

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Ela	27	28%
Ellas	33	34%
Koaj	28	29%
Otra marca no reconocida	8	8%
Total	96	100%

Grafico 4.

Marcas que prefieren en Crop top



Fuente: elaboración propia

Un análisis de competencia donde se colocaron las marcas más representativas a la hora de comprar Crop, se observa que las marcas tiene una buena aceptación en el mercado teniendo una distribución porcentual casi semejante donde ellas obtuvo un 33%, Ela un 28% y Koaj 29%. Un pequeño segmento de la competencia es desconocido.

5. ¿Con que frecuencia compra vestidos de baño?

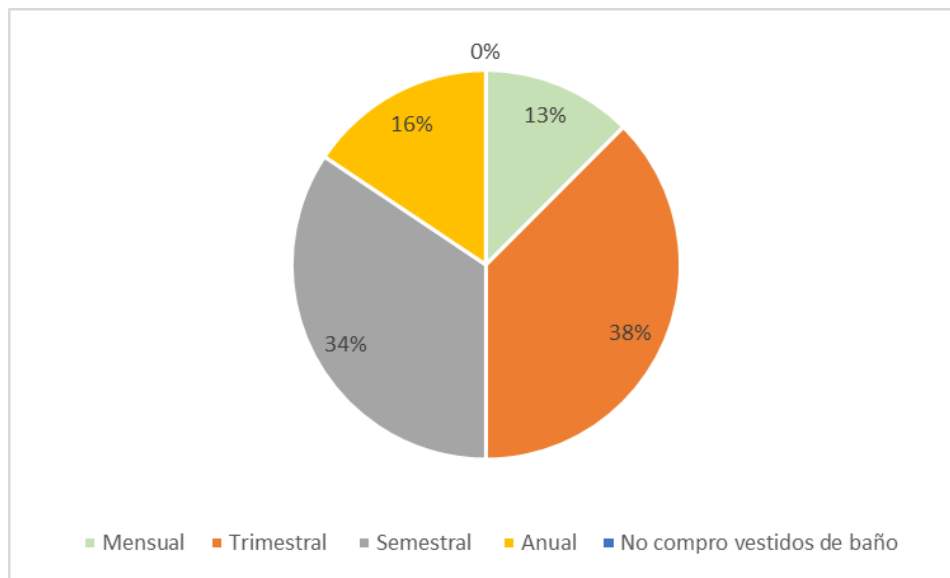
Tabla 6.

Frecuencia de compra vestidos de baño

Frecuencia de compra	Respuesta	Porcentaje
Mensual	12	13%
Trimestral	36	38%
Semestral	33	34%
Anual	15	16%
No compro vestidos de baño	0	0%
Total	96	100%

Grafica 5.

Frecuencia de compra vestidos de baño



Fuente: elaboración propia

Según las encuestadas, la frecuencia de compra de los vestidos de baño se realiza de forma trimestral 38% y semestral 34%. Todas las encuestadas han realizado compras de vestidos de baño, dando un indicador positivo respecto a la demanda hacia el producto. Esta información está relacionada con las épocas vacacionales en Colombia.

6. ¿Con que frecuencia compra Crop top?

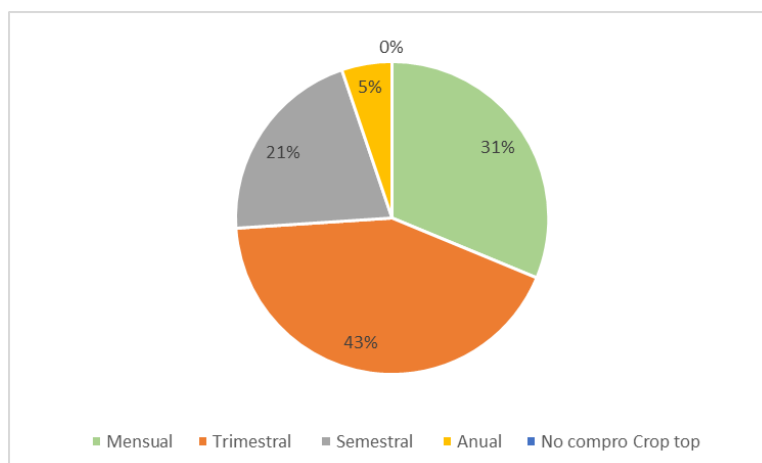
Tabla 7.

Frecuencia de compra Crop top

Frecuencia de compra	Respuesta	Porcentaje
Mensual	30	31%
Trimestral	41	43%
Semestral	20	21%
Anual	5	5%
No compro Crop top	0	0%
Total	96	100%

Grafica 6.

Frecuencia de compra Crop top



Fuente elaboración propia

Según las encuestadas, la frecuencia de compra de los Crop tops se realiza de forma trimestral 43% y mensual 31%. Todas las encuestadas han realizado compras de Crop top, dando un indicador positivo respecto a la demanda hacia el producto. Los Crop tops según el instrumento son una prenda de vestir frecuentemente comprada por las mujeres en un corto periodo de tiempo, siendo este el producto con mayor potencial de venta.

7. ¿Usualmente usted realiza las compras de los vestidos de baño y Crop tops en?

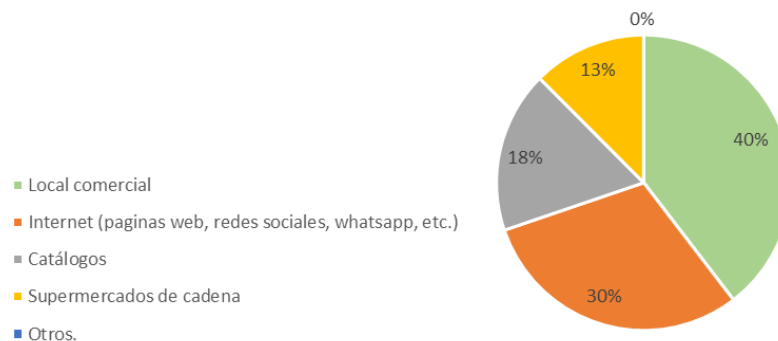
Tabla 8.

Plaza

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Local comercial	38	40%
Internet (páginas web, redes sociales, whatsapp, etc.)	29	30%
Catálogos	17	18%
Supermercados de cadena	12	13%
Otros.	0	0%
Total	96	60%

Grafica 7.

Preferencia medios de compra



Fuente elaboración propia

El local físico es el predilecto para realizar las compras de los vestidos de baño y Crop top con un 40% sin embargo las comprar por internet tiene una gran preferencia, con un 30% de frecuencia de compra según la muestra. Con un porcentaje bajo pero de igual importancia se encuentra los catálogos con un 18%. Las compras por internet han tenido gran acogida en los últimos años. Esta pregunta ayudara a la estrategia de difusión de los productos.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un vestido de baño 100% artesanal de buena calidad y exclusivo?

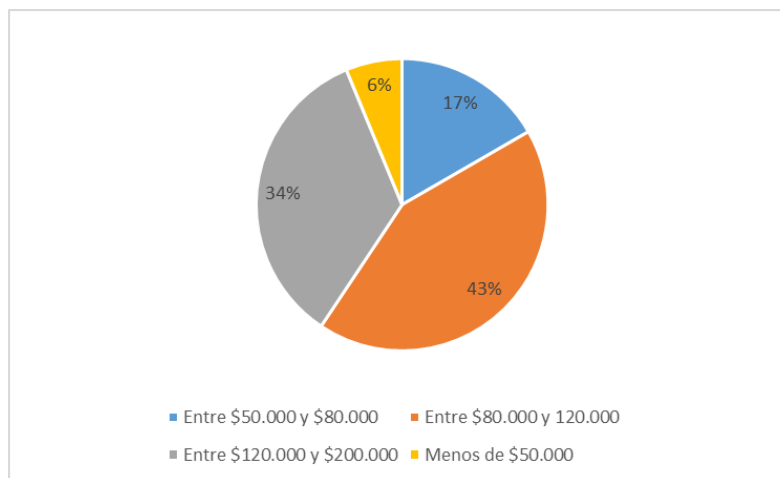
Tabla 9.

Oscilación de precios de vestidos de baño

Precios	Respuesta	Porcentaje
Entre \$50.000 y \$80.000	16	17%
Entre \$80.000 y 120.000	41	43%
Entre \$120.000 y \$200.000	33	34%
Menos de \$50.000	6	6%
Total	96	100%

Grafica 8.

Oscilación de precios de vestidos de baño



Fuente elaboración propia

Los precios predilectos para la compra de un vestido de baño artesanal se encuentran entre \$80.000 y \$120.000 con un 43%, seguido de los precios que oscilan entre \$120.000 y \$200.000. Las mujeres encuestadas manifestaban que son conscientes la ardua labor y esfuerzo para confeccionar una prenda artesanal. Además la exclusividad y los materiales con lo que se confeccionan son garantía de un producto de calidad.

9. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por un Crop top 100% artesanal exclusivo?

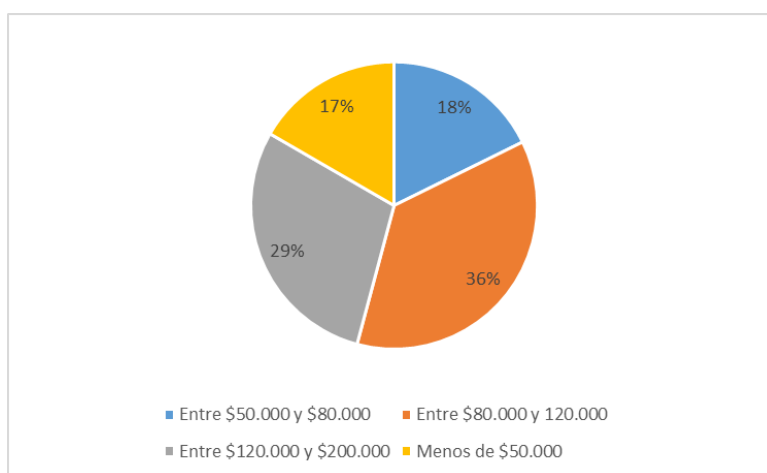
Tabla 10.

Oscilación de precios de Crop top

Precios	Respuesta	Porcentaje
Entre \$50.000 y \$80.000	17	18%
Entre \$80.000 y 120.000	35	36%
Entre \$120.000 y \$200.000	28	29%
Menos de \$50.000	16	17%
Total	96	100%

Grafica 9.

Oscilación de precios de Crop top



Fuente elaboración propia

Los precios predilectos para la compra de un Crop top artesanal se encuentran entre \$80.000 y \$120.000 con un 36%, seguido de los precios que oscilan entre \$120.000 y \$200.000 con 29%, caso similar al de los vestidos de baño. También las mujeres encuestadas manifestaron que son conscientes la ardua labor y esfuerzo para confeccionar una prenda artesana, aunque también para los Crop tops también según los resultados del instrumento prefieren precios más económicos, la frecuencia de compra de Crop tops es mayor según los resultados de la pregunta 6. Estos datos son de gran importancia para el planteamiento de costos y precio de venta.

10. ¿Usualmente que promociones busca a la hora de comprar prendas de vestir?

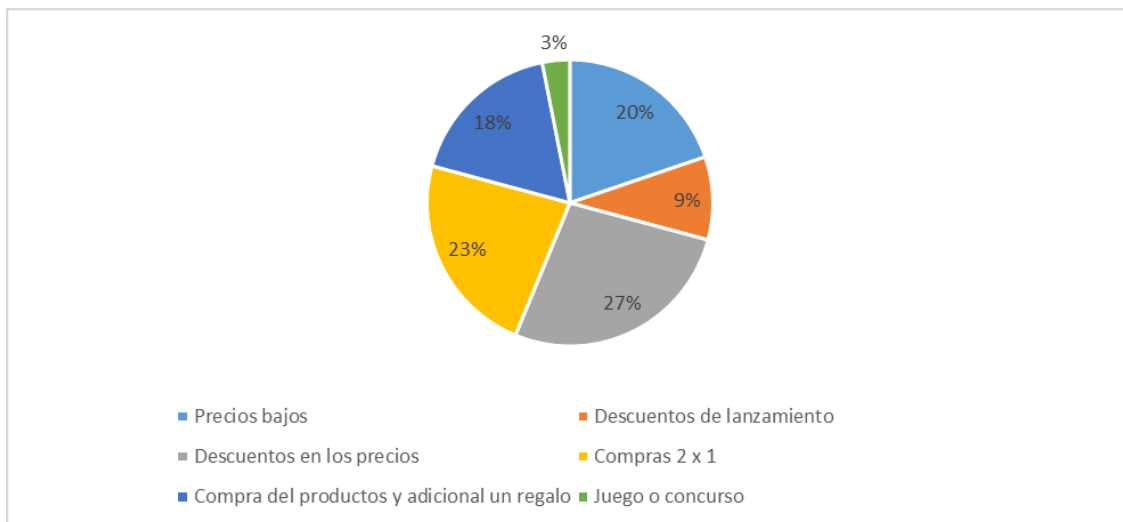
Tabla 11.

Promociones

Promociones	Respuesta	Porcentaje
Precios bajos	19	20%
Descuentos de lanzamiento	9	9%
Descuentos en los precios	26	27%
Compras 2 x 1	22	23%
Compra del productos y adicional un regalo	17	18%
Juego o concurso	3	3%
Total	96	100%

Grafica 10.

Promociones



Fuente elaboración propia

El tipo de promoción más buscado por las encuestadas fue descuentos en precios con un 27%, seguido con porcentajes similares las compras 2x1 con 23% y precios bajos con 20%. Es importante aclarar que precios bajos hace referencia a los productos más económicos en el mercado y los descuentos en los precios son las ofertar esporádicas de rebaja.

11. ¿Se le dificulta conseguir un vestido de baño a su medida?

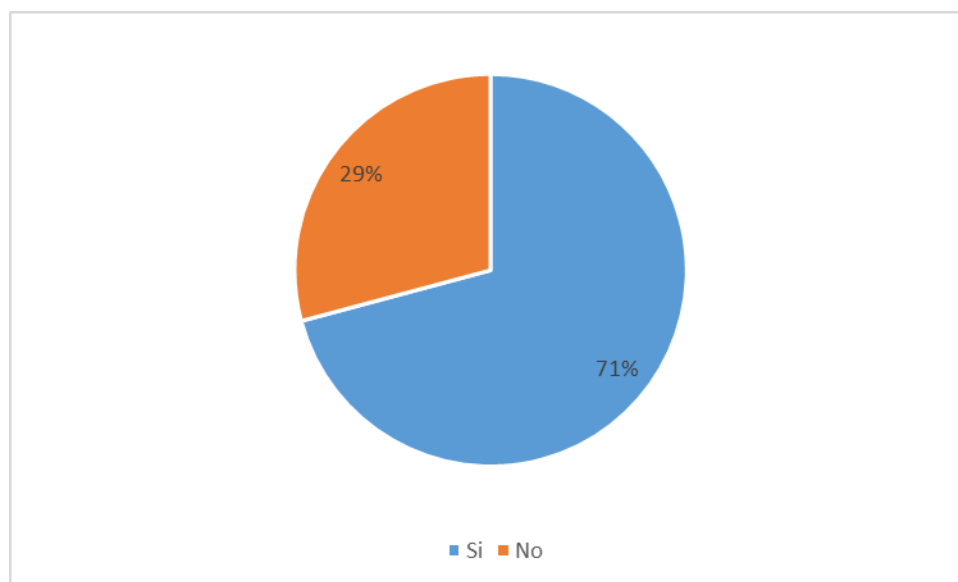
Tabla 12.

Dificulta conseguir un vestido de baño

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Si	68	71%
No	28	29%
Total	96	100%

Grafica 11.

Dificulta conseguir un vestido de baño



Fuente elaboración propia

El 71% de las encuestadas afirmaron tener problemas a la hora de conseguir vestido de baño. Durante la encuesta argumentaban que fueron diferentes factores, tales como talla, color, tipo de copa, encaje.

12. ¿Qué diseño es de su preferencia al momento de comprar un vestido de baño?

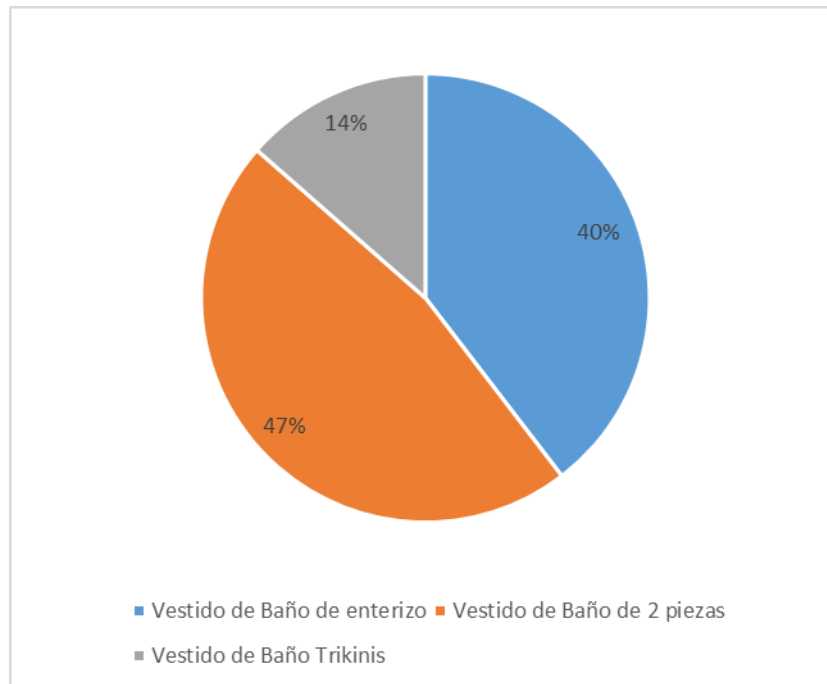
Tabla 13

Preferencia de vestidos de baño

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Vestido de Baño de enterizo	38	40%
Vestido de Baño de 2 piezas	45	47%
Vestido de Baño Trikinis	13	14%
Total	96	100%

Grafica 12.

Preferencia de vestidos de baño



Fuente elaboración propia

Los vestidos de baño con mayor preferencia son los de 2 piezas con un 47%, seguido de vestidos de baño enterizo con 40% de aprobación y vestidos de baño trikini con un 14%, el cual tiene muy poca predilección según los resultados de la encuesta.

13. ¿Cuándo elige un vestido de baño o Crop top que tipo de copa prefiere?

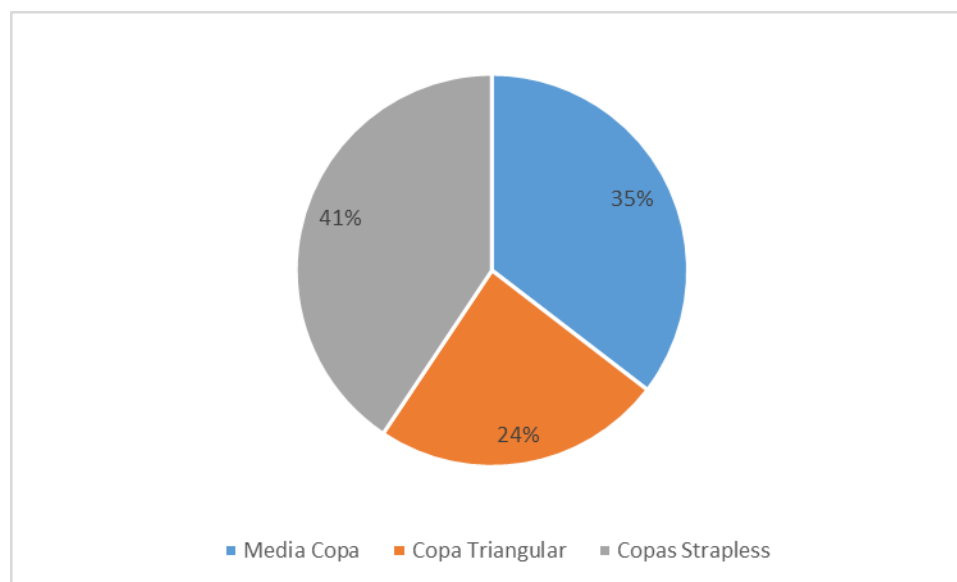
Tabla 14.

Tipo de copa

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Media Copa	34	35%
Copa Triangular	23	24%
Copas Strapless	39	41%
Total	96	100%

Grafica 13.

Tipo de copa



Fuente elaboración propia

El 39 de las mujeres correspondiente al 41% prefieren copa strapless, 34 prefieren la media copa representada con un 35% y las copas triangulares solo obtuvieron una preferencia del 24%. Este dato señala cuales tipo de copa se iniciara la producción inicial.

14. ¿Cuál es su color de preferencia al comprar una prenda de vestir?

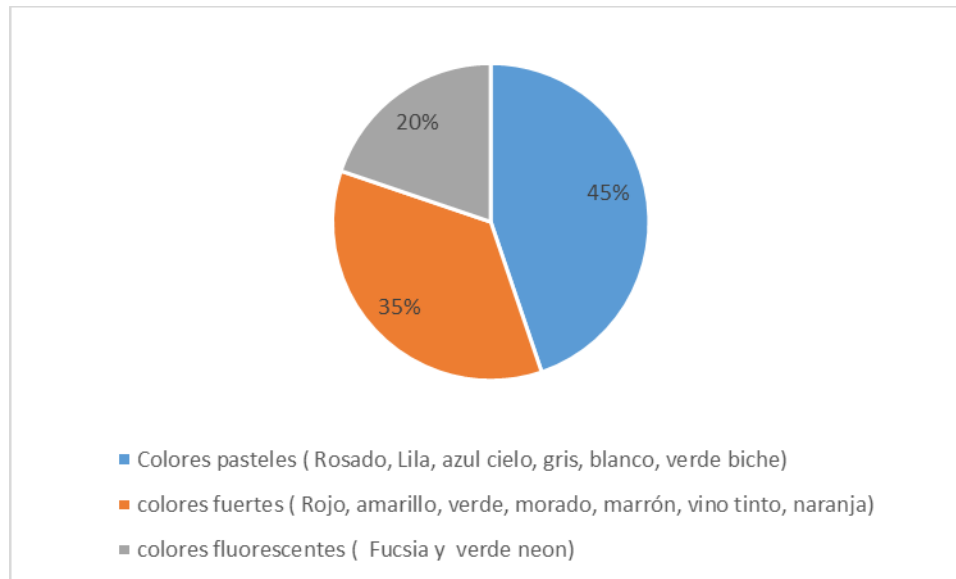
Tabla 15.

Color de preferencia

Alternativas	Respuesta	Porcentaje
Colores pasteles (Rosado, Lila, azul cielo, gris, blanco, verde biche)	43	45%
colores fuertes (Rojo, amarillo, verde, morado, marrón, vino tinto, naranja)	34	35%
colores fluorescentes (Fucsia y verde neon)	19	20%
Total	96	100%

Grafica 14.

Color de preferencia



Fuente elaboración propia

El 43 de las mujeres correspondiente al 45% prefieren colores pasteles, 34 prefieren colores fuertes representada con un 35% y las colores fluorescentes solo obtuvieron una

preferencia del 20%. Este dato señala con cuales los colores que se iniciara para la producción inicial.

Las conclusiones según el instrumento implementado, la factibilidad para la creación de una microempresa de fabricación y venta de vestidos de baño y Crop tops tejidos de forma artesanal en crochet. Hay una gran demanda de estos productos, donde además se encontró que es un negocio potencial, en el cual las mujeres encuestadas buscan satisfacer sus necesidades al momento de comprar vestidos de baño debido a que se encuentran inconformes y tienen dificultad a la hora de conseguirlo. Los Crop tops son una prenda comercialmente solicitada, cuya frecuencia de compra tiene cortos periodos de tiempo.

Las preñar artesanales tienen una gran acogida y respectivamente reconocen el valor intangible y económico que las prendas pueden llegar a tener en el mercado. La encuesta mostro que un número significativo de mujeres actualmente prefiere realizar sus compras mediante medios electrónicos, dejando atrás plazas como supermercados y catálogos de revista.

En el municipio de Girardot no existe un negocio exclusivo en elaborar y comercializar prendas de vestir y accesorios tejidos a crochet, como para contar con un análisis comparativo. La artesanía al crochet ha venido incrementado su demanda, así una manera satisfactoria de obtener ingreso, actualmente se encuentran varios competidores indirectos en el mercado local, los cuales son reconocido por calidad, precio y marca pero el instrumento da una idea clara sobre los aspectos importantes abordar, siendo pertinente un marketing mix de Michael Portero.

5.4.1. Análisis de la Demanda

La demanda en este sector es muy variada dado las características mismas del arte del crochet, donde se puede jugar con la imaginación para lograr desarrollar productos adaptados a

las necesidades del cliente, así también existe una demanda insatisfecha por no encontrarse en el medio personas tan expertas en este arte que pueda complacer a los diseños requeridos.

Hasta ahora se conoce que la demanda es de tipo cíclica y que en la actualidad se ve afectada también por la moda, dado que muchas de las prendas juveniles incluyen la presencia del arte en crochet para adornar y resaltar las bellezas juveniles.

Estos productos se venderán como producto final, es decir no existe el término medio en su presentación y por lo tanto demandará de finos acabados para distinguirse y cotizarse en el mercado donde se comercialicen.

Tabla 16.

Tipos de demanda

Tipos de Demanda			
Por su Oportunidad	Por su Necesidad	Por su temporalidad	Por su Destino
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda Insatisfecha • Demanda Saturada • Demanda Complacida 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de Bienes necesarios • Demanda de Bienes no necesarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda Continua • Demanda Estacional • Demanda Cíclica • Demanda Irregular o por moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de bienes finales • Demanda de bienes intermedios • Demanda de bienes de capital

La población total de mujeres entre 18 años a 49 años objetivos que vive en el municipio de Girardot es de 29.878. Para determinar la demanda potencial debemos retomar el estudio realizado por el DANE (2020), donde determina que la Población ocupada de mujeres en Colombia es 41.4%. Llevando esta información a colación con la población de mujeres en

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Girardot da un promedio total de 12.369 de mujeres de la población ocupada del municipio siendo esta la demanda potencial.

Tabla 17.

Promedio demanda de vestido de baño en Girardot

Vestidos de baño	Mercado potencial	Mercado proporcionado por la muestra
Mensual	1546	12
Trimestral	4639	36
Semestral	4252	33
Anual	1933	15
	12369	96

Tabla 18.

Promedio demanda de Crop top en Girardot

Crop top	Mercado potencial	Mercado proporcionado por la muestra
Mensual	3865	30
Trimestral	5283	41
Semestral	2577	20
Anual	644	5
	12369	96

Tabla 19.

Promedio de demanda de vestidos de baño y Crop top

promedio potencial de prendas de vestir por producto	3092
promedio muestra de prendas de vestir por producto	24

5.4.2. Análisis de la Oferta

Actualmente en Girardot, se logró identificar que los artesanos certificados se ubican en tres zonas para vender sus productos, la plaza de mercado, la casa de la cultura y terminal de

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

transportes de Girardot. En la actualidad existe un grupo de personas que conforman un gremio de artesanos conformado por la alcaldía y la Camara de Comercio municipal, los cuales son las se encargan de mantener un sistema de producción continuo para abastecer a las ferias de presentación y de venta al menudeo. La mayor parte de artesanos son mujeres las cuales decidieron emprender en el sector que por la necesidad del auto sustento, se han visto en la predisposición de aprender a elaborar tejidos variados con el ánimo de comercializarlos de manera individual.

Hay una oportunidad de crear una microempresa que pueda competir con la competencia directa e indirecta, la cual este estructurada y formalizada y sea ajena a la sociedad conformada por la alcaldía municipal y la Camara de Comercio. Una microempresa con representación jurídica e independiente que les permita ser reconocidos dentro del gremio de artesanos y estar constituida legalmente.

Además de estar diseminada, la oferta recibe exigencias al cumplimiento municipal, sus especificaciones de innovación y la calidad de materiales en la elaboración no tiene mayor profundidad; por esta razón el nivel de utilidades alcanzadas por esta actividad se encuentra de forma irregular ya que los precios no se encuentran regulados por la competencia interna, sino más bien por el convenio entre el artesano que produce y la capacidad de negociación del comprador.

5.4.3. Variable de precio del producto

De acuerdo con la materia prima a utilizar y la mano de obra requerida, se establece un valor para cada Crop Top y vestido de baño. Se toman como base el precio que tienen estos productos en la competencia, los cuales fueron consultados por medio sondeo realizado a la

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

competencia indirecta e información proporcionada por el instrumento. Los precios de los productos son los siguientes

Tabla 20.

Precios de los Productos.

Crop Top	\$ 100.000
Vestidos de Baño enterizo	\$150.000
Vestido de Baño 2 piezas	\$200.000

5.4.4. Variable de comunicación

La publicidad es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción cuya importancia y prioridad dependen de los productos que promueven las empresas y de los objetivos que se pretenden lograr. Se usara publicidad ATL con volantes, cartas de presentación entre otros medios físicos. Y publicidad BTL mediante las redes sociales para tener un amplio alcance. Para segmentar el mercado y de acuerdo al tipo de Productos hemos considerado las siguientes estrategias publicitarias de lanzamiento:

- Como estrategia publicitaria se hará el lanzamiento un descuento especial.
- Se dará a conocer el catálogo de productos, con los colores, diseños y formas de tejido en crochet.
- El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización, llevadas al e-commerce.
- Otra estrategia es el uno de las redes sociales pues este busca posicionar una empresa/producto/servicio, su objetivo es aumentar el volumen de usuarios a sus sitios de Facebook e Instagram, por lo tanto, en la actualidad digitales más fácil y factible darse a

conocer por estas redes sociales no solo porque será vista por personas residentes en Girardot, sino que también estén cerca de la geo referencia de la ubicación del negocio.

5.4.5. Variable de distribución

| Costos: Corresponde a la estrategia de precios asequibles, lograda mediante los bajos costos de la materia prima, y maximización de eficiencia de la cadena de suministros.

Diferenciación: La estrategia de diferenciación se basa en la continua implementación de servicios y productos, con este objetivo se inyectan recursos en las partes responsables de este proceso. Esta estrategia busca una entrada anticipada en el ciclo de vida de cada uno de los nuevos productos y aprovechar su período de crecimiento para hacerlos más sólidos y necesarios para los clientes.

Focalización: Corresponde a la explotación de nichos: el productor está directamente relacionado con un segmento objetivo diferenciado del resto de los clientes, en el cual se posiciona fuertemente.

6. ESTUDIO TECNICO

El propósito del siguiente estudio es conocer e identificar los requerimientos, condiciones técnicas, herramientas y las disposiciones de la infraestructura necesaria para la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y venta de vestidos de baño y crop tops artesanales mediante la técnica de crochet en Girardot, Cundinamarca año 2020.

Con el fin de determinar cuáles son los factores y el procedimiento para lograr la realización del estudio, se debe determinar las condiciones socioeconómicas, lugar de ubicación, entre otras, así como lo establece Rosales. “Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas” (Rosales & Ramon, 2005). Para así establecer e identificar la planta, equipos, insumos, materias primas e instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión, así como el capital de trabajo que se necesita.

6.1. Localización

El municipio de Girardot se encuentra ubicado en la región al suroccidental en el departamento de Cundinamarca. Sus coordenadas geográficas son:

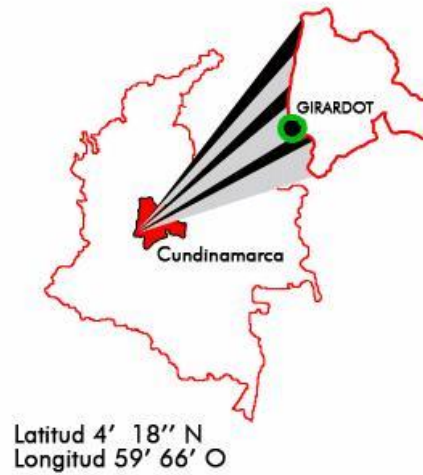
Latitud: 4, 18,18 latitud Norte

Longitud: 74, 48,06 Longitud Oeste

Figura 1.

Municipio Girardot,

Cundinamarca



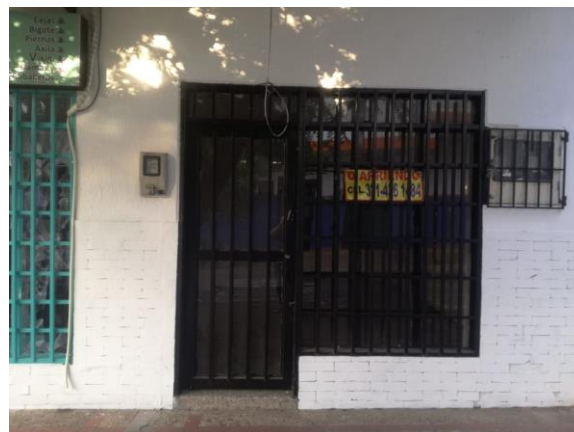
Fuente: Alcaldía de Girardot, 2018. <http://www.girardot>

cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/GaleriaDeMapas/El%20municipio%20en%20el%20pa%C3%ADs.JPG

El estudio de factibilidad está ubicado en el municipio de Girardot, en el prospecto del local está ubicado en calle 21 # 10-80 B/murillo toro local 2 con 4 x 5 metros cuadrados, prestando la adecuación necesaria para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y de la actividad económica.

Figura 2.

Prospecto de local



Fuente: Imagen de autoría propia

6.2.Trámites de Legalización.

Para el desarrollo formal de la actividad económica es necesario realizar los diferentes trámites en las entidades así.

- ✓ Pago del impuesto de registro sobre la escritura
- ✓ Formulario de matrícula mercantil
- ✓ Registro de libros de comercio
- ✓ Registro de la DIAN
- ✓ Formulario de Rut
- ✓ Formulario para la declaración y liquidación privada del impuesto de industria y comercio y de avisos y tableros
- ✓ Corporación pro-desarrollo y seguridad del municipio de Girardot
- ✓ Cuerpo de bomberos
- ✓ Sayco y acinpro
- ✓ Certificación medio ambiental
- ✓ Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP)
- ✓ Régimen de seguridad
- ✓ Fondo de pensiones y cesantías d social
- ✓ Aportes parafiscales

Nombre de la microempresa

La empresa de confección artesanal de vestidos de baño y crop top en crochet se llamara

Cattleya.

Figura 3.

Logo



Fuente: elaboración propia

6.3. Estudio administrativo

6.3.1. Marco estratégico

Misión

Somos una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de vestidos de baño y crop tops en crochet creando diseños exclusivos en el que cliente tiene la opción de personalizar su producto, nuestro mercado va dirigido a las mujeres brindando productos de alta calidad que satisfagan las necesidades, gustos donde disfruten de una experiencia, haciendo de su compra un agradable momento brindándole un excelente servicio que deseen volver adquirir nuestros productos.

Visión

Para el año 2025 que tenga reconocimiento en mercado a nivel regional por la calidad en nuestros productos diferenciándonos por diseños llamativos y únicos, caracterizándonos por un buen servicio al cliente donde se sienta satisfechos, innovando y ofreciendo servicio posventa. Teniendo presencia en Girardot principalmente y lugares aledaños.

Principios y Valores Corporativo

- **Honestidad:** Realizar nuestro trabajo con transparencia, optimizando recursos, cumpliendo con los protocolos éticos y legales de la empresa.
- **Trabajo En Equipo:** Buscar el logro de los objetivos de la empresa apoyándonos, cooperando y compartiendo esfuerzos entre todos.
- **Compromiso:** Es la entrega y sentido de pertenencia que se debe tener hacia la empresa.
- **Respeto:** capacidad de aceptar criterios e ideas que se generen al interior de la empresa, de tal forma que predomine la buena relación entre compañeros de trabajo, usuarios y comunidad en general.
- **Responsabilidad:** Es el deber de realizar bien el trabajo asignado, buscando resultados oportunos y confiables que permitan cumplir con la misión y visión de la empresa.
- **Solidaridad:** apoyo mutuo entre compañeros, empresa y comunidad para satisfacer nuestras necesidades.

Objetivos

Objetivo general de la empresa

- Confeccionar y comercializar los mejores trajes de baños y crop top, generando un producto de alta calidad que cumpla con la normatividad y contribuya con el desarrollo del municipio y la región.

Objetivo específicos de la empresa

- Diseñar estrategias financieras, contables y económicas para la masificación y eficacia de los recursos de la empresa.
- Establecer un plan estratégico de mercadeo y de ventas acorde al contexto regional, que genere un impacto económico positivo.

Políticas

- Producir y comercializar un producto que cumpla con los estándares de calidad para cubrir la demanda.
- Comercializar un producto sano y de calidad que genere rentabilidad.
- Mantener todos nuestros trabajadores con sentido de pertenencia a la empresa, garantías económicas estables para obtener excelentes resultados productivos y personales.
- Aportar crecimiento y desarrollo económico al municipio y proporcionalmente a la región con proyección de crecimiento y expansión.

6.4 DOFA

<h3>DOFA Y ESTRATEGIAS DE CATTLEYA</h3>	<p><i>OPORTUNIDADES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso a la herramienta y materia prima. • Posicionamiento en el mercado debido a la reactivación económica. • Establecer estrategias de mercadeo y posicionamiento en el mercado. • Venta a mayoristas y minoristas para darse a conocer en el entorno. • Expansión a otros municipios por la obtención de buenos resultados en ventas. • Generar altas ventas por medio Online y alcanzar nuevos mercados. 	<p><i>AMENAZAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa no cuenta con un punto de venta propio. • Cambios de tendencia de moda. • La competencia tiene más capacidad de producción. • Externalidades climáticas, sociales o económicas. • Intensificación de las promociones por parte de la competencia. • Disminución de la capacidad adquisitiva por parte de los clientes.
<p><i>FORTALEZAS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración simple y comunicación directa con los colaboradores que hacen el funcionamiento de la empresa. • Bajo costo de producción que se traduce a un precio cómodo para nuestros clientes. • Diseños originales de vestidos de baño y Crop tops acorde a las necesidades de la población. • Personalización de los productos con los datos del cliente • Experiencia en el manejo del negocio. 	<p style="text-align: center;"><i>ESTRATEGIAS OPORTUNIDADES Y FORALEZAS</i></p> <p>La idea de negocio es fácil de implementar los productos tiene un amplio mercado y la materia prima es de fácil acceso, en Girardot se encuentran varios proveedores, además hay diferentes alternativas de proveedores aparte de los locales.</p> <p>La elaboración de los vestidos de mano seria manual dando un plus de valor agregado, y la ubicación de venta es estrategia, ya que, se encuentra en una zona tropical.</p>	<p style="text-align: center;"><i>ESTRATEGIAS FORALEZAS Y AMENAZAS</i></p> <p>Las ventas se harían por encargo implementando un sistema de venta por catálogo, la elaboración artesanal genera exclusividad en los productos, los vestidos de baño y Crop top se pueden modificar acorde a las exigencias de la demanda,</p> <p>La técnica de crochet facilita diferentes tipos de bordaje, diseños y formas. Dando una amplia variedad de estilos a los productos, compitiendo con las tendencias. Una buena estrategia de marketing mix para entra a competir en el mercado.</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES	ESTRATEGIAS AMENAZAS Y DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con tecnología limitada. • Grandes tiempo de confección de las prendas artesanales. • Productos con poco reconocimiento en el mercado • Dificultad económica para estar actualizándose constantemente como lo hace la competencia 	<p>El gran valor agregado que tienen las prendas tejidas a mano en crochet contrarresta los productos que vende la competencia indirecta los cuales son comprados al por mayor y manufacturados, siendo estos comunes y genéricos. Por ende dar a conocer el proceso de elaboración da un plus ante la competencia mediante publicidad y calidad.</p> <p>Gracias a las medidas de reactivación económica se buscara integrarse a algún programa del gobierno, departamento o municipio para impulsar la microempresa, y buscar recursos para tecnificar procesos de la empresa.</p>	<p>En el proceso de crecimiento de la empresa se mejorara la capacidad tecnológica para ofrecer un mejor servicio venta y posventa.</p> <p>Realizar alianzas estratégicas con diferentes locales comerciales para dar a conocer el producto.</p> <p>El marketing mix que se ajuste a las necesidades de la empresa y que pueda ser competitiva en el mercado local.</p>

6.5. Estrategias marketing mix.

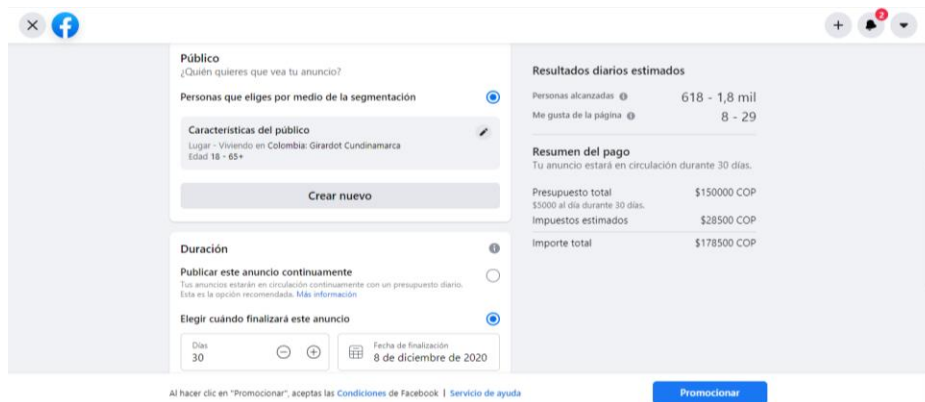
6.5.1. Promoción

Se contara con publicidad ATL, la cual será usara el prototipo del logo y el eslogan de Catleya, donde se realizaran volantes, tarjetas de presentación y un letrero para el local comercial. La otra parte de la publicidad será con la identificación de los tejidos elaborados, para el efecto se ubicará en las prendas una marquilla donde se especifique la marca.

Además se contara la publicidad BTL con cuentas de Facebook e Instagram, mediante el uso de las redes sociales, creando una página con el nombre de la empresa, para que las personas que se agreguen a estas redes sociales y a la cuenta de microempresa, donde puedan conocer más del trabajo artesanal, estén pendientes de las ofertas y conozcan los diseños. Es importante destacar el uso del Marketplace en Facebook, ya que al momento de crear una página desde una cuenta este permite difundir y promocionar la microempresa, pagando el servicio. También se creara un Whatsapp businees, para tener el catálogo de los productos y mayor contacto con los clientes potenciales. También se contempla la posibilidad de contactar un influenciador local para que promocioe a catleya.

Figura 4.

Promoción vía Facebook



Fuente: elaboración propia tomada desde Facebook

Figura 5.

Promoción vía

Instagram



Fuente: elaboración propia vía Instagram

La idea principal es promocionar y producir los productos, pero se impulsará en épocas vacacionales siendo 4 en el año con mayor fuerza los vestidos de baño, mediante descuentos de temporada, para los Crops tops cada fin de mes se realizaran promociones constantes de descuentos y precios bajos. Estas estrategias irán de la mano con el área financiera. Además la fidelidad en redes sociales y la de nuestros clientes se recompensaran en la entrega de producto mediante un sorteo.

6.5.2. Plaza

El lugar donde se confeccionaran y se venderán los productos está destinado en la calle 21 # 10-80 B/murillo toro local 2, ubicación ideal ya que este se encuentra entre la carrera 10 y

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

la 11 siendo esta una zona comercial: Cerca al local se encuentra el Colegio americano, Fundemag, Mega gym entre otros negocios donde habitúa parte del el nicho de mercado. Además se puede captar población flotante dada la afluencia de turistas que transitan por esta zona del municipio, y viene a buscas zonas húmedas donde gustan de estas prendas. Girardot es una gran Plaza, convirtiéndose en un gran mercado potencial para la inserción de productos elaborados por Cattleya, además se facilita el registro de la marca de calidad propia.

Dentro de la plaza, también se incluirá una página de Facebook e Instagram con ubicación en Girardot, donde se publicaran los productos y servicios para facilitar la compra y captar al nicho de mercado. El e-commerce es una gran estrategia la cual disminuye costos al elimina la opción de tener un punto de venta fijo para comercializar los productos.

6.5.3. Precio

El precio que se fijará para los productos serán impuestos y estarán sujetos a cambios conformen fluctúen los costó de insumos y materiales utilizados en la elaboración de los mismos, más sin embargo los precios que se han presupuestado están basados según el instrumento, la competencia y costo mano de obra, el cual se puede observar en la tabla 17. El precio es muy competitivos frente a los precios a los que normalmente se están comercializando los productos. Dentro de las fortalezas del negocio está que la mano de obra aún no se especializa y por lo tanto se puede conseguir mano de obra de bajo costo, sabiendo que a futuro se tendrá que cuidar mucho del personal capacitado. Se propone a los artesanos ganarse un promedio de \$ 30.000 a 40.000 por prenda confeccionada.

6.5.4. Producto

Cattleya ofrecerá desde su taller artesanal en crochet una variedad de 3 artículos, los cuales son Crop tops, vestidos de baño dos piezas y vestidos de baño enterizo, donde estos están sujetos a la moda, tipo de bordado en crochet y de las necesidades de la demanda. Los cuales usaran un hilo terlenka, con diferentes cavados, copas y colores.

El detalle y el acabado en los artículos que se elaboren será la distinción entre la competencia, acompañado de un seguimiento de la moda con el uso del internet y expuesto en el salón de planificación, así como los muestrarios traídos cuando se asisten a ferias artesanales locales y de otras ciudades. Para asegurar la calidad de los tejidos, se compararan los mejores productos con relación al su precio. Además el tejedor trabajara dentro de un ambiente acogedor donde las políticas de trabajo no sean sólo de cumplimiento a la obra asignada, sino también a políticas de convivencia y fortalecimiento del espíritu del trabajo artesanal. Logrando así que la calidad de lo que se hace sea un generador de valor.

Figura 6.

Crop top



Fuente: elaboración propia.

Figura 7.

Vestido de baño 2 piezas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 8.

Vestido de baño enterizo



Fuente: elaboración propia.

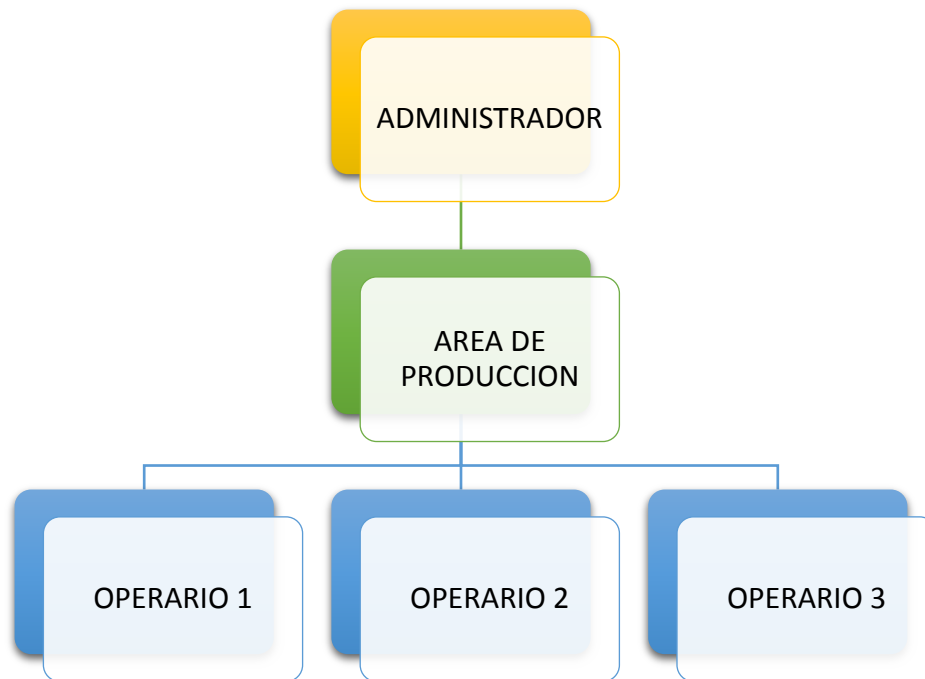
6.6. Organigrama

La organización es una forma de conducir ordenadamente las actividades necesarias para el desempeño funcional de una empresa pública o privada, sea este con fines o sin fines de lucro. Lo que se logra a través de la organización es la optimización de espacio, tiempo y recursos implementados en la realización de la actividad del ente institucional, empresarial o artesanal.

Para el caso de la microempresa Catleya es plantear un organigrama funcional es mejorar la calidad de la utilización de los recursos humanos, materiales y monetarios. Así se sabrá cuál es la dirección interna y las necesidades de comunicación entre los que conformarán el Taller Artesanal. Los colaboradores serán contratados por obrar y labor.

Figura 9.

Organigrama



6.7.Manual de funciones

Cargo administrador

Contrato obra labor

Objetivo del Cargo:

Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

Funciones:

- Trazar las políticas administrativas, los proyectos corporativos, negocios y presupuestos que serán sometidos a consideración de la Junta Directiva.
- Dirigir el régimen interno de su administración, cuidando que sus actividades se efectúen de conformidad con la ley, los Estatutos y los acuerdos de la Junta Directiva.
- Separar y reemplazar el personal subalterno y autorizar la contratación de los funcionarios que sean necesarios para el desarrollo del objeto misional.
- Dirigir las relaciones públicas con entidades estatales en los niveles nacional, departamental y local, organismos internacionales, empresas privadas y entre otras las organizaciones gremiales, de acuerdo con los intereses corporativos.
- Dar cuenta al dueño de la empresa de la marcha y estado de todas las actividades, como la recaudación, inversiones y situación financiera.
- Cumplir y hacer cumplir las directivas y acuerdos de la Junta Directiva en todos los niveles funcionales.
- Velar por el cumplimiento de las metas y objetivos.

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

- Proporcionar a todo el personal las condiciones apropiadas para su trabajo, promoviendo y motivando su identificación y sus objetivos corporativos.
- Cumplir con las funciones determinadas en los Estatutos.

Requerimientos del Cargo:

- Título profesional en administración de empresas
- Dos años de experiencia

Cargo de operarios

Contrato obra labor

Objetivo del Cargo:

Cada operario debe saber la técnica del crochet y conocer como guiarse con los patrones para así poder elaborar el producto que se necesite.

Funciones:

- Elaborar los productos de acuerdo al diseño o patronaje que le indique la persona encargada.
- Preparar y producir tejidos de acuerdo a los diseños determinados
- Producir prendas de calidad en la cantidad requerida
- Aplicar técnicas necesarias para una excelente producción

Requerimientos del Cargo:

- Que tenga experiencia en tejer en crochet
- Bachiller

6.8. Capacidad de producción

Tabla 21.

Capacidad de producción Crop tops

Bien / Servicio: Crop tops				
Unidades a producir por mes es de 24 prendas de Crop Tops				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Actividad 1 Diseño del vestido de baño	30 Minutos	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 2 Selección de materia prima y elaboración del (Brasier)	3 Horas	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 3 Elaboración de crop top según la talla requerida	3 Horas	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 4 Pegar copas de Brasier	1 Hora	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 5 Revisar que la prenda esté bien	30 Minutos	Supervisor	1 persona	N/A

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

terminada en cuantos acabados y los remates esté bien seguro lo cual se puede brindar seguridad al cliente.				
Total	8 Horas			

Tabla 22.

Capacidad de producción Vestidos de baño 2 piezas

Bien / Servicio: Vestidos de baño 2 piezas				
Unidades a producir: 24 prendas por mes				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Actividad 1 Diseño del vestido de baño	30 Minutos	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 2 Selección de materia prima y elaboración del (Panty)	3 Horas	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 3 Elaboración del (Brasier)	2 Horas	Operaria	1 persona	N/A

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Actividad 4 Pegar forro del Panty	1 Hora	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 5 Pegar copas de Brasier	1 Hora	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 6 Rematar y revisar que el producto no tenga imperfecciones	30 Minutos	Operaria	1 persona	N/A
Total	8 horas			

Tabla 23.

Capacidad de producción Vestidos de baño Enterizo

Bien / Servicio: Vestidos de baño Enterizo				
Unidades a producir: 17 prendas				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Actividad 1 Diseño del vestido de baño	30 Minutos	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 2 Selección de	5 Horas	Operaria	1 persona	N/A

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

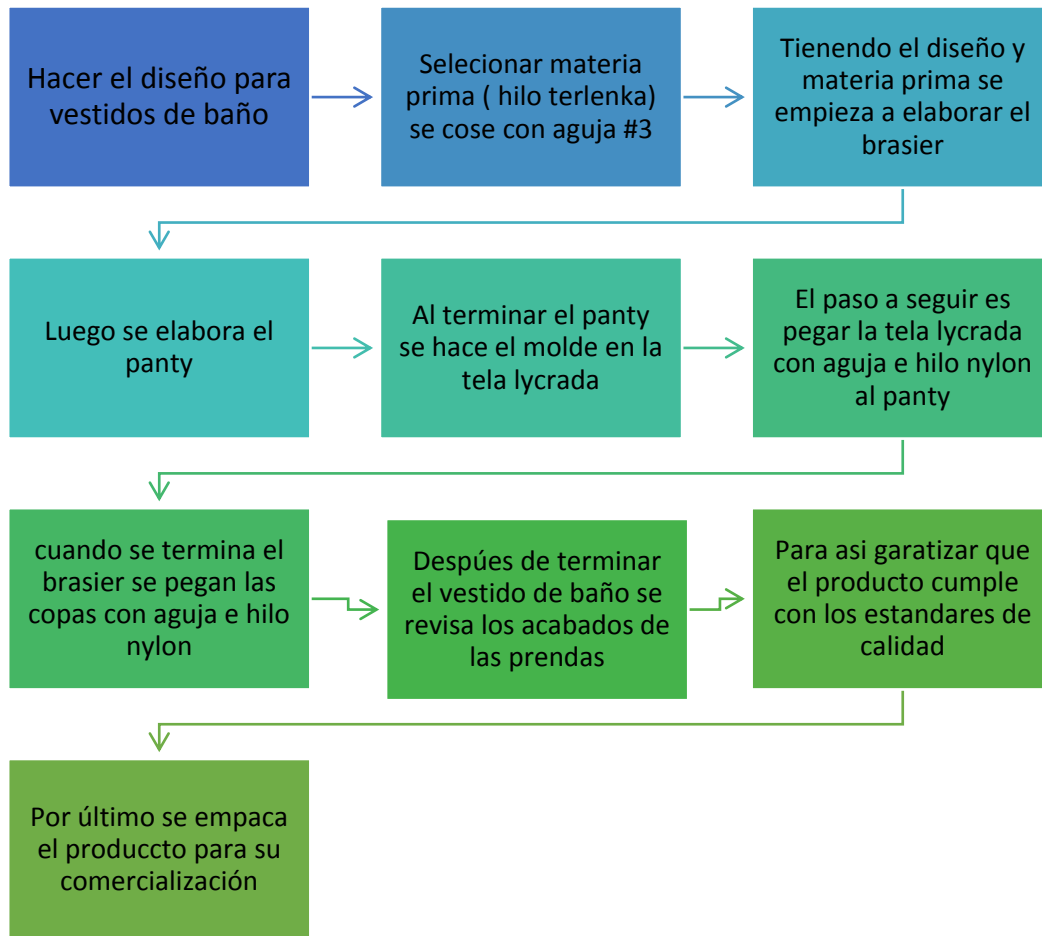
materia prima y elaboración del (Panty) y la parte del abdomen				
Actividad 3 Elaboración del (Brasier)	2 Horas	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 4 Pegar forro del Panty	2 horas	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 5 Pegar copas de Brasier	1 Hora	Operaria	1 persona	N/A
Actividad 6 Rematar y revisar que el producto no tenga imperfecciones	30 Minutos	Operaria	1 persona	N/A
Total	11 Horas			

La capacidad de producción de cada una de las operarias mensualmente seria, 24 vestidos de baño de dos piezas por la operaria número 1, la capacidad de producción por la operaria número 2 es de 17 vestidos de baño enterizos mensuales, la capacidad de elaboración en crop tops mensualmente es de 24 unidades por la operaria número 3. De acuerdo con lo anterior es la capacidad de producción de cada una de las operarias, sin contar que, si tienen experiencia para tejer, porque de ser así cada operaria tejera con mayor facilidad, esto hará que la producción

mensual aumente un poco más de lo que se ha calculado, en el que se optimizaría tiempo de fabricación.

Figura 10.

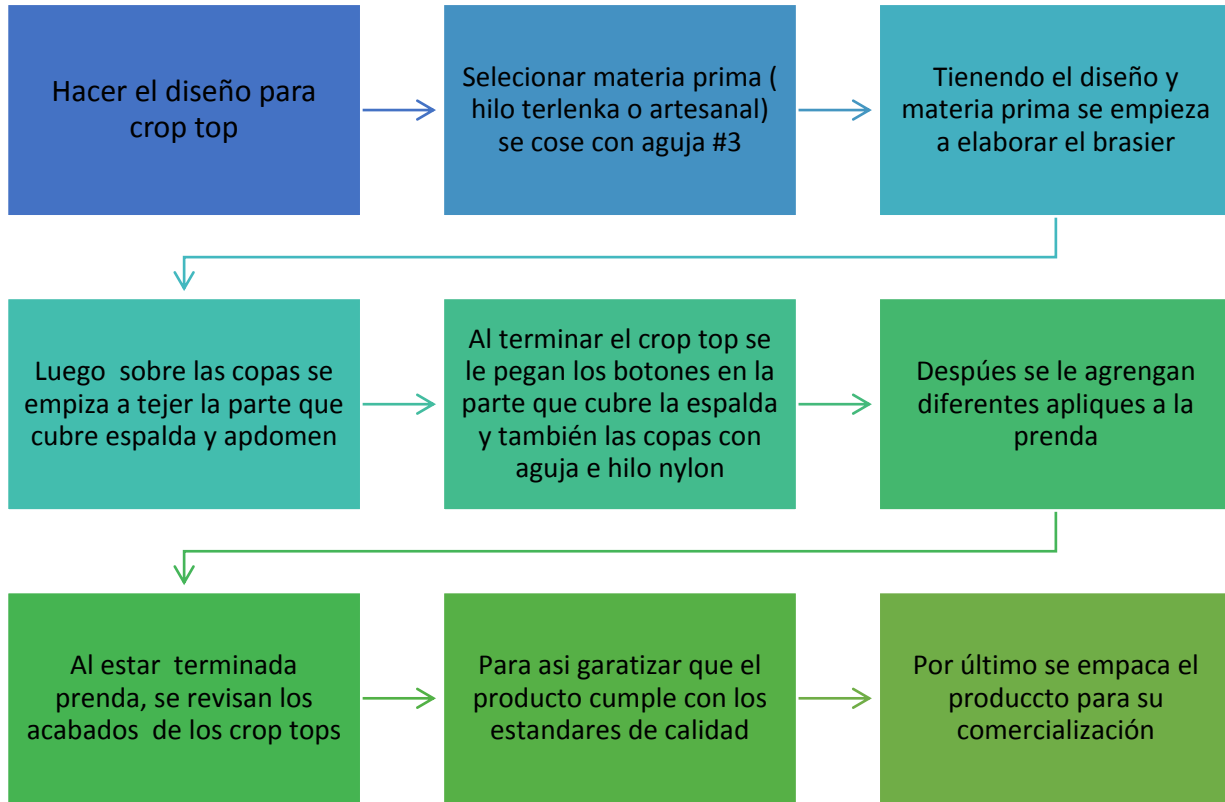
Proceso productivo para vestidos de baño de 2 piezas y enterizos



Fuente: elaboración propia.

Figura 11.

Proceso productivo para crop tops



Fuente: elaboración propia.

6.9. Estudio Financiero

Tabla 24.

Variables Macroeconómicas

Variables Macroeconómicas (Solo para uso informativo)	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Inflación	3,10%	3,10%	3,00%	3,00%	3,00%
Devaluación	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%	4,47%
IPP	3,51%	3,72%	3,80%	8,50%	3,50%
Crecimiento PIB	2,90%	3,80%	3,90%	4,00%	4,00%
DTF T.A.	4,62%	4,65%	4,70%	4,50%	4,50%

Tabla 25.

Depreciación Activos Fijos

Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Adecuaciones y Mejoras	10	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	5	Vida útil (años)

Tabla 26.

Precio por Producto

Precio por Producto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Precio Vestido de baño 2 Piezas	150.000	154.500	159.135	163.909	168.826
Precio Crop top	100.000	103.000	106.090	109.273	112.551
Precio Vestido de Baño Enterizo	200.000	206.000	212.180	218.545	225.102

Nota: a partir del año dos hay un incremento del 3% en el precio por producto.

Tabla 27.

Unidades Vendidas por Producto

Unidades Vendidas por Producto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Unidades Vestido de baño 2 Piezas	180	200	200	209	209
Unidades Crop top	260	270	270	288	288
Unidades Vestido de Baño Enterizo	260	270	270	288	288

Nota. En los primero 3 años no se produce a la máxima capacidad de producción.

Tabla. 28.

Totales de venta y rebajas en venta

Total Ventas						
Precio Promedio	\$	150.000,0	154.500,0	159.135,0	163.909,1	168.826,3
Ventas	unid.	700	740	740	785	785
Ventas	\$	105.000.000	114.330.000	117.759.900	128.743.108	132.605.402
Rebajas en Ventas						
Rebaja	% ventas	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Pronto pago	\$	4.200.000	4.573.200	4.710.396	5.149.724	5.304.216

Tabla 29.

Costo unitario de materia prima Vestido de baño 2 Piezas

Vestido de baño 2 Piezas	Unidad	Cantidad	Vr Unitario año 1	Vr Unitario año 2	Vr Unitario año 3	Vr Unitario año 4	Vr Unitario año 5
Hilos Terlenca	grs	300	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120
Botones	und	4	\$ 200	\$ 206	\$ 212	\$ 219	\$ 225
Tela Licrada	und	1	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo nylon	und	1	\$ 1.500	\$ 1.545	\$ 1.591	\$ 1.639	\$ 1.688
copas (par)	und	1	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Tira pitillo	mts	1	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
Etiqueta	und	1	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Bolsa para empaque	und	1	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675

Tabla 30.

Total costo unitario de vestidos de baño 2 piezas

Vestido de baño 2 Piezas	Vr Total	Vr Total	Vr Total año 3	Vr Total año 4	Vr Total año 5
Hilos Terlenca	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000
Botones	\$ 800	\$ 824	\$ 849	\$ 874	\$ 900
Tela Licrada	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo nylon	\$ 1.500	\$ 1.545	\$ 1.591	\$ 1.639	\$ 1.688
copas (par)	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Tira pitillo	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
Etiqueta	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Bolsa para empaque	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
total	\$ 48.800	\$ 49.184	\$ 49.580	\$ 49.987	\$ 50.407

Tabla 31.

Costo unitario de materia prima Crop top

Crop top	Unidad	Cantidad	Vr Unitario año 1	Vr Unitario año 2	Vr Unitario año 3	Vr Unitario año 4	Vr Unitario año 5
Hilos Terlenka	grs	1	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo Artesanal	grs	1	\$ 3.500	\$ 3.605	\$ 3.713	\$ 3.825	\$ 3.939
agujas	und	3	\$ 1.500	\$ 1.545	\$ 1.591	\$ 1.639	\$ 1.688
Botones	und	6	\$ 200	\$ 206	\$ 212	\$ 219	\$ 225
Tiras Licradas	mts	1	\$ 800	\$ 824	\$ 849	\$ 874	\$ 900
Etiqueta	und	1	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Hilo	mts	1	\$ 1.800	\$ 1.854	\$ 1.910	\$ 1.967	\$ 2.026
copas	und	1	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Bolsa para empaque	und	1	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675

Tabla 32.

Total costo unitario de Crop top

Crop top	Vr Total	Vr Total	Vr Total año 3	Vr Total año 4	Vr Total año 5
Hilos Terlenka	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo Artesanal	\$ 3.500	\$ 3.605	\$ 3.713	\$ 3.825	\$ 3.939
agujas	\$ 4.500	\$ 4.635	\$ 4.774	\$ 4.917	\$ 5.065

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Botones	\$ 1.200	\$ 1.236	\$ 1.273	\$ 1.311	\$ 1.351
Tiras Licradas	\$ 800	\$ 824	\$ 849	\$ 874	\$ 900
Etiqueta	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Hilo	\$ 1.800	\$ 1.854	\$ 1.910	\$ 1.967	\$ 2.026
copas	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Bolsa para empaque	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
total	\$ 21.700	\$ 22.351	\$ 23.022	\$ 23.712	\$ 24.424

Tabla 33.

Costo unitario de materia prima Vestido de Baño Enterizo

Vestido de Baño Enterizo	Unidad	Cantidad	Vr Unitario año 1	Vr Unitario año 2	Vr Unitario año 3	Vr Unitario año 4	Vr Unitario año 5
Hilos Terlenca	grs	350	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
Tela Licrada	und	1	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo nylon	und	1	\$ 1.500	\$ 1.545	\$ 1.591	\$ 1.639	\$ 1.688
copas (par)	und	1	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Tira pitillo	mts	1	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
Etiqueta	und	1	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Bolsa para empaque	und	1	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675

Tabla 34.

Total costo unitario de Vestido de Baño Enterizo

Vestido de Baño Enterizo	Vr Total	Vr Total	Vr Total año 3	Vr Total año 4	Vr Total año 5
Hilos Terlenca	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000
Tela Licrada	\$ 5.000	\$ 5.150	\$ 5.305	\$ 5.464	\$ 5.628
Hilo nylon	\$ 1.500	\$ 1.545	\$ 1.591	\$ 1.639	\$ 1.688
copas (par)	\$ 4.000	\$ 4.120	\$ 4.244	\$ 4.371	\$ 4.502
Tira pitillo	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
Etiqueta	\$ 300	\$ 309	\$ 318	\$ 328	\$ 338
Bolsa para empaque	\$ 600	\$ 618	\$ 637	\$ 656	\$ 675
total	\$ 47.000	\$ 47.360	\$ 47.731	\$ 48.113	\$ 48.506

Tabla 35.

Resumen Costos Unitarios Materia Prima por Producto

Costos Unitarios Materia Prima	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
	\$/ unidad	\$/ unidad	\$/ unidad	\$/ unidad	\$/ unidad
Costo MP Vestido de baño 2 Piezas	\$ 48.800	\$ 49.184	\$ 49.580	\$ 49.987	\$ 50.407
Costo MP Crop top	\$ 21.700	\$ 22.351	\$ 23.022	\$ 23.712	\$ 24.424
Costo MP Vestido de Baño Enterizo	\$ 47.000	\$ 47.360	\$ 47.731	\$ 48.113	\$ 48.506
Costo Total Promedio de Materia Prima	\$ 39.161	\$ 39.622	\$ 40.097	\$ 40.586	\$ 41.089

Tabla 36.

Costo de la mano de obra directa

Nómina	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total
Operario Nomina	12	3	\$ 900.000	\$ 10.800.000	\$ 4.644.000	\$ 15.444.000

Nota: las prestaciones equivalentes a un 43%.

Tabla 37.

Costo anual de la mano de obra directa

Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total	Vr Total
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 46.332.000	\$ 47.768.292	\$ 49.249.109	\$ 50.726.582	\$ 52.248.380

Tabla 38.

Costo Unitario de Mano de Obra Directa por Producto

Costo Unitario de Mano de Obra Directa por Producto	Duración Proc Producción *	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit	Vr Unit
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario MOD Vestido de baño 2 Piezas	8,00	\$ 58.097	\$ 56.783	\$ 58.543	\$ 56.776	\$ 58.479
Costo Unitario MOD Crop top	8,00	\$ 58.097	\$ 56.783	\$ 58.543	\$ 56.776	\$ 58.479

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Costo Unitario MOD											
Vestido de Baño	11,00	\$	79.883	\$	78.076	\$	80.496	\$	78.067	\$	80.409
Enterizo											

Tabla 39.

Costo Total de Mano de Obra Directa por Producto

Costo Total de Mano de Obra Directa por Producto	Vr Unit Año 1	Vr Unit Año 2	Vr Unit Año 3	Vr Unit Año 4	Vr Unit Año 5
Costo Total MOD Vestido de baño 2 Piezas	\$ 10.457.379	\$ 11.356.503	\$ 11.708.555	\$ 11.891.946	\$ 12.248.704
Costo Total MOD Crop top	\$ 15.105.103	\$ 15.331.279	\$ 15.806.549	\$ 16.351.426	\$ 16.841.969
Costo Total MOD Vestido de Baño Enterizo	\$ 20.769.517	\$ 21.080.509	\$ 21.734.005	\$ 22.483.210	\$ 23.157.707
Total	\$ 46.332.000	\$ 47.768.292	\$ 49.249.109	\$ 50.726.582	\$ 52.248.380

Tabla 40.

Otros Costos de Fabricación

Otros Costos de Fabricación Rubros	Valor	Vr Total Año 1	Vr Total Año 2	Vr Total Año 3	Vr Total Año 4	Vr Total Año 5
Transporte de insumos, materiales de producción	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.203.600	\$ 1.207.211	\$ 1.210.832	\$ 1.214.465
Dotación	\$ 300.000	\$ 600.000	\$ 601.800	\$ 603.605	\$ 605.416	\$ 607.232
Servicio públicos	\$ 200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.203.600	\$ 1.207.211	\$ 1.210.832	\$ 1.214.465
equipo de bioseguridad	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Internet	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 962.880	\$ 965.769	\$ 968.666	\$ 971.572
Total Costos de Fabricación		\$ 4.160.000	\$ 4.171.880	\$ 4.183.796	\$ 4.195.747	\$ 4.207.734

Tabla 41.

Inversiones fijas

Inversiones Fijas	Unidad	Cantidad	Precio	inversión inicial
Infraestructura: Terrenos y Construcciones				
Adecuaciones y Mejoras		1	\$ 500.000	\$ 500.000
Subtotal Infraestructura				\$ 500.000
Maquinaria y Equipos				
PISTOLA ETIQUETAR	und	1	\$ 180.000	\$ 180.000
VENTILADOR	und	2	\$ 150.000	\$ 300.000
MESA DE CORTE	und	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Subtotal Maquinaria y Equipos				\$	1.680.000
Muebles y Enseres					
Sillas Auxiliares de Brazo Ergonomicas	und	4	\$	150.000	\$ 600.000
MESA DE CORTE	und	1	\$	300.000	\$ 300.000
ESCRITORIO EN L	und	1	\$	350.000	\$ 350.000
ESTANTERIAS	und	4	\$	90.000	\$ 360.000
ORGANIZADOR DE MATERIA PRIMA	und	1	\$	190.000	\$ 190.000
MANIQUIS	und	4	\$	150.000	\$ 600.000
VITRINAS	und	2	\$	380.000	\$ 760.000
Sillas Recibidoras de Oficina	und	4	\$	130.000	\$ 520.000
Subtotal Muebles y Enseres				\$	3.680.000
Equipos Comunicaciones, Computación					
Computador	und	1	\$	2.000.000	\$ 2.000.000
Celular	und	1	\$	800.000	\$ 800.000
Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación				\$	2.800.000
Total Inversiones Fijas				\$	8.660.000

Tabla 42.

Plan de inversión y financiación proyecto

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO	TOTAL
Inversiones Fijas *	\$ 8.660.000
Adecuaciones y Mejoras	\$ 500.000
Maquinaria y Equipo	\$ 1.680.000
Muebles y Enseres	\$ 3.680.000
Equipo de Transporte y Carga	\$ -
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas	\$ 2.800.000
Inversión Corriente (Capital de Trabajo) *	\$ 11.340.000
Efectivo	\$ 11.340.000
TOTAL INVERSIONES	\$ 20.000.000

Nota: el valor para emprender es de \$20.000.000 millones el cual se buscara socios capitalistas para invertir, o cuyo caso un préstamo bancario.

Tabla 43.

Márgenes por productos

MÁRGENES POR PRODUCTOS	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Producto Vestido de baño 2 Piezas					
Ingresos Vestido de baño 2 Piezas	\$ 27.000.000	\$ 30.900.000	\$ 31.827.000	\$ 34.331.496	\$ 35.361.440
Costo Materia Prima Consumida Vestido de baño 2 Piezas	\$ 7.704.000	\$ 8.636.800	\$ 8.715.904	\$ 9.213.257	\$ 9.301.146
Mano de Obra Vestido de baño 2 Piezas	\$ 10.457.379	\$ 11.356.503	\$ 11.708.555	\$ 11.891.946	\$ 12.248.704
Margen \$ Vestido de baño 2 Piezas	\$ 8.838.621	\$ 10.906.697	\$ 11.402.541	\$ 13.226.292	\$ 13.811.590
Margen % Vestido de baño 2 Piezas	32,74%	35,30%	35,83%	38,53%	39,06%
Producto Crop top					
Ingresos Crop top	\$ 26.000.000	\$ 27.810.000	\$ 28.644.300	\$ 31.470.538	\$ 32.414.654
Costo Materia Prima Consumida Crop top	\$ 5.642.000	\$ 6.034.770	\$ 6.215.813	\$ 6.829.107	\$ 7.033.980
Mano de Obra Crop top	\$ 15.105.103	\$ 15.331.279	\$ 15.806.549	\$ 16.351.426	\$ 16.841.969
Margen \$ Crop top	\$ 5.252.897	\$ 6.443.951	\$ 6.621.938	\$ 8.290.005	\$ 8.538.705
Margen % Crop top	20,20%	23,17%	23,12%	26,34%	26,34%
Producto Vestido de Baño Enterizo					
Ingresos Vestido de Baño Enterizo	\$ 52.000.000	\$ 55.620.000	\$ 57.288.600	\$ 62.941.075	\$ 64.829.307
Costo Materia Prima Consumida Vestido de Baño Enterizo	\$ 12.220.000	\$ 12.787.200	\$ 12.887.316	\$ 13.856.465	\$ 13.969.758
Mano de Obra Vestido de Baño Enterizo	\$ 20.769.517	\$ 21.080.509	\$ 21.734.005	\$ 22.483.210	\$ 23.157.707
Margen \$ Vestido de Baño Enterizo	\$ 19.010.483	\$ 21.752.291	\$ 22.667.279	\$ 26.601.400	\$ 27.701.842
Margen % Vestido de Baño Enterizo	36,56%	39,11%	39,57%	42,26%	42,73%

Nota: el producto con mayor margen de ganancia es el vestido de baño enterizo seguido

del vestido de baño 2 piezas.

Tabla 44.

Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas	\$105.000.000	\$ 114.330.000	\$ 117.759.900	\$ 128.743.108	\$ 132.605.402
Devoluciones y rebajas en ventas	\$ 4.200.000	\$ 4.573.200	\$ 4.710.396	\$ 5.149.724	\$ 5.304.216
Materia Prima, Mano de Obra	\$ 71.898.000	\$ 75.227.062	\$ 77.068.142	\$ 80.625.411	\$ 82.553.264
Depreciación	\$ 1.514.000	\$ 1.514.000	\$ 1.514.000	\$ 1.514.000	\$ 1.514.000
Costos de Fabricación	\$ 4.160.000	\$ 4.171.880	\$ 4.183.796	\$ 4.195.747	\$ 4.207.734
Utilidad Bruta	\$ 23.228.000	\$ 28.843.858	\$ 30.283.566	\$ 37.258.226	\$ 39.026.187
Gasto de Administración	\$ 21.744.000	\$ 22.282.164	\$ 22.836.563	\$ 23.391.281	\$ 23.962.250
Gastos de Ventas	\$ 2.910.000	\$ 2.634.400	\$ 2.711.106	\$ 2.787.640	\$ 2.879.607
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operativa	-\$ 1.426.000	\$ 3.927.294	\$ 4.735.897	\$ 11.079.306	\$ 12.184.331
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos y egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Corrección Monetaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	-\$ 1.426.000	\$ 3.927.294	\$ 4.735.897	\$ 11.079.306	\$ 12.184.331
Impuesto renta	\$ -	\$ 1.217.461	\$ 1.420.769	\$ 3.323.792	\$ 3.655.299
Utilidad Neta Final	-1426000	2709832,86	3315127,847	7755513,915	8529031,508

Nota: al quinto año se vería reflejada la recuperación dela inversión inicial.

Tabla 45.

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Balance general

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	0	11.428.000	16.869.294	21.901.730	33.074.266	43.448.805
Total Activo Corriente:	0	11.428.000	16.869.294	21.901.730	33.074.266	43.448.805
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	500.000	450.000	400.000	350.000	300.000	250.000
Maquinaria y Equipo de Operación	1.680.000	1.512.000	1.344.000	1.176.000	1.008.000	840.000
Muebles y Enseres	3.680.000	2.944.000	2.208.000	1.472.000	736.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2.800.000	2.240.000	1.680.000	1.120.000	560.000	0
Total Activos Fijos:	8.660.000	7.146.000	5.632.000	4.118.000	2.604.000	1.090.000
Activos Diferidos	0	0	0	0	0	0
Amortización Acumulada		0	0	0	0	0
Total Activos Diferidos:	0	0	0	0	0	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	8.660.000	18.574.000	22.501.294	26.019.730	35.678.266	44.538.805
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	0	1.217.461	1.420.769	3.323.792	3.655.299
PASIVO	0	0	1.217.461	1.420.769	3.323.792	3.655.299
Patrimonio						
Capital Social	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	-1.426.000	1.012.850	3.996.465	10.976.427
Utilidades del Ejercicio	0	-1.426.000	2.709.833	3.315.128	7.755.514	8.529.032
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	20.000.000	18.574.000	21.283.833	24.598.961	32.354.475	40.883.506
PASIVO + PATRIMONIO	20.000.000	18.574.000	22.501.294	26.019.730	35.678.266	44.538.805

Tabla 46.

Flujo de caja

Flujo de Caja y Rentabilidad	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Flujo de Operación		-1.426.000	3.927.294	4.735.897	11.079.306	12.184.331
Impuestos		0	0	1.217.461	1.420.769	3.323.792
Utilidades después de impuestos		-1.426.000	3.927.294	3.518.436	9.658.537	8.860.539
Depreciac + Amortizac + Agotamiento + Provisiones		1.514.000	1.514.000	1.514.000	1.514.000	1.514.000
Flujo de Inversión	20.000.000	0	0	0	0	12.430.000
Flujo de Financiación	-20.000.000	0	0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-20.000.000	88.000	5.441.294	5.032.436	11.172.537	22.804.539

Tabla 47.

TIR y VAN

TIR (Tasa Interna de Retorno)	21,97%
VAN (Valor actual neto)	24.354.524

Conclusión financiera.: a pesar de que no se centró en los 3 primeros años con la máxima capacidad de producción, centrando el estudio de forma objetiva se observa un buen comportamiento financiero. La inversión inicial mínima necesaria es de \$20.000.000, donde \$8.660.000 es de inversión fija y \$11.340.000 es inversión a capital, en cuanto al flujo de caja refleja un buen periodo de recuperación. En el estado de resultados refleja una recuperación de la inversión a 5 años, donde está en capacidad de solventar sus gastos. El indicador de la TIR da 21.97%, tasa de retorno de rentabilidad favorable pese a la poca inversión inicial y aja estimación de ventas en los primeros 3 años. El valor actual neto de la empresa refleja totalmente la recuperación de la inversión donde se valoriza a un periodo de 5 años.

7. CONCLUSIONES

Los resultados del estudio indican que es factible la creación de una microempresa en el municipio de Girardot de vestidos de baño y Crop top tejidos en crochet de forma artesanal.

Girardot es un lugar estratégico para creación y venta de los productos, ya que cuenta con el clima y los factores socioeconómicos claves para que la microempresa prospere. Se encontró que uno de los factores principales por los cuales hay poco mercado de prendas de ropa tejidas en crochet artesanalmente es producto de la escasez de empresas dedicadas a esa actividad, observado que en los pequeños artesanos solo confeccionan diferentes tipos de productos, a menor escala, sin tener gran reconocimiento en el mercado. Además se encuentra una gran cantidad de competencia indirecta en el marco objetivo. La microempresa contaría con buena aceptación por partes de las mujeres demandantes, según el instrumento ya que estas se encuentran insatisfechas con la oferta actual.

.Al crear una microempresa dedicada a la elaboración de tejidos a crochet dentro del municipio se generaría empleo, contribuyendo al desarrollo y a la reactivación económica municipal.

Durante el desarrollo del estudio de factibilidad se identificaron las necesidades del mercado, los requerimientos técnicos, administrativos y los requerimientos económicos que incluyen el capital de inversión, rentabilidad del proyecto y costos directos e indirectos.

8. RECOMENDACIONES

El arte artesano tiene un gran valor económico e intangible que a través de los años estas costumbres se van perdiendo, por diferentes factores, tecnología, moda, tendencias, etc. Es importante no olvidar nuestras tradiciones y costumbres ya que estas pueden contraer diversos beneficios, ya sean económicos o sociales. Es importante que las instituciones educativas y municipales den a conocer más el apoyo que se le brinda el artesano girardoteño. Respecto a la situación actual, esta idea de emprendimiento tomaría lugar en el 2021 ya que por normas sanitarias hay restricciones de movilidad, ingreso a zonas húmedas y poco poder adquisitivo, sin embargo, la idea tiene un alto potencial el cual es evidenciado por el presente estudio de factibilidad.

Es importante aprovechar la oportunidad de crecimiento que tiene el sector textil en la economía del país, y es necesario apoyar las campañas que actualmente se están haciendo para fomentar la creación emprendimientos, esto con el fin de captar el mayor segmento posible del municipio de Girardot.

Es importante capacita y tecnificar al talento regional, para poder contar con mano de obra calificada con el fin de promover el trabajo de la gente de la región, así mismo se empoderen en el cumplimiento de las metas a alcanzar y mejorar los niveles de eficacia y eficiencia planteados por la microempresa, donde a su vez en los productos se reflejara su valor y alta calidad.

Bibliografía

- FERRUZOLA JIMENEZ , M. P., & MAYRA SANCH, J. (11 de 2014). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD DE MILAGRO DEDICADA A LA ELABORACION DE PRENDAS DE VESTIR Y ACCESORIOS TEJIDOS A CROCHET. Milagro, Ecuador.
- Alfredo, J. (05 de 2020). Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto. Banco de la Republica. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9843/DTSERU_288.pdf
- Argota, L. (2017). *Estudios de factibilidad económica*. Habana: Universidad de ciencias informáticas.
- Artesanías de Colombia. (07 de 2020). Sector reporta más de \$2.300 millones en ingresos gracias a estrategia de reactivación económica. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/sector-reporta-mas-de-2300-millones-en-ingresos-gracias-a-estrategia-de-reactivacion-economica_14336
- Astaíza, N. A. (10 de 12 de 2019). <https://revistas.uexternado.edu.co/>. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/6346>
- Bazurto, Y. (2014). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de Cupcakes en Girardot*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Besley, S. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera Florida*: Cengage Learning.
- BID. (2016). *Estudio de competitividad en el mundo*. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Brand, L. V. (2018). Colombia: Así luce el mercado de la moda en el país. mall & retail.

Obtenido de <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-asi-luce-el-mercado-de-la-moda-en-el-pais/>

Bustos, C. (2009). *Visión Gerencial*. Mérida: Universidad de los Andes.

Camelo, D. (2018). *Plan de negocio para la creación de una empresa de vestidos de baño Bruna Vives*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.

César, P. L. (2005). Muestreo estadístico conceptos y problemas resueltos. Madrid: Pearson.

Ciro, M. (2012). Estadística y muestreo. *Décimo tercera edición* . Bogotá, D.C: Ecoe Ediciones.

CONGRESO DE COLOMBIA. (2006). Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006. *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (12 de 10 de 2011). LEY 1480 DE 2011. *Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*. Obtenido de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

cultura, M. d. (2017). www.mincultura.gov.co. Obtenido de www.mincultura.gov.co:

[https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI)

[1yyyqI&fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI)

[1yyyqI](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI)

DANE. (2018). Habitantes de Girardot Cundimarca. Obtenido de

<https://sitios.dane.gov.co/cnpv/#!/>

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

DANE. (2018). *Proyección de población 2018-2023 total de municipios*. Bogotá: Secretaría de Planeación de Cundinamarca.

DANE. (04 de 2020). PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COLOMBIANAS EN EL MERCADO LABORAL. Colombia. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/Informe-participacion-mujer-mercado-laboral.pdf>

DANE. (2020). *www.dane.gov.co*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/sen/normas-y-estadares/CIIU_Rev_4_AC2020.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2009). *El Consejo Nacional de Política Económica y Social, CONPES*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/CONPES/Paginas/conpes.aspx>

Desarrollo, P. N. (4 de 07 de 2019). <https://www.dnp.gov.co/>. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo-le-apuesta-a-la-econom%C3%ADa-naranja.aspx>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (12 de 07 de 2000). <http://secretariasenado.gov.co/>. *LEY 590 DE 2000*. Obtenido de http://secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html

Fedesarrollo. (2018). *Innovación y emprendimiento*. Bogotá: Fedesarrollo.

Garcia, V. (2019). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE POLLO EN GIRARDOT, CUNDINAMARCA AÑO 2019*.

Girardot: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Hernandez, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc Graw Hill.

Kotler, P., & Armstrong G . (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Martínez, V. C. (27 de 05 de 2019). El mercado de vestidos de baño crecerá 41% al 2023.

Portafolio, pág. 1. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/el-mercado-de-vestidos-de-bano-crecera-41-al-2023-529994>

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO ,. (03 de 04 de 2009). DECRETO NÚMERO 11 92 DE 2009. *Ley 1014 sobre cultura del emprendimiento*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normatividad/Decreto1192%20del%203%20de%20abril%20de%202009.pdf>

Molina, G. O. (09 de 03 de 2017). Caracterización del perfil turístico en los municipios de Girardot y Ricaurte, Cundinamarca, Colombia. <http://revistas.sena.edu.co/>, 18. Obtenido de <http://revistas.sena.edu.co/index.php/rtyp/article/view/596>

Montes, S. (2019). *Producción y ventas del sector textil subieron 0,7% y 3% durante noviembre*. Bogotá : La República.

Moya, P. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. Santiago de Chile: Laboratorio de Innovación y Emprendimiento.

Museo del Traje. (2012). *Historia del Crochet*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura.

Porto, I. (2012). *Definición de Empresa*. Yopal: Universidad de Sucre.

Procolombia. (s.f.). *procolombia.co*. Recuperado el 15 de 04 de 2020, de procolombia.:

<https://compradores.procolombia.co/es/explore-oportunidades/vestidos-de-ba-o-0>

Rada, O. (2019). Estudio de factibilidad de una clinica veterinaria. Universidad de cundinamarca. Obtenido de <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3007/Estudio%20de%20Factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20cl%C3%ADnica%20veterinaria%20en%20el%20Municipio%20de%20Girardot.pdf?sequence=1>

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

RAMÍREZ RODRÍGUEZ, E., & OSORIO LAGUNA, J. (2018). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD*

PARA LA CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN. Obtenido de

<https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/6647/T.A%20RAMIREZ%20RODRIGUEZ%20EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramírez, E. &. (2004). Proyecto de Inversión Competitivos.

Ramírez, E. (2018). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA*

APLICACIÓN. Obtenido de

<https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/6647/T.A%20RAMIREZ%20RODRIGUEZ%20EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Reidl-Martínez, L. M. (10 de 4 de 2012). Obtenido de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v1n3/v1n3a7.pdf>

Rodriguez, V. (2014). *Diseño de un plan de negocio para la creación de la empresa Guzel*. Cali:

Universidad San Buenaventura.

Rosales, & Ramon. (2005). "Formulación y Evaluación de Proyectos. UNED.

Super Intendencia de Sociedades. (2019). *Guía Jurídica Y Societaria para Sociedades de*

Economía Naranja. Bogotá. Obtenido de

<https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Publicaciones/Revistas/2019/GUIA-ECONOMIA-NARANJA-OK.pdf>

Torre, A. d. (2018). *Plan de empresa para la creación de vestidos de baño corallina del sector*

de confecciones en la ciudad de Cali. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.

ANEXOS

Fecha _____



La presente encuesta se la realiza con el único objetivo de obtener información en el municipio Girardot, Cundinamarca para determinar la aceptación para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de vestidos de baño y Crop top en la técnica de tejido en corchet.

Marcar con una (X) su respuesta.

1. Elija el rango que aproxime a su edad

20-28	
29-38	
39-48	
Más de 49	

2. ¿Alguna vez comprado prendas de vestir tejidas en crochet?

Si _____ No _____

3. ¿De las siguientes marcas cual prefiere para comprar vestidos de baño?

Lili Pink	
Diana Georgi	
Leonisa	
Otra marca no reconocida	

4. ¿De las siguientes marcas cual prefiere para comprar Crop top?

Ela	
Ellas	
Koaj	
Otra marca no reconocida	

5. ¿Con que frecuencia compra vestidos de baño?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
No compro vestidos de baño	

6. ¿Con que frecuencia compra un crop tops?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
No compro Crop Tops	

7. ¿Usualmente usted realiza las compras de los vestidos de baño y crop tops en?

Local comercial	
Internet (paginas web, redes sociales, whatsapp, etc.)	
Catálogos	
Supermercados de cadena	
Otros.	

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un vestido de baño 100% artesanal de buena calidad y exclusivo?

Entre \$50.000 y \$80.000	
Entre \$80.000 y 120.000	
Entre \$120.000 y \$200.000	
Menos de \$50.000	

9. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por un Crop top 100% artesanal exclusivo?

Entre \$50.000 y \$80.000	
Entre \$80.000 y	

120.000	
Entre \$120.000 y \$200.000	
Menos de \$50.000	

10. ¿Usualmente que promociones busca a la hora de comprar prendas de vestir?

Precios bajos	
Descuentos de lanzamiento	
Descuentos en los precios	
Compras 2 x 1	
Compra del productos y adicional un regalo	
Juego o concurso	

11. ¿Se le dificulta conseguir un vestido de baño a su medida?

Si _____ No _____

12. Qué diseño es de su preferencia al momento de comprar un vestido de baño?

Vestido de Baño de enterizo	
Vestido de Baño de 2 piezas	
Vestido de Baño Trikinis	

13. ¿Cuándo elige un vestido de baño o Crop top que tipo de copa prefiere?

Copa realce

Media Copa	
Copa Triangular	
Copas Strapless	

14.Cuál es su color de preferencia al comprar una prenda de vestir?

Colores pasteles (Rosado, Lila, azul cielo, gris, blanco, verde	
--	--

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

biche)	
colores fuertes (Rojo, amarillo, verde, morado, marrón, vino tinto, naranja)	
colores fluorescentes (Fucsia y verde neon)	

Gracias por participar.

Impuestos						
Renta						
Renta Liquida	\$	17.620.000	10.162.218	9.609.719	9.101.212	8.427.306
Tarifa Impuesto de Renta	%	32,00%	31,00%	30,00%	30,00%	30,00%
				\$ 2.882.916	\$2.730.364	\$2.528.192

Impuestos		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Renta							
Patrimonio	\$						
Tarifa Impuesto de Renta	%			31,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Impuesto Renta							
Impuestos por Pagar	\$		0	1.217.461	1.420.769	3.323.792	3.655.299
Pago de Impuesto Renta	\$		0	0	1.217.461	1.420.769	3.323.792
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Patrimonio							
Capital Social	\$	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Reserva Legal Acumulada	\$		0	0	270.983	602.496	1.378.047
Utilidades Retenidas	\$		0	-1.426.000	1.012.850	3.996.465	10.976.427
Utilidades del Ejercicio	\$		-1.426.000	2.709.833	3.315.128	7.755.514	8.529.032
PATRIMONIO	\$						

Estudio de factibilidad Microempresa de confección con técnica crochet; Girardot

Factor Prestacional		43,0%						
Cargos Primer Año de Operación	Número meses en el cargo primer año operación	Número de Ocupantes del Cargo	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración								
Gerente Emprendedor	12,0	1,0	900.000	15.444.000	15.922.764	16.416.370	16.908.861	17.416.127
Gastos de Administración								
Rubros			Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de administración				15.444.000	15.922.764	16.416.370	16.908.861	17.416.127
Honorarios de Contador (OPS)			100.000	1.200.000	1.236.000	1.273.080	1.311.272	1.350.611
Renovación registro Mercantil			300.000	300.000	309.000	318.270	327.818	337.653
Arriendo			400.000	4.800.000	4.814.400	4.828.843	4.843.330	4.857.860
				21.744.000	22.282.164	22.836.563	23.391.281	23.962.250
Gastos de Ventas								
Rubros		% sobre Ventas	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de ventas								
Gastos Fijos de Ventas								
Tarjeta de presentación y volantes			160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Pago publicidad redes sociales			200.000	2.400.000	2.474.400	2.551.106	2.627.640	2.719.607
Aviso / Letrero			350.000	350.000		0	0	