

IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTA DE INVERSIÓN PARA ANDRE'S CHAQUET

Leidy Jazmin Salinas Vargas

Andrea Katherine Galindo Dávila

Donald Martin Noriega González

Especialización Gerencia De Proyectos, Corporación Universitaria Minuto de Dios

NRC 41-527: Proyecto de grado

John Harold Ruiz Patino

Abril 21, 2021

TABLA DE CONTENIDO

MÓDULO 1. PRESENTACIÓN.....	5
MÓDULO 2. FUNDAMENTOS DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	6
MÓDULO 3. COMPONENTES DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN.....	8
MÓDULO 4. JUSTIFICACIÓN	9
MÓDULO 5. OBJETIVOS	9
5.1 Objetivo general.....	9
5.2 Objetivos específicos:.....	9
MÓDULO 6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	11
6.1 Misión.....	13
6.2 Visión.....	13
MÓDULO 7: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	13
7.1 Localización de la microempresa.	14
MÓDULO 8. MARKETING.....	15
8.1 Rangos de acción cercanos:	15
8.2 Política del producto	17
8.3 Política de precios	17
8.4 Políticas de Abastecimiento.....	18
8.5 Políticas de Operaciones.....	18
8.6 Políticas de Ventas.....	19
MÓDULO 9. PLAN OPERATIVO	20
9.1 Descripción del producto:.....	21
9.2 Principales ventajas de las telas anti-fluidos.....	21
9.3 Detalles de la prenda.....	22
9.4 Tabla de medidas.	22
9.5 Calidad.	24
9.6 Procesos	24
9.7 Planificación	25
9.8 Inventarios	25
9.9 Capacidad de las Instalaciones	26
9.10 Distribución áreas de operación.....	26
9.11 Organización.....	27
9.12 Organigrama	28

9.13 Mapa de procesos.....	29
9.13.1 Proceso de Aprovisionamiento.....	29
9.13.2 Proceso de operaciones	29
9.13.3 Proceso de Venta y Post Venta	30
9.14 Especificaciones Técnicas del Producto.	30
9.15 Planeamiento de la Producción Gestión de Compras y Stock	31
9.16 Gestión de la Calidad.....	32
MÓDULO 10. ASPECTOS LEGALES Y RECURSOS HUMANOS	34
10.1 Perfiles requeridos para el personal y material de apoyo	34
10.1.1 Definir el cronograma	34
10.1.2 Definir actividades	35
10.1.3 Estimación de los recursos de las actividades.....	35
10.1.4 Estimación de duración de actividades	35
10.1.5 Desarrollar el cronograma.....	35
MÓDULO 11. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN	36
MÓDULO 12. ANÁLISIS DE RIESGOS	40
12.1 Identificación y evaluación cualitativa de riesgos	40
MÓDULO 13.....	44
MÓDULO 14. RESUMEN EJECUTIVO	45

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Presentación de la organización, información general.	5
Tabla 2. Parámetros generales de la empresa	36
Tabla 3. Presupuesto de compras y ventas	37
Tabla 4. Inversión inicial	38
Tabla 5. Inversiones fijas y diferidas.....	39

MÓDULO 1. PRESENTACIÓN

Tabla 1

Información general de la organización

NOMBRES Y APELLIDOS	Leidy Jazmin Salinas Vargas
	Andrea Katherine Galindo Dávila
	Donald Martin Noriega González
RAZÓN SOCIAL	ANDRE´S CHAQUET
CORREO ELECTRÓNICO DE LA EMPRESA	andreagalindo018@gmail.com
CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO EN EL NEGOCIO	2 años
PROGRAMA DE FORMACIÓN	Especialización en Gerencia de Proyectos
DIRECCIÓN Y MUNICIPIO	Soacha – Cundinamarca

Tabla 1. Presentación de la organización, información general.

MÓDULO 2. FUNDAMENTOS DE LA IDEA DE NEGOCIO

El realizar una investigación enfocada en la ampliación de una microempresa nace al conocer la empresa familiar de una compañera de la universidad, la microempresa tiene el nombre de “*Andre´s Chaquet*” la cual es un emprendimiento familiar que se crea luego de que la pandemia llega a nuestro País.

La ubicación de la microempresa está ubicada en el municipio de Soacha, comuna 5, barrio San Mateo. Soacha, se caracteriza por tener una situación latente de discriminación social y el alto nivel de desempleo. Estas situaciones pueden derivarse de los desplazamientos forzosos a causa de la violencia de algunas zonas de Colombia, y que el costo de vida es inferior en comparación con las ciudades principales. Lo anterior deriva una afectación directa dado que el ingreso de estas personas al municipio, genera la pérdida del empleo de algunos ciudadanos soachunos.

Sin importar la ausencia de oportunidades laborales en el municipio, día a día los microempresarios han reinventado su trabajo, impulsando la creación de oportunidades permitiendo el acceso al empleo formal.

La actividad principal de la microempresa Andre´s Chaquet es la confección de chaquetas innovadoras anti fluido para toda la población, sin tener algún nicho de mercado en específico. Con la llegada de la pandemia COVID-19 estas chaquetas ofrecen a la población beneficios que van a generar recordación y fidelidad en la marca, teniendo en cuenta que en todo el país el tema del auto cuidado tomo fuerza.

Dentro de los beneficios que brinda el producto, se encuentra en primer lugar la facilidad en la adquisición del mismo, dado que busca que en un costo moderado cualquier

persona pueda comprar la chaqueta. Así mismo, la innovación es un beneficio ya que cada chaqueta tendrá un modelo único, lo cual es casi imposible de adquirir en un mercado como el actual que genera prendas por volumen. Por último, el valor social, esta prenda se enviará con un mensaje de amor y agradecimiento por la compra, teniendo en cuenta que esto garantiza que las personas que trabajan en la empresa tienen ingresos, teniendo en cuenta que los colaboradores serán ciudadanos soachunos, buscando una identidad territorial.

El enfoque principal del proyecto es la ampliación de la microempresa Andre´s Chaquet, lo anterior teniendo en cuenta que en Colombia las micro, pequeñas y medianas empresa representan más del 96% del sector productivo (Monterrosa Blanco, 2019). La importancia de que las micro, pequeñas y medianas empresas crezcan en nuestro país, generan muchos beneficios en toda la población.

Cuando se nombran las tasas de desempleo, posterior a la llegada del COVID 19, se observa un gran impacto en Colombia, lo cual ha tenido impacto en las ayudas gubernamentales para sobrellevar la necesidad de quedarse en casa, desde mediados del año 2020, tomó fuerza la palabra “Reinventarse”, lo cual hace referencia a volver a inventar, esta palabra fue apropiada por muchos colombianos incluida la familia Galindo, a quienes se toman como base para la realización de este proyecto.

Este proyecto es una ampliación a la microempresa Andre´s Chaquet, sin embargo, el enfoque no es solo económico, también busca resaltar la labor social. La ampliación de las oportunidades en el municipio va a incrementar, impactando los problemas sociales y económicos de algunas familias del municipio de Soacha.

MÓDULO 3. COMPONENTES DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Inversión Tecnológica Constituye uno de los elementos básicos para el funcionamiento de la empresa; sin embargo, si no se utiliza eficientemente, las capacidades tecnológicas no se desarrollarán de forma adecuada; por ello, al hablar de inversión en tecnología, no sólo se hace referencia a la planta y equipos, sino también a la eficiencia con la cual se utiliza el capital, recursos financieros y tecnología integrada.

En el caso de la microempresa Andre's Chaquet analizada, se contempla capacidad instalada y actualización tecnológica; esto tendría incidencia en la calidad de los productos y en los costos de producción, al propiciar un mejor acabado de las prendas, así como optimización en el uso de los materiales, mediante la reducción de desperdicios, retrabajos y desperfectos en su fabricación. De igual forma, el uso eficiente de las maquinarias y equipos contribuiría a un mejor empleo de los recursos, disminuyendo las horas invertidas en la fabricación de las prendas de vestir y mejorando los tiempos de producción; sin embargo, al analizar el uso de la capacidad instalada, ha aumentado progresivamente, afectando positivamente los volúmenes de producción y ventas. Con este proceso del cambio tecnológico se estimula a la empresa a intentar mantenerse actualizada y mejorar el proceso de producción.

MÓDULO 4. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se enfoca en la creación de una propuesta que ayude al desarrollo de la micro empresa Andre`s Chaquet generando más oportunidades de expansión y economía, ya que este negocio enfocado a la confección de chaquetas anti fluidas, es una idea de negocio que surge a raíz de la pandemia mundial COVID-19, ya que la tasa de desempleo del municipio es alta y lastimosamente tiende al alza uno de los factores más fuertes son los desplazamientos forzosos.

La creación de una micro empresa que confeccione chaquetas es uno de los objetivos más importantes para la implementación de una propuesta diseñada a la adaptación de recursos y estrategias, para generar una satisfacción cada cliente que acceda al producto, teniendo en cuenta que el producto está acompañado de beneficios con bajo costo, en la prenda, y un gran sentido social y económico, ya que los colaboradores serán ciudadanos huachanos.

La creación de esta propuesta busca brindar a esta micro empresa un gran apoyo aportando en la disminución de gastos innecesarios a la hora de crear empresa, ayudando a Andre`s Chaquet al incremento y desarrollo socio económico en la comuna 5.

MÓDULO 5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Diseñar una propuesta e idea de negocio para la ampliación de la micro empresa textil Andre 's Chaquet.

5.2 Objetivos específicos:

- Describir el contexto de oferta y demanda de la venta de chaquetas de antiluido.

- Determinar la capacidad de producción teórica de la microempresa Andre´s Chaquet, proyectando la ampliación de la capacidad productiva a largo plazo.
- Definir los costos de la inversión inicial y la estructura de costos de la micro empresa Andre´s Chaquet.
- Realizar análisis de evaluación financiera y económica del proyecto.

MÓDULO 6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

6.1 Matriz PCI.

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad		Análisis e interpretación por capacidad
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)	
1. Capacidad Directiva						0,3
1. Imagen Empresarial	0,05		0,00	2	0,10	La empresa debe trabajar en la imagen empresarial, y fortalecer el plan de desarrollo empresarial y la evaluación y seguimiento a la inversión que se realiza lo anterior en búsqueda de tener un excelente desempeño.
2. Plan de desarrollo Empresarial	0,03		0,00	2	0,06	
3. Evaluación y seguimiento a la Inversión	0,05	3	0,15		0,00	
2. Capacidad Competitiva						0,9
1. Fuerza de producto, calidad, exclusividad "Propuesta de calidad y servicio."	0,10	4	0,40		0,00	La empresa tiene una fortaleza en los diseños que va a ofrecer, sin embargo se debe continuar en la mejora continua de la estructura de servicio y atención al cliente. Referente al mercado identificado es importante tener claro el nicho de mercado para poder consolidar las estrategias comerciales enfocadas al cumplimiento de los objetivos presupuestales.
2. Participación del mercado "Marca nueva en el mercado de ropa deportiva"	0,05		0,00	1	0,05	
3. Mercado Identificado "Conocimiento del	0,10	4	0,40		0,00	

mercado de ropa deportiva"						
3. Capacidad Financiera						0,5
1. Facil acceso a recursos de Inversion "Limitado acceso al sistema financiero por ser nuevos en el mercado."	0,05		0,00	1	0,05	Para colocar en marcha el negocio se observa una debilidad en el acceso a los recursos de inversión teniendo en cuenta los requisitos de las diferentes entidades bancarias y/o de emprendimiento, de igual manera al ser un proyecto nuevo la capacidad de endeudamiento puede ser minima para el acceso a los recursos para emprender la puesta en marcha al negocio.
2. Definición Capacidad de Endeudamiento	0,07	3	0,20		0,00	
3. Diversificación del mercado	0,07	3	0,20		0,00	
4. Capacidad Tecnológica						0,4
1. Infraestructura de oficinas reducidas	0,05		0,00	1	0,05	Referente a la capacidad Tecnologica e infraestructura para el desarrollo de productos, se identifica debilidad teniendo en cuenta que observa necesidad de ampliacion, por tanto se debe estudiar y evaluar las estrategias para mejorar estos item.
2. Capacidad de manufactura	0,10		0,00	2	0,20	
3. Capacidad Tecnologica para el desarrollo de productos	0,10		0,00	1	0,10	
5. Capacidad Talento Humano						0,7
1. Nivel académico del talento humano	0,05	3	0,15		0,00	Se puede decir que la capacidad del talento humano cuenta con el

2. Experiencia técnica "Contamos con personal calificado"	0,10	4	0,40		0,00	conocimiento y experiencia que permite que la puesta en marcha genere resultados favorables.
3. Estabilidad	0,04	3	0,12		0,00	
Total parcial:	1,00		2,0		0,6	
					Ponderación TOTAL:	2,6

Conclusión del análisis interno:

El resultado es medio, la presencia de debilidades en aspectos de importancia tales como la imagen empresarial, participación en el mercado, acceso a recursos, infraestructura de oficinas reducidas entre otras. Estos factores impactan de manera negativa la puesta en marcha del negocio y la estabilidad del mismo, es importante validar estrategias que apunten al fortalecimiento de las debilidades convirtiéndolas en oportunidades que apalanquen la empresa en el sector textil.

6.2 Matriz POAM.

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza		Análisis e interpretación por categoría
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	
1. Económicos						0,90
10. Patrones de consumo	0,10	4	0,40		0,00	Se cuenta con gran oportunidad de negocio debido al patrón de consumo que muestra la sociedad hoy por hoy, para satisfacer este consumo se cuenta acceso ilimitado de proveedores tanto nacionales como internacionales. Pero el negocio tiene factores amenazantes tales como las empresas y marcas ya posicionadas.
28. Empresas posicionadas	0,05		0,00	1	0,05	
29. Marcas posicionadas	0,05		0,00	1	0,05	
27. Proveedores nacionales y extranjeros	0,10	4	0,40		0,00	
2. Políticos						0,16
23. Elecciones locales, estatales y nacionales	0,03		0,00	2	0,06	Aprovechando los tratados de libre comercio es posible acceder a las importaciones y exportaciones sin mayor riesgo, pero la empresa se puede ver amenazada con las legislaciones laborales y representantes políticos debido a las políticas de interés particular
11. Legislación Laboral	0,02		0,00	3	0,06	
15. Regulaciones de importación y exportación	0,02	2	0,04		0,00	
3. Sociales						0,48
44. Valor que se da al tiempo de esparcimiento	0,10	3	0,30		0,00	En este factor se cuenta con oportunidad de negocio ya que

Cambios regionales en gustos y preferencias						las personas están generando un cambio cultura enfocado a los estilos de vida saludable y/o cultura fitness, adicional se muestra amenazas de los negocios manufactureros debido a que sus ubicaciones pueden llegar a generar mejores oportunidades dado su capacidad financiera.
13. Estilos de vida	0,05	3	0,14		0,00	
11. Ubicación de los negocios minoristas, manufactureros y de servicios	0,05		0,00	1	0,05	
4. Tecnológicos						0,37
1. Nivel de tecnología	0,08	2	0,16		0,00	Se cuenta con oportuna flexibilidad de procesos porque se mantiene capacidad de adaptación a las necesidades y expectativas del cliente apoyado de la tecnología en uso, pero sin hacer a un lado la necesidad una automatización de la misma.
2. Flexibilidad de procesos	0,07	2	0,13		0,00	
3. Automatización	0,08		0,00	1	0,08	
5. Geográficos						0,63
1. Ubicación	0,08	3	0,24		0,00	El clima que se presenta en la ubicación de la empresa aporta al desarrollo de la empresa dado que el frio obliga al ciudadano al constate uso de chaquetas, adicional mente se observa amenaza geográficamente hablando por razón asociada a las vías de acceso ya que la vía NQS de la salida de Bogotá permanentemente tiene
2. Clima	0,08	3	0,24		0,00	
3. Vías de acceso	0,05		0,00	3	0,15	

					aglomeración de tráfico, impacto en los tiempos de entrega.
Total parcial:	1,00		2,0		0,5
				Ponderación TOTAL:	2,5

Conclusión:

En el análisis se evidencia ponderación media de 2,5, destacando amenazas tales como empresas y marcas posicionadas, ubicación, automatización en la producción y vías de acceso; estas amenazas no están aportando a la potencialización del negocio más sin embargo es necesario analizar estas amenazas para que aporten al modelo de negocio generando valor al crecimiento. Se observan oportunidades de negocio el factores económicos y sociales los cuales tienen mayor ponderación favorable.

6.3 Matriz Dofa.

Dimensiones internas VS Dimensiones externas	Oportunidades	Amenazas
	O1. Valor que se da al tiempo de esparcimiento Cambios regionales en gustos y preferencias "Incremento de gimnasios y la tendencia fitness"	A1. Ubicación de los negocios minoristas, manufactureros y de servicios "Sector altamente competitivo"
	O2. Patrones de consumo "Tendencia al consumo de ropa deportiva"	A2. Empresas posicionadas
	O3. Proveedores nacionales y extranjeros.	A3. Marcas posicionadas "Productos similares"
Fortalezas	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
F1. Mercado Identificado "Conocimiento del mercado de ropa deportiva"	E1. F1O3. Aprovechar el amplio mercado de proveedores con nuestro conocimiento del mercado de ropa deportiva para establecer alianzas.	E7 F1A2. Hacer frente a las empresas competidoras que ya tienen tiempo en el mercado con nuestro conocimiento del mercado de ropa deportiva.
F2. Fuerza de producto, calidad, exclusividad "Propuesta de calidad y servicio."	E2. F2O1. Aprovechar el aumento de gimnasios y la tendencia fitness con nuestros productos de calidad y diseño.	E8. F2A1. Hacer frente a la alta competencia en el sector con nuestra propuesta de calidad y servicio.
F3. Experiencia técnica "Contamos con personal calificado"	E3. F3O2. Aprovechar la tendencia de uso de ropa deportiva con el personal calificado para crear productos innovadores.	E9. F3A3. Hacer frente a lanzamientos de productos similares en marcas posicionadas, con nuestro personal calificado que cuenta con innovación y creatividad.
Debilidades	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
D1. Facil acceso a recursos de Inversion "Limitado acceso al sistema financiero por ser nuevos en el mercado."	E4. D1O3. Realizar acuerdos financieros con los proveedores para subsanar la limitación del acceso al sistema financiero bancario.	E10. D1A3. Posicionarnos a pesar de las marcas establecidas para disminuir la limitación al acceso financiero.
D2. Participación del mercado "Marca nueva en el mercado de ropa deportiva"	E5. D2O2. Aprovechar la tendencia al consumo de ropa deportiva para dar a conocer nuestra marca en el sector.	E11. D2A2. Superar el ser nuevos en el mercado dando a conocer más nuestra marca para hacer frente a las competencia que tiene más tiempo en el mercado.

D3. Infraestructura de oficinas reducidas	E6. D3O1. Con las ventas por el incremento de los gimnasios y la tendencia fitness se ampliará la infraestructura.	E12. D3A1. Superar las infraestructuras reducidas para hacer frente a la alta competencia en el sector.
---	--	---

Retos estratégicos:
R1 (E1E4E7E10): Realizar acuerdos financieros con el amplio mercado de proveedores existentes con el fin de hacer frente a empresas competidoras y lograr posesión en el nicho de mercado apoyado del valor del conocimiento del mercado en ropa deportiva.
R3 (E2E5E11E8): Dar a conocer la propuesta de calidad y servicio aprovechando la tendencia al consumo en ropa deportiva debido al cambio hacia la cultura fitness logrando superar el ser nuevos en el nicho de mercado.
R3 (E3E6E9E12): Conseguir ampliación de la infraestructura para hacer frente al incremento del consumo con productos que contemplen innovación y creatividad en diseños.

6.1 Misión

Ofrecer una excelente opción de vestuario con ediciones limitadas, garantizando calidad, precios asequibles, diseños, servicios y excelentes redes de distribución y publicidad.

6.2 Visión

Ser una empresa líder y reconocida para el año 2030 en cuanto a ser la mejor opción de vestuario informal, garantizando calidad frente al mercado nacional, a través del valor agregado dado por los detalles con los que cuentan cada una de nuestras prendas.

MÓDULO 7: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Identificación de principales participantes y competidores potenciales.

Los productos similares o sustitutos son los ofrecidos por las tiendas de diseñadores independientes y colectivos, que en sus diseños de prendas como de diseño de chaquetas anti fluido ofrecen cosas muy relacionadas con el cuidado y la protección del medio ambiente, generando más sentido de pertenencia en un entorno social.

Andre`s Chaquet pretende ofrecer chaquetas anti fluido con un precio asequible para más personas, sin dejar a un lado la exclusividad y detalles que hagan únicos en cada chaqueta, sus acabados, sus detalles, sus diseños con las cuales se pretende trabajar. Entre la competencia directa más fuerte encontramos las siguientes tiendas y marcas, que en algún momento pueden ser también un canal de distribución del producto, teniendo en cuenta todo lo anterior esta empresa se moverá en el sector de producción del barrio san mateo, ubicado en Soacha Cundinamarca, siendo la comuna 5, en lo cual competen varios

almacenes que producen las chaquetas, estos lugares los encontramos en Soacha centro entre estos encontramos:

EMPRESAS	UBICACIÓN	DIRECCION WEB
Diseños Keops	Virtual	https://www.facebook.com/DisenosKeops/
Antifluidos en Soacha	Virtual	https://www.olx.com.co/soacha_g4069688/ropa_c817/q-antifluidos
Mercado Libre	Virtual	https://listado.mercadolibre.com.co/ropa/chaqueta-antifluído
Lafayette	Carrera 7 No. 16 - 69	https://www.lafayette.com/puntos-de-venta/soacha/
Tiendas Axspen	Calle 6 Sur # 71 – 43	http://www.axspen.co/our-stores/
Peixe	Virtual	https://www.peixe.com.co/deals/atelier-studio-servicios-lujosos-2-21

7.1 Localización de la microempresa.

Andre´s Chaquet, cuenta con micro localización en el Municipio de Soacha Cundinamarca, en la comuna 5, barrio San Mateo que abarca los sectores de San Mateo, La Despensa, Soacha Central, San Humbert y Cazucá.

Adicionalmente se puede contar como macro localización de distribución del sector del sur de la Ciudad de Bogotá, que cuenta con mayor cantidad de posibles clientes tanto minoristas como mayoristas que pueden aportar al crecimiento empresarial.



Figura. Ubicación de la microempresa.

MÓDULO 8. MARKETING

8.1 Rangos de acción cercanos:

El mercado objetivo se encuentra en La Comuna 5 San Mateo es la quinta de las seis comunas del casco urbano de Soacha (Cundinamarca), el cual se encuentra ubicado en la parte oriental y sur de la ciudad la cual cuenta con 63.500 habitantes.

Es el más desarrollado de las urbanizaciones de Soacha, solo superado por el novísimo barrio Ciudad Verde, por lo que es un sector residencial y comercial.

De igual manera en este sector se encuentran los siguientes lugares:

- Centro Comercial Unisur (compartido con la comuna vecina de San Humberto)
- Centro Comercial Ventura Terreros

- Edificio Nuevo del Distrito Especial de Policía de Soacha²
- Hospital Cardiovascular del Niño de Cundinamarca
- Parque San Mateo Tibanica
- Tecnoparque SENA Sede Cazucá

Se listan los anteriores lugares dado que esto permite identificar mercados atractivos para la comercialización de las prendas, dado que se puede identificar que en el sector habitan estudiantes, personal de la salud, entre otros que pueden tener como atractivo nuestro producto. Como vías de acceso la comuna tiene las siguientes:

- Avenida San Mateo (Calle 30)
- Avenida Terreros (Calle 38)
- Calle 33 (Tibanica)
- Carrera 6 A este
- Avenida Eugenio Diaz Castro (Carrera 9 Este)
- Calle 46 (Quintanares)
- Calle 48 (Cazucá)Nota 1

La comuna cuenta con transporte público para el resto de la ciudad de Soacha y varias de sus veredas, así como para Bogotá a través del Corredor de transporte por la Autopista NQS, también cuenta con la red troncal de TransMilenio (La Despensa, León XIII, Terreros y San Mateo) que son compartidas con la comuna vecina de La Despensa. (ALCALDIA MUNICIPAL DE SOACHA, 2021)

8.2 Política del producto

- Andre´s Chaquet es una micro empresa familiar que fabrica y comercializa chaquetas anti fluido de excelente calidad diferenciando las demás prendas de similar uso en el sector.
- Andre´s Chaquet brinda a los consumidores una gran variedad de diseños, garantizando la satisfacción para todos los que compren, reciban o comercialicen las chaquetas.
- Andre´s Chaquet se adapta a los cambios y las necesidades del mercado, brindando la capacidad de crear chaquetas estudiantiles, empresariales entre otros. Dando solución a las necesidades al cliente en sus chaquetas anti fluido con estilos originales.
- Andre´s Chaquet tiene un mejoramiento continuo y para ello tiene comunicación constante con los clientes, por ende, si se presenta alguna novedad con el producto estaremos disponibles para solucionar en un término no mayor de 2 días hábiles las novedades del producto relacionadas con costuras, cremalleras y demás relacionadas con la confección de la prenda.

8.3 Política de precios

- Andre´s Chaquet desea iniciar su penetración en el mercado en la comuna 5 de Soacha Cundinamarca, dando exclusividad con sus chaquetas anti fluido las cuales tienen un precio de \$45.000 a \$70.000.
- Para Andre´s Chaquet, las alianzas comerciales benefician la adquisición de productos por lo anterior tenemos un equipo capacitado y dispuesto a brindar a la comunidad el mejor precio por compras superiores a 5 prendas.

8.4 Políticas de Abastecimiento.

- Toda Orden de Compra de bienes o servicios deberá tener la aprobación del Gerente de Operaciones, Gerente General y el Responsable de Abastecimiento.
- Solo se puede realizar compra a proveedores que haya sido evaluados por el Gerente de Operaciones y el Gerente General.
- Toda compra de materia primas debe cumplir con los requisitos de calidad y legalidad exigidos por la compañía y entidades externas, particularmente en las que se refiere a límites tóxicos, contaminantes ambientales, o de impacto sobre la salud humana.
- La suscripción de contrato de adquisición de bienes o servicios deberá ser revisado por un especialista legal y aprobado por la Gerencia General.
- Los contratos de adquisición de bienes o servicios pueden tener una duración máxima de 2 años, con la posibilidad de ser renovados por el mismo lapso previa aprobación de los Gerentes de Operaciones y la Gerencia General.
- Los pedidos de servicio no pueden centralizarse en un solo proveedor.

8.5 Políticas de Operaciones

- Toda recepción de materia prima en almacén debe pasar la aprobación del Responsable de Abastecimiento.
- Todo lote de materia prima que no apruebe el control de calidad deberá informarse al área de Compras, para que gestione la devolución al proveedor.

- El Responsable de Abastecimiento deberá realizar visitas a los proveedores, por lo menos 1 vez al mes.
- Toda entrega de materia prima deberá emitirse una Guía de Remisión y tener la aprobación de Gerente de Operaciones.
- Toda entrega de materia prima deberá ser facturado a cierre de mes.
- El abastecimiento a la tienda comercial deberá ser diario y deberá tener la constancia de recepción por el área de ventas.

8.6 Políticas de Ventas

- Todas las ventas se realizarán al contado o mediante tarjeta de Crédito/Débito.
- Las cobranzas mediante tarjeta de Crédito/Débito no está sujeta a un cobro adicional.
- Toda venta deberá contar con un comprobante de pago electrónico (Boleta, Factura).
- Los pedidos On-line deberán ser reportado de forma diaria al área de Operaciones.
- La facturación de las ventas On-Line, deberá contar obligatoriamente con la guía de remisión anexa.

Políticas Post Venta

- Las devoluciones de productos solo se realizan en la tienda comercial.
- Las devoluciones de productos de parte de los clientes se deberán de aceptar de forma inmediata con la presentación del comprobante de pago y siempre que no

haya transcurrido 7 días desde su venta. En caso el cliente no cuente con el comprobante de pago, el personal responsable deberá consultar en los registros de ventas cuando fue la última adquisición que realizó el cliente y que productos adquirió.

- Las sugerencias y reclamos deberán de reportarse de forma inmediata al Gerente de área Comercial y Marketing.
- Se debe realizar llamadas a los clientes que efectúen pedidos On-Line luego de la confirmación de la entrega por parte del área Comercial y Marketing.
- Se debe ofrecer al cliente un producto similar con el 20% de descuento de los pedidos On-Line que no cuenten con stock.

MÓDULO 9. PLAN OPERATIVO



9.1 Descripción del producto:

La chaqueta cuenta con protección completa para la piel de los brazos, torso, cuello, nariz y boca. El acabado antilíquido en su tela repele líquidos y salpicaduras, funcionando como una barrera protectora que impide que portes o transportes agentes contaminantes. Es de peso liviano, su silueta es amplia y de corte largo que cae a la altura de la cadera ideal para usarla sobre el vestuario, mejorando el cubrimiento y protección. Ideal para usar como protección extra en los desplazamientos, para hacer deporte, si el medio de transporte es público, bicicleta o moto o si el trabajo requiere contacto constante con otras personas. La capucha protege el cabello de estar en contacto con salpicaduras contaminadas y tiene un cordón ajustable para graduarlo al contorno del rostro. El tapabocas protege nariz y boca, es removible a través de su sistema tipo botón y su elástico en la parte superior minimiza el espacio entre la prenda y la piel. El cierre frontal de esta chaqueta cuenta con una tapa en doble tela con ajuste en velcro que brinda una protección adicional paso de fluidos hacia tu ropa. La tecnología anti-fluidos es una fibra sintética manufacturada 99% poliéster y 1% poliamida fabricada a base de derivados del petróleo, lo que le da una serie de características y ventajas por su composición química.

9.2 Principales ventajas de las telas anti-fluidos.

- Repele fluidos
- No destiñe con cloro
- Fácil de lavar
- No necesita plancha
- Seca rápidamente
- Es liviana y cómoda

- No se encoge ni se estira
- Alta durabilidad y resistencia ante lavado y desgaste

9.3 Detalles de la prenda

- ✓ Chaqueta de protección completa para la piel de los brazos, torso, cuello, nariz y boca.
- ✓ Acabado antilíquido en tela que repele líquidos y salpicaduras, funcionando como una barrera protectora.
- ✓ No portas ni transportas agentes contaminantes.
- ✓ Silueta amplia y de corte largo que cae a la altura de la cadera ideal para usarla sobre el vestuario.
- ✓ Mejora el cubrimiento y protección de tu ropa durante tus desplazamientos.
- ✓ Cierre frontal con tapa doble tela y ajuste en velcro que evita el paso de fluidos hacia tu ropa.
- ✓ El tapabocas de la chaqueta NO reemplaza el uso del tapabocas facial. Es un complemento.
- ✓ Composición: 99.00% Poliéster, 1.00% Poliamida

9.4 Tabla de medidas.

Para el tallaje de las prendas femeninas se define la siguiente tabla de tallas con el fin de minimizar los riesgos de devoluciones y/o cambios de prendas por este motivo.

Para esto es necesario realizar medición en centímetros el contorno del busto, por la parte más sobresaliente.

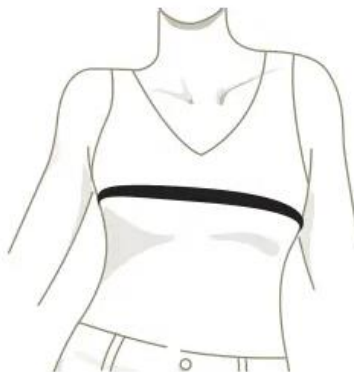


Figura. Medición de contorno del busto femenino.

Consideraciones.

- ✓ Si la medición se hace con ropa exterior ten en cuenta, ajustar bien el metro y según el grosor de tu ropa, puedes restar 1 ó 2 cm.
- ✓ Si el resultado queda en el límite de 2 tallas, elegir la talla según preferencia de uso: decidirse por la talla menor si le gusta usar la ropa más ajustada o por la talla más grande, si le gusta usar la ropa amplia.
- ✓ Prendas superiores en cm

Medidas de busto	Talla Ropa Exterior
83 – 87	XS
88 – 92	S
93 – 97	M

Medidas de busto	Talla Ropa Exterior
98 – 102	L
103 – 108	XL
109 – 114	2XL
115 – 120	3XL

Tabla. Tallas.

9.5 Calidad.

Una vez recepcionados los productos por parte de nuestros proveedores, se procede a una evaluación interna de la materia prima, donde se tendrán en cuenta las condiciones y las características de este; garantizando a lo largo de la cadena de valor la preservación de la calidad planeada garantizando emplear insumos y materias primas que hayan aprobado los controles de calidad y así satisfacer las expectativas de nuestros clientes, en términos de comodidad, suavidad y protección personal, manteniendo una justa relación precio/valor de los productos.

Se realizará una revisión aleatoria del 70% de las telas recepcionadas en cuanto a acabados y diseños (variables).

9.6 Procesos

La cadena de valor en Andre's Chaquet está compuesta de las siguientes áreas:

- Abastecimiento
- Operaciones
- Ventas y Post Venta

9.7 Planificación

- El área de ventas deberá de efectuar el monitoreo de satisfacción al cliente cada 3 meses y reportar los resultados a la Gerencia General en un plazo máximo de los 5 días siguientes.
- El área de Ventas deberá reportar mensualmente las desviaciones de las unidades vendidas reales en comparación con las unidades proyectadas a vender en el mismo periodo.
- Cada gerencia de área deberá de efectuar una encuesta de satisfacción del personal cada 3 meses.
- La gerencia deberá de evaluar la utilidad neta obtenida de los Estados Financieros de la compañía de forma trimestral.

9.8 Inventarios

- La compañía utilizará el Método de Promedio Ponderado para llevar el control de los inventarios con las que cuente la compañía.
- Tendremos una rotación de inventarios de 10 días al cierre del año en los periodos de producción y así tener mercadería necesaria para cubrir las ventas por estos días.

9.9 Capacidad de las Instalaciones

El contrato de alquiler que se celebrará con el dueño del inmueble y contará con las siguientes condiciones que **Andre's Chaquet** deberá cumplir:

- La duración de contrato es de 24 meses, con opción a renovación.
- Se deberá pagar una garantía del equivalente de 2 meses de alquiler, la cual el arrendador devolverá al finalizar el contrato.
- El costo de mensual del alquiler es de 1'500.000 pesos colombianos.
- Las ampliaciones o instalaciones que realice **Andre's Chaquet** deberá ser comunicado previamente al arrendador y el costo de dichas instalaciones no constituye en ningún caso como pago en especie al arrendador.
- Los gastos por licencia de funcionamientos, bomberos u otros conceptos son responsabilidad de **Andre's Chaquet**.

9.10 Distribución áreas de operación.

En el plano de detalle se muestran las áreas en las cuales está distribuida la microempresa, con el fin de alcanzar los objetivos trazados en la propuesta estratégica de ampliación; de las cuales están las áreas operativas como: corte y acabado, área de costura, área botonera, almacenes de productos terminados y de materia prima, adicionalmente están las áreas administrativas como las oficinas y baños.

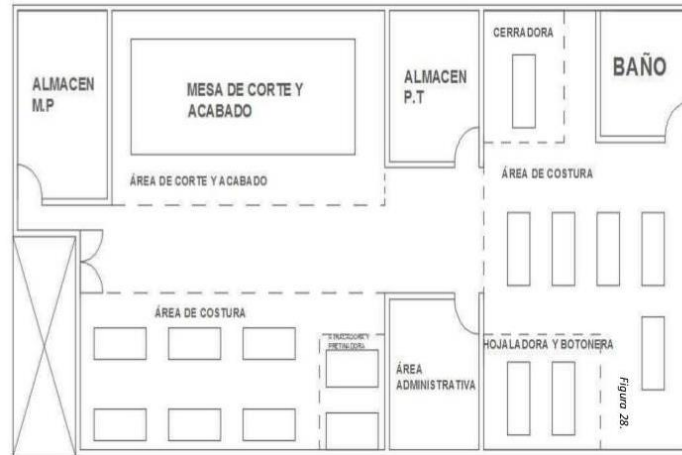


Figura. Plano de detalle de microempresa.

9.11 Organización.

Andre's Chaquet es una es una organización con fines de lucro y con capitales privados que contará con hasta 10 empleados en planilla; los cuales están distribuidos en gerente general (1), auxiliar administrativo (1), vendedores (2), personal de producción (6).

9.12 Organigrama

La organización es de tipo mixto (horizontal y vertical) la gestión es colaborativa ya que se busca lograr el compromiso por parte de todos los miembros de la organización. Para el tercer año se contará con un vendedor adicional para la atención al cliente, asumiendo el incremento de ventas.

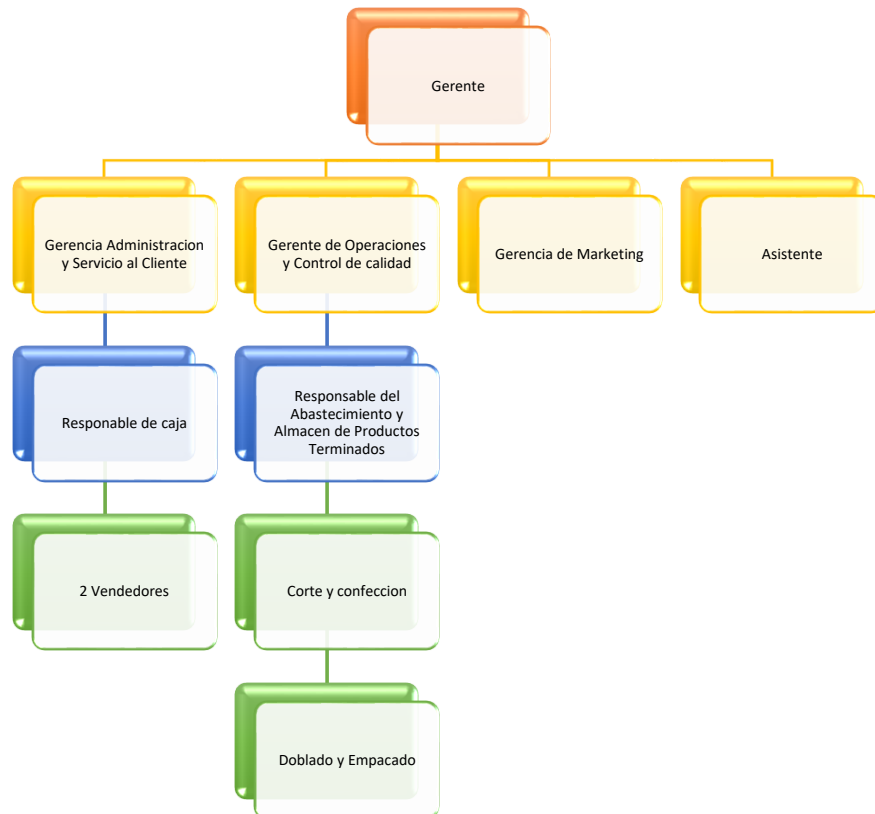


Figura. Organigrama empresarial.

9.13 Mapa de procesos

9.13.1 Proceso de Aprovisionamiento

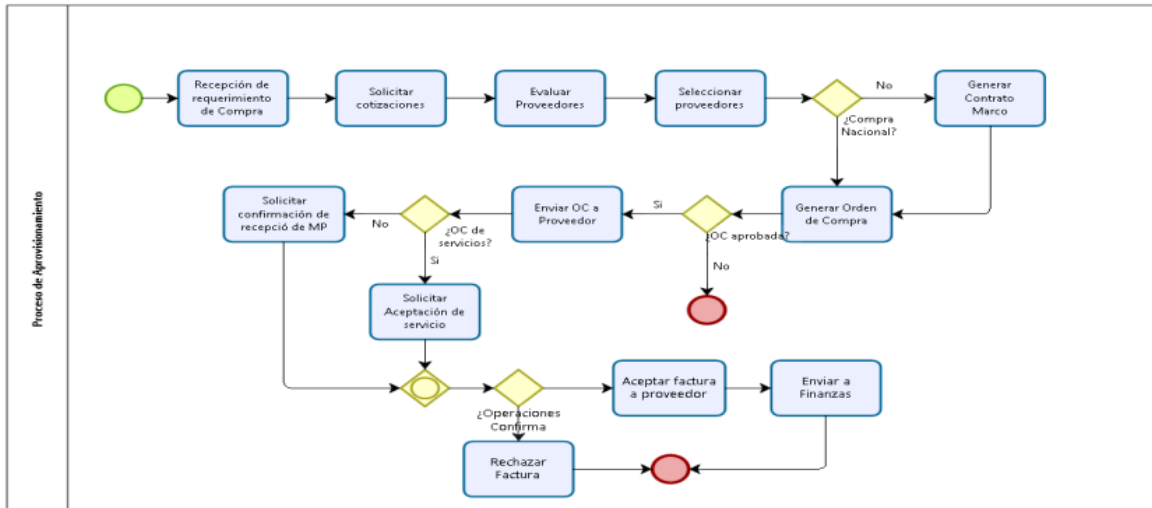
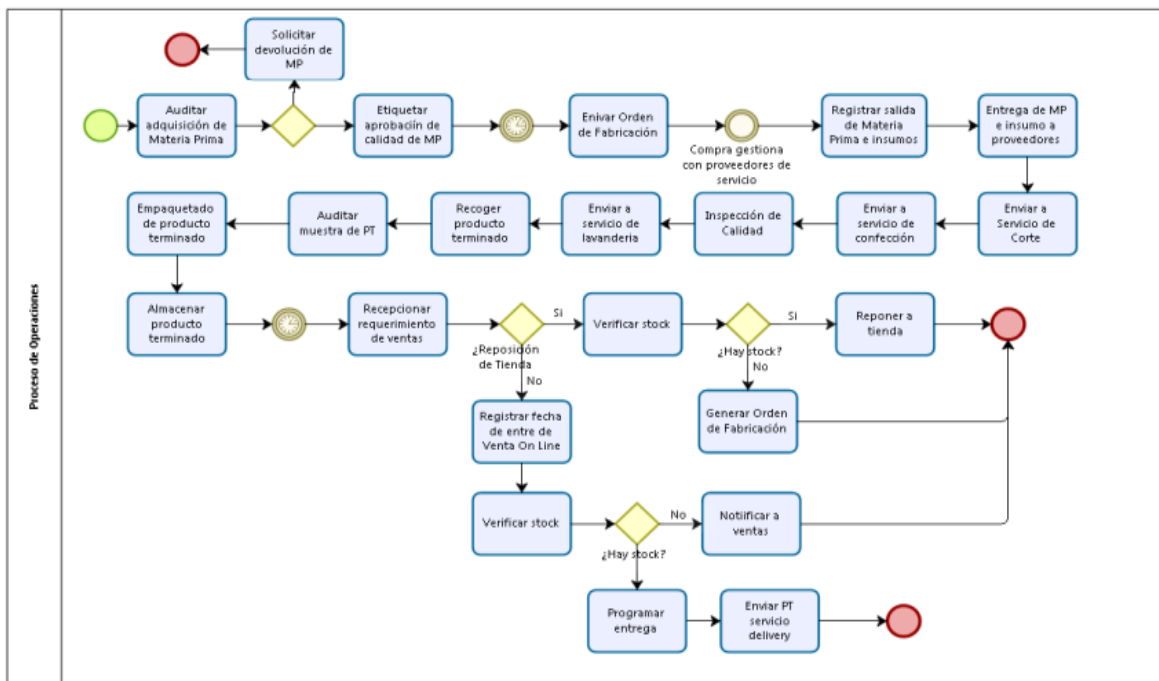


Figura. Proceso de abastecimiento.

9.13.2 Proceso de operaciones

Figura. Proceso de operaciones.



9.13.3 Proceso de Venta y Post Venta

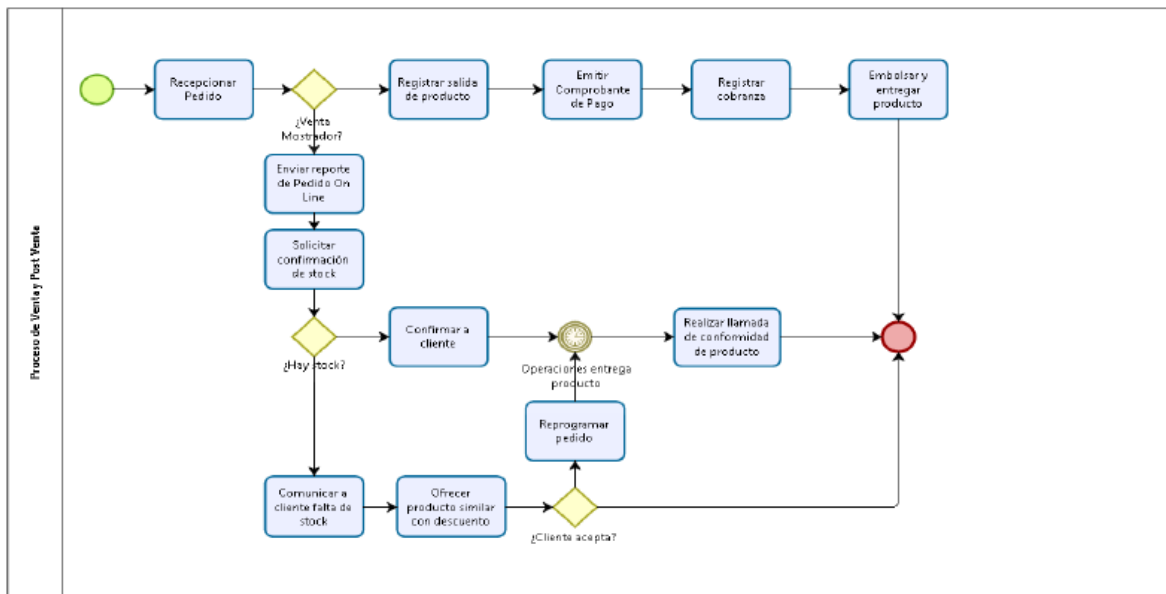


Figura. Proceso de Venta y Post Venta.

9.14 Especificaciones Técnicas del Producto.

FICHA TECNICA			
PRODUCTO		Chaqueta (Hombre)	
N°	ESPECIFICACIONES	DESCRIPCION	
1	CONDICIONES DEL PRODUCTO	DESCRIPCION	ESPECIFICACIONES TECNICAS
		TELA	99.00% Poliéster, 1.00% Poliamida
		COLOR	A solicitud (Amarillo, Azul, Rojo, Blanco, Negro, Combinaciones)
		ETIQUETA	La etiqueta debera estar en el interior de la prenda, donde se identifique al fabricante y al distribuidor (Razon Social y RUT)
		TALLAS	Una vez generada la orden de compra, la micro empresa confeccionara las prendas en las tallas (XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL)

Figura. Ficha técnica chaqueta.

FICHA TECNICA			
PRODUCTO		Chaqueta (Mujer)	
N°	ESPECIFICACIONES	DESCRIPCION	
1	CONDICIONES DEL PRODUCTO	DESCRIPCION	ESPECIFICACIONES TECNICAS
		TELA	99.00% Poliéster, 1.00% Poliamida
		COLOR	A solicitud (Amarillo, Azul, Rojo, Blanco, Negro, Combinaciones)
		ETIQUETA	La etiqueta debera estar en el interior de la prenda, donde se identifique al fabricantey al distribuidor (Razon Social y RUT)
		TALLAS	Una vez generada la orden de compra, la micro empresa confeccionara las prendas en las tallas (XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL)

Figura. Ficha técnica chaqueta.

9.15 Planeamiento de la Producción Gestión de Compras y Stock

Se contará con un jefe de compras, quien se encargará de aportar a la empresa la adquisición de productos y/o servicios de buena calidad disminuyendo costo. Este se encargará de:

- **La búsqueda y evaluación de proveedores.** Esta actividad es primordial y la de mayor importancia en el negocio ya que al obtener la mejor materia prima, se podrá garantizar la calidad de los productos ofertados.
- **Mantenimiento actualizado de productos.** En esta actividad, el encargado de compras se encargará de realizar un seguimiento detallado a la materia prima, insumos, materiales y productos terminados optimizando de esa manera la rotación de estos para la planificación de pedidos y previsión de compras.
- **Negociación permanente.** En esta actividad, se precisa tener en cuenta factores como el precio la calidad, la presentación y los plazos de entrega por parte del proveedor.

- **Solventar discrepancias durante la recepción de pedidos.** Está actividad de control deberá garantizar la correcta recepción de la materia prima en óptimas condiciones.
- Las compras de las mercaderías se realizarán 4 veces al año, manteniendo un stock que corresponda a la rotación de inventarios por 10 días.

9.16 Gestión de la Calidad.

Como organización, se empleará la Metodología **5S** de Gestión de Calidad, con esta filosofía se organizarán las actividades con el objetivo de disminuir desperdicios en el proceso productivo, se asegurarán las zonas en las instalaciones, procurando que permanezcan sistemáticamente limpias y organizadas, como proceso de mejoramiento continuo se pretende optimizar la productividad.

Una vez instalados en el local y habiendo iniciado con el negocio se procederá a realizar las siguientes tareas:

- **Primera tarea: Clasificar**

Como se contará con un lugar amplio de trabajo, el cual se dividirá en varias partes, en las cuales se deberá clasificar los elementos con los cuales se cuenta para operar y sean necesarios para las actividades a ejecutar, de ese modo se optimizará espacio y mejorará el espacio de trabajo en general.

- **Segunda tarea: Ordenar**

En cuanto al área operativa, se ordenará los estantes, las sillas y los mobiliarios de una manera que no obstaculice el libre tránsito en el área de trabajo, y dé facilidad de desplazamiento al momento de buscar, confeccionar y desplazar las prendas. En el área se mantendrá ordenado los puestos de operación para optimizar el manejo de las herramientas y materia prima cuando se requiera.

- **Tercera tarea: Limpiar**

En todas las áreas operativas se mantendrá un ambiente totalmente limpio, no solo dependerá del personal de limpieza, sino que es una tarea compartida por todos los colaboradores de la empresa para generar un grato ambiente de trabajo; adicionalmente para poder tener a disposición solo la materia prima que se requiere para las diferentes confecciones.

- **Cuarta tarea: Estandarizar**

Será tarea del Administrador monitorear la realización de las tres primeras actividades, estandarizarlas y convertirlas en una constante dentro de la compañía.

- **Quinta tarea: Sostener**

Tal como se menciona en el punto anterior; se pretende estandarizar y convertir estas tareas en actividades del día a día, convirtiéndolas en parte de las funciones. De modo que se mantendrán las instalaciones clasificadas, ordenadas y limpias.

MÓDULO 10. ASPECTOS LEGALES Y RECURSOS HUMANOS

GASTOS DE PERSONAL

Inicio		Ver Reporte	
Salario Mínimo	877,803	% Aportes Patronales	9,00%
No. SMLV Aux. Transporte	2	% Aportes Sociales	29,02%
Auxilio de Transporte	102,854	% Incremento Año 2	4,00%
		% Incremento Año 3	4,00%
Prestaciones de Ley		% Incremento Año 4	4,00%
Vacaciones	4,17%	% Incremento Año 5	4,00%
Cesantías	8,40%		
Prima	8,40%		
Intereses Cesantías	1,00%		

Personal Administrativo		
Descripción	Cantidad	Salario (miles)
Gerente General	1	2.500,000
Auxiliar Administrativo	1	877,803
Empleado Nivel 3		
Empleado Nivel 4		
Empleado Nivel 5		

Personal de Ventas		
Descripción	Cantidad	Salario (miles)
Vendedores	2	877,803
Empleado Nivel 2		
Empleado Nivel 3		
Empleado Nivel 4		
Empleado Nivel 5		

Personal de Producción		
Descripción	Cantidad	Salario (miles)
Personal de Producción	6	877,803
Empleado Nivel 2		
Empleado Nivel 3		
Empleado Nivel 4		
Empleado Nivel 5		

10.1 Perfiles requeridos para el personal y material de apoyo

10.1.1 Definir el cronograma

A través de reuniones con cada uno de los integrantes del equipo de trabajo del proyecto se logran determinar las diferentes actividades necesarias para que el proyecto logre cumplir con cada una de sus fases y sus entregables. la idea de los entregables es con el objetivo de

10.1.2 Definir actividades

Las actividades se determinan a través de cuales son predecesoras y sucesoras dentro de lo proyectado en el cronograma. De igual forma se determina la dependencia entre unas y otras.

10.1.3 Estimación de los recursos de las actividades.

Se utilizará la herramienta Microsoft Project para poder organizar y administrar los diferentes tipos de recursos, dicha estimación de los recursos se realizará con base a la experiencia de un experto en esta clase de proyectos y empresas del sector textil confección. Los recursos de nuestro proyecto están dados por el personal que realiza actividades de diseño y gestión para la tercerización en la fabricación del producto.

10.1.4 Estimación de duración de actividades

Para la determinación de la duración de las actividades se recurre a las diferentes técnicas: Juicio de experto: basados en el conocimiento del gerente de proyecto en proyectos similares y de consulta a gerentes de empresas del sector textil-confección. Estimación análoga: se tomarán datos de proyectos desarrollados anteriormente del sector textil-confección para poder aproximar duraciones de las actividades del presente proyecto adicionando a cada una de ellas cierta holgura según sea conveniente o determinado en reuniones.

10.1.5 Desarrollar el cronograma.

El cronograma se realizará en el Microsoft Project, donde se puede evidenciar todo lo anteriormente mencionado; determinación de actividades, actividades asignación de

recursos, determinación de duración de actividades, relación de actividades predecesoras, sucesoras y su dependencia.

MÓDULO 11. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Tabla 2

Parámetros generales de la empresa, plazo de duración para la ejecución del proyecto.

Inicio	
PARÁMETROS GENERALES DE LA EMPRESA	
Nombre de la Compañía	CHAQUETAS ANTIFLUIDO
Información Requerida	
Impuesto de Renta	20,00%
Reserva Legal	10,00%
Otras Reservas	
Tasa Interna de Oportunidad (TIO)	5,00%
Número de Periodos	5
Impuesto Municipal de Industria y Comercio (ICO)	
Unidad de Medida Periodos	Años

Tabla 2. Parámetros generales de la empresa

De acuerdo a la información ilustrada en la tabla 2, Andre´s Chaquet tiene presupuesta que en un término de 5 años se realicé el retorno del dinero correspondiente a la inversión.

Tabla 3

Presupuesto de compras y ventas, en el tiempo estipulado para el retorno de inversión.

**CHAQUETAS ANTIFLUIDO
PRESUPUESTO DE COMPRAS Y VENTAS
En Años
EN MILES (\$200)**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Materia prima	50.448	1.86.762	222.038	28.6480	3.41.817	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Materia prima directa	112.188	1.76.842	221.227	28.6188	3.37.266	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos indirectos de la	6.300	6.812	6.811	7.103	7.551	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	118.488	1.83.654	228.038	35.721	4.44.817	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS DE VENTA	80%	72%	77%	87%	82%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Costo de venta estimado	94.790	132.112	175.689	31.188	3.63.150	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costo de compra estimado	23.698	51.542	52.349	4.533	81.667	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	118.488	1.83.654	228.038	35.721	4.44.817	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PRODUCTOS VENDIDOS	1.000	1.766	2.031	233	2.498	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Chaquetas Antifluido S	1.000	1.766	2.031	233	2.498	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Chaquetas Antifluido M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Chaquetas Antifluido Ni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	1.000	1.766	2.031	233	2.498	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capacidad instalada C	4.800	2.872%	4.3.22%	48.47%	8.8.9%	0.10%	0.20%	0.0%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
Capacidad instalada M	6.000	4.0.0%	3.3.99%	47.84%	6.9.9%	0.10%	0.20%	0.0%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
Capacidad instalada Ni	1.200	6.0.0%	3.0.99%	32.71%	1.0.9%	0.10%	0.20%	0.0%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
PERIODO VENTAS ASES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Chaquetas Antifluido S	8.0.00	80.000	88.204	10.12.36	107.311	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Chaquetas Antifluido M	8.0.00	80.000	88.204	10.12.36	107.311	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Chaquetas Antifluido Ni	8.0.00	80.000	88.204	10.12.36	107.311	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Incremento % periodo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

CHAQUETAS ANTIFLUIDO																
VENTAS TOTALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Chaquetas Antifluido S	10.0.00	1.00.000	106.408	121.466	1.184.622	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Chaquetas Antifluido M	20.0.00	2.00.000	216.416	242.728	2.368.244	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Chaquetas Antifluido Ni	6.0.00	6.000	6.204	7.136	7.378	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	36.0.00	3.06.000	328.828	371.328	4.660.144	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Tabla 3. Presupuesto de compras y ventas

Conforme al objetivo de la ampliación de la micro empresa, se plantea el siguiente presupuesto correspondiente a la compra y venta del producto base de la compañía, en esta medida se plantean metas comerciales ambiciosas, teniendo en cuenta que las chaquetas anti fluido pueden ser de uso de cualquier persona mujeres, hombres y niños.

Así mismo a pesar que el mercado inicial se concentra en el municipio de Soacha, no se pasa por alto las vías de comunicación con la ciudad de Bogotá, lo cual amplia el mercado objetivo, permitiendo que el producto sea de acceso a más personas.

Tabla 4

Inversión inicial, teniendo en cuenta los recursos propios y préstamos solicitados para la ejecución del proyecto.

CHAJUETA S ANTIFLUIDO
INVERSIÓN INICIAL
En Años
ENMILES (\$000)

hicio

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos de Nomina	194.004
Gastos Generales	25.416
TOTAL	219.420
COMPRA INSUMOS	154.848
Imprevistos 0%	0
TOTAL GASTOS Y COSTOS REQUERIDOS	374.268
TOTAL GASTOS Y COSTOS DIARIOS	1.040
TOTAL DIAS PARA CAPITAL DE TRABAJO	0
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	0
DIAS PARA CAPITAL DE TRABAJO CARTERA	0
VENTA A CREDITO DIARIOS	0

VALOR INVERSION INICIAL		RECUPERACION INVERSION	
		%	VALOR
INVERSIONES FIJAS	32.640	69%	22.438
INVERSIONES DIFERIDAS	14.840	31%	4.638
CAP. DE TRAB. COS. Y GAS.	0	0%	0
CAP. DE TRAB. CARTERA	0	0%	0
TOTAL INVERSION INICIAL	47.480		27.077

FUENTES DE FINANCIACION	% PARTIC.	VALOR INVERSION
CAPITAL PROPIO	10%	4.748
PRESTAMO BANCARIO 1	30%	14.244
PRESTAMO BANCARIO 2	30%	14.244
PRESTAMO BANCARIO 3	30%	14.244
TOTAL	100%	47.480

Tabla 4. Inversión inicial

Como se ilustra en la imagen anterior se estima realizar una inversión inicial del 10% el cual será asumido por los 3 socios del proyecto con recursos propios, el otro 90% se realizará mediante un préstamo a entidades bancaria.

El monto del 90% se solicitará dividido, es decir la idea es realizar 3 créditos a lo largo del proyecto, lo anterior permite controlar la inversión con el comportamiento del mercado.

Tabla 5

Inversiones fijas y diferidas, correspondiente a la maquinaria y demás elementos necesarios para la ampliación de la microempresa.

INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS

Inicio		
INVERSIONES FIJAS		
Descripción	Vida Útil (En Años)	Inversión Inicial (miles)
- Maquinas plana	5	12.500,000
- Maquinas fileteadora	5	5.700,000
- Maquina digital	5	6.000,000
- Tijeras	1	160,000
- Mesas de corte	5	1.200,000
- Sillas	6	1.500,000
- Computador	3	2.300,000
- Calculadoras	2	80,000
- Celulares	5	3.200,000
INVERSIONES DIFERIDAS		
Descripción	Amort. Diferi.(En Años)	Inversión Inicial (miles)
- Wifi	1	1.440,000
- Plan de datos	1	3.300,000
- Inversiones de conexiones	1	1.000,000
- Publicidad	1	1.500,000
- Gastos imprevistos	3	4.000,000
- Transporte	1	3.600,000

Tabla 5. Inversiones fijas y diferidas.

Teniendo en cuenta que el proceso de ampliación de la microempresa, se estima la compra de maquinarias que puedan agilizar el diseño y entrega de las chaquetas por ende se describe cada uno de los bienes tangibles e intangibles que se requieren para el funcionamiento de la organización.

MÓDULO 12. ANÁLISIS DE RIESGOS

12.1 Identificación y evaluación cualitativa de riesgos

ACTIVIDAD	RIESGO	FRECUENCIA			IMPACTO			TOTAL (FRECUENCIA X IM
		1b	2m	3a	1	2	3	
Telas	Plagas		X		X			M/M
Cables	Incendios ocasionados		X		X			M/B
Alcantarillas en mal estado	Inundación	X			X			B/B
Computador	Virus informativo			X			X	A/A
Señal	Colapso de las Telecomunicaciones		X		X			M/B
Redes sociales	Hackers	X				X		B/M
Los proveedores retrasos	Transporte			X	X			A/M
desperdicio de material	Administración inadecuada	x					X	B/A
Malas inversiones	Crediticio y de credito			X			X	A/A
Recorte de personal	liquidez			X			X	A/A
Baja producción	Operacional		X					M/B
Mala postura para coser	Puesto de trabajo			X	X			A/B
Dirigirse de un lugar a otro	Movilidad			X	X			A/B
Poca Luz , Daño visual	Iluminación			X			X	A/A
Mal Financiamiento	Perdidas y ganancias			X			X	A/A
Afectacion importacion y exporta	Economia Nacional			X		X		A/M
A la hora de entregar los pedidos	Atracos , Robos		X			X		M/M

Valoración del riesgo			
Frecuencia	Valor		Riesgo Natural
	Alta	3	Riesgo Tecnológico
	Media	2	Riesg Financiero y No financiero
	Baja	1	Riesgo Estático
Impacto	Valor		Riesgo Dinámico
	Alto	3	Riesgo Especulativo
	Medio	2	Riesgo Político
	Bajo	1	Riesgo Públicos

Plan para gestionar riesgos.

ACTIVIDAD	RIESGO	DESCRIPCIÓN CONTROL	RESPONSABLE	MECANISMO CONTROL
Las telas suelen venir de lugares donde frecuentemente se llenan de plagas	Plagas	fumigar las telas antes de traerlas a la micro empresa.	Dpto Corte	Fumigar las telas y aseo constante
suceden por dejar la plancha a alta temperatura	Incendios ocasionados	Evitar las temperaturas altas	Dpto de planchado	vigilar la temperatura de la plancha frecuentemente.
Ocasionada por lluvias	Inundación	Cerrar los orificios que generen el ingreso del agua	Dpto de aseo	Realizar aseo constantemente.
Generado por abrir algun documento en el pc	Virus informativo	hacer limpieza de los programas del Pc	Dpto de computo	Realizar mantenimiento de los programas del computador

Constantemente se cae la red	Colapso de las Telecomunicaciones	Supervisar las redes antes de usarlas	Dpto de computo	Generar mantenimiento constante y reinicio
Ingreso de personas desconocidas al manejo de redes	Hackers	Vigilar constantemente correos y redes para prevenir.	Dpto de computo	Vigilar constantemente las redes de uso
Llegada tarde de los repartidores a la entrega de pedidos	Transporte	Acompañar rutas de envío	Dpto de computo	Acompañar por waze las rutas de envios
Tener perdidas	Administración inadecuada	Tener una contabilidad avanzada	Dpto contable	Mantener una contabilidad activa
Tener endeudamiento	Crediticio y de crédito	Revisar frecuentemente el tema endeudamiento	Dpto contable	Tener un buen crecimiento crediticio

Mala liquidación	Liquidez	Revisar temas contables frecuentemente	Dpto contable	Generar buenos ingresos a los trabajadores
Mala operación en la empresa	Operacional	Supervisar contantemente todas las areas de la micro.	Dpto contable	Mantener un excelente manejo de operaciones
Malas posturas	Puesto de trabajo	Realizar capacitaciones salud ocupa y pausas activas	Dpto de gestion humana	Realizar capacitaciones constantemente
Gran movilidad de un extremo a otro	Movilidad	Realizar capacitaciones y pausas activas	Dpto de gestion humana	Realizar capacitaciones constantemente
Mal ingreso de luz	Iluminación	Verificar constantemente los procesos de luz.	Dpto de electricidad	Mantenimiento de las instalaciones del lugar
Mal manejo de las inversiones	Perdidas y ganancias	Tener una Base de datos contables	Dpto contable	Mantener un control activo de todas las situaciones economicas

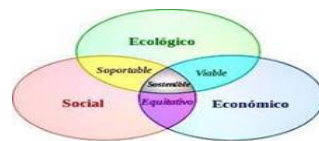
Daño a nivel nacional (Economía)	Economía Nacional	Generar estrategias nuevas de creaciones	Dpto contable	Mantener un control activo de todas las situaciones economicas
Afectación a nivel general	Atracos , Robos	Andar precavidamente .	Dpto de entregas	Tener precaucion en las zonas peligrosas

MÓDULO 13.

Buscamos como proyecto que la micro empresa *Andre`s Chaquet*, comience una implementación el Desarrollo sostenible, eficiencia energética y energía renovable. Serán financiadas las inversiones incluidas en proyectos de disminución en el uso de recursos no renovables, reducción o aprovechamiento de residuos líquidos, sólidos o emisiones atmosféricas, el mejoramiento de la calidad atmosférica.

Con la finalidad de que nuestros productos queden de la mejor forma empacadas y con un material reciclable, lo cual no dañara el medio ambiente y tampoco genera gastos excesivos para su consumo, estas bolsas elaboradas de papel Kraft el cual es reciclable, y adicional dale la forma que se desee para que el empaquetado sea llamativo y de manera creativa para los clientes.

Ya que gracias a esta nueva implementación, logramos que:



Contamos con una ventaja, y es que la micro empresa NO utiliza plásticos, ni espumados y mucho menos derivados del petróleo.



MÓDULO 14. RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto nace, al tomar como punto de referencia a ANDRE'S CHAQUET , esta es una micro empresa ubicada en el municipio de Soacha Cundinamarca , comuna 5 , barrio san mateo, como anteriormente se describe se enfoca en la creación de chaquetas antifluido con su tapabocas, es un proyecto de una idea muy pequeña familiar , de una compañera de nuestra universidad el cual tomamos como iniciativa para la proyección interna y externa de la idea de negocio, todo esto con el objetivo y la finalidad de impulsar todas las micro empresas del sector y también del país.

En esta medida buscamos ayudar a implementar mecanismos de organización, visualización y proyección a nivel de estudios de mercado que nos ayudan a mirar mas a fondo los competidores que se encuentran en el mercado y así poder generar nuevos cambios para llegar con éxito a la competencia, teniendo como referencia tablas de inversiones y ganancias y demás como apoyo para la implementación de nuestra propuesta , también siendo esta empresa de gran ayuda para el medio ambiente ya que su empaquetado es de material reciclable lo cual no daña en lo absoluto nuestro medio ambiente , siendo una empresa textil que garantiza la calidad de cada una de sus telas y productos a la venta.