

**ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE CAMISAS DE SMOKING  
EN UNA PYME MEDIANTE EL SISTEMA DE COSTEO POR ÓRDENES  
DE PRODUCCION**



**MARIA FERNADA TAVERA MATEUS  
CLAUDIA MARCELA CARRILLO SILVA**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COSTOS Y AUDITORÍA**

**BOGOTÁ D.C  
2010**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>1</b>
<b>2. DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
<b>5. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>6. OBJETIVO.....</b>	<b>8</b>
6.1 Objetivo General.....	8
6.1.1 Objetivo Especifico.....	8
<b>7. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>16</b>
<b>8. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....</b>	<b>18</b>
<b>9. IMPACTO.....</b>	<b>19</b>
9.1 Definición.....	19
9.2 Ciclo de la Vida del Proceso.....	21
9.3 Evaluación del Impacto.....	23
9.4 Clases de Impacto.....	26
9.5 Análisis Cuantitativo.....	27
<b>10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....</b>	<b>30</b>
<b>11. ENCUESTAS.....</b>	<b>32</b>
11.1 Análisis de las Encuestas.....	34
11.1.1 Gráficos.....	39
<b>12. ANÁLISIS D.O.F.A.....</b>	<b>40</b>
<b>13. ANÁLISIS DE LA DEMANDA CON FUENTES SECUNDARIAS.....</b>	<b>41</b>
<b>14. ANÁLISIS DE LOS POSIBLES CLIENTES .....</b>	<b>42</b>
<b>15. ANÁLISIS DE LA DEMANDA OPTIMISTA Y PESIMISTA.....</b>	<b>43</b>
<b>16. COMPORTAMIENTO HISTÓRICA DE LA DEMANDA.....</b>	<b>45</b>

<b>17. PRECIO DE COMPRA ACTUAL</b> .....	<b>46</b>
17.1 Ciudades donde se Comercializan las Camisas de Smoking.....	48
<b>18. ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>49</b>
18.1 Especificaciones del Producto.....	49
18.2 Descripción del Proceso Productivo.....	50
19. Flujo grama del Proceso.....	51
<b>20. TECNOLOGÍA</b> .....	<b>52</b>
20.1 Equipo e Instalaciones.....	57
<b>21. MATERIA PRIMA</b> .....	<b>58</b>
21.1 Proveedores.....	58
<b>22. UBICACIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	<b>59</b>
<b>23. ESTUDIO ADMINISTRATIVO JURÍDICO Y LEGAL</b> .....	<b>60</b>
23.1 Estructura Organizacional.....	60
23.1.1 Funciones.....	62
23.2 Políticas del personal.....	63
23.3 Aspecto Jurídicos Legales.....	63
<b>24. ANÁLISIS DE COSTOS</b> .....	<b>64</b>
24.1 Presupuesto para la elaboración de una Camisa.....	65
24.2 Costos Detallados.....	77
24.3 Costo Marginal.....	78
24.4 Margen de Contribución.....	79
24.5 Punto de Equilibrio.....	83
24.7 Presupuesto de la Mano de Obra.....	84
<b>25 PROYECCIONES</b> .....	<b>85</b>
25.1 Balance General proyectado a 10 años.....	85
25.2 Estado de Ganancias y Perdidas.....	86
25.3 Análisis de Sensibilidad.....	87
<b>26 GLOSARIO</b> .....	<b>89</b>
<b>27 RECOMENDACIONES</b> .....	<b>92</b>
<b>28 CONCLUSIONES</b> .....	<b>93</b>
<b>29. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>94</b>

## TABLA DE FIGURAS

1. PARTES DE UNA CAMISA DE SMOKING.....	18
2. CAMISAS DE SMOKING.....	18
3. NIVEL DE CONFIANZA.....	29
4. VALORES PONDERADOS POR CADA EMPRESA.....	41
5. CARACTERÍSTICAS DE LA MATERIA PRIMA.....	49
6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	51
7. FLUJOGRAMA.....	52
8. MAQUINA DE BORDADOS MODERNA.....	53
9. MAQUINA FILETEADORA MODERNA.....	53
10. CROQUIS DE COLOMBIA.....	60
11. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN.....	61

## 1. AGRADECIMIENTO

Nos sentimos personas privilegiadas al lograr llegar a la Universidad y cursar una carrera técnica, tecnología o profesional, considerando la situación económica de nuestro país y de cada una de las familias, por lo tanto damos gracias primero que todo a Dios pues sin su ayuda resultaría imposible lo que se ha logrado a lo largo de este tiempo, a nuestra familia, padres, hermanos, abuelitos quienes incondicionalmente nos han apoyado y confiado fielmente en cada uno de los días que duró este proceso, porque conseguir lo que uno desea en su vida tiene inconvenientes que a veces causan desilusión, pero estas personas con amor y palabras llegan a motivar cada día, para lograr conseguir un conocimiento mas amplio en los diversos temas que la conforman.

En tres años y medio de carrera hemos conocido compañeros profesores, una universidad con personas que hicieron agradable la estadía en Uniminuto, con dedicación, paciencia, risas y demás logran dejar una semilla en cada uno de nosotros como estudiantes.

Personas como Claudia Narváez, Marco Antonio Ramírez, Orlando Chaparro, Emerson Duran y demás docentes han marcado todo este proceso en la universidad dejando muchas enseñanzas aplicables a nuestra carrera y al día a día en el que vivimos.

## 2. DEDICATORIA

Le dedicamos este trabajo de grado a Dios ya que todos y cada uno de los días de nuestras vidas nos ha guiado, mostrándonos en el camino una luz de esperanza para seguir adelante; a nuestros padres Nicolás Tavera, María Bárbara Mateus, Abad Carrillo, Aliria Silva quienes pese a sus correcciones que tienen como finalidad el que seamos mejores personas con una calidad de vida mas tranquila, Pues uno de sus objetivos es formar personas integras que aporten algo a esta sociedad.

A nuestros hermanos Juan Pablo Tavera, Manuel Tavera, Nicolás Carrillo que con amor, colaboración y palabras hacen que en momentos de deserción encontremos de nuevo el camino inicial. También nosotras deseamos dedicar este trabajo a personas que ya no nos acompañan pues el Señor decidió llevárselas, pero sabemos que aun nos acompañan, con sus consejos y mucho amor formaron las personas que hoy en día somos, este es el caso de nuestros abuelitos Lucrecia Pérez, María Bárbara Cáceres y Jesús María Mateus.

### 3. INTRODUCCION

A lo largo de una carrera tecnológica o profesional se adquieren innumerables conocimientos, cuyo objetivo principal es plasmarlos en un diario vivir, pues cuando se define la carrera que se desea estudiar, es definir que ésta va a hacer la actividad que suplirá las necesidades económicas o una forma de vivir con mejores garantías para las personas mas cercanas y para quien inicia este proceso.

De esta manera identificar una alternativa de negocio, conocer sus variables, estudio de mercado, oferta, demanda y lo mas importante llegar a implementar un proceso productivo, donde los costos es su mayor fortaleza es enfocarse a la realidad.

Para ello se requiere conocimiento del tema, investigación de mercado e investigación de los procesos productivos y la implementación de los sistemas de costeo, pues este último es uno de los objetivos más importante de este trabajo.

El análisis de los costos en muchos casos es aterrador, ya que el producto lleva mas proceso que otros o simplemente es un enfoque diferente que se tiene de este tema. La idea principal es poder aplicar todos los conocimientos adquiridos durante este tiempo, además que de su óptima ejecución resultaría una nueva opción de negocio.

#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En ciudades como Bogotá, Medellín, Armenia y Pereira se obtuvo una muestra de 37 clientes de las casas de alquiler de smoking y de banquetes, para llevar a cabo el estudio de mercado donde se nota claramente que no existe la oferta necesaria para la elaboración y comercialización de las camisas de Smoking, pues su fabricación es más dispendiosa que otras prendas de vestir, siendo ésta una parte fundamental del traje de ceremonia.

Medellín es una ciudad muy amplia en el sector textil y su producción, ya que allí se encuentra una de las empresas productoras de telas más grande del país. Debido a su clima cálido, las prendas de vestir son informales dejando a un lado la ropa formal, en consecuencia los comerciantes que trabajan con las camisas de smoking recurren a comprar la mayor parte de sus mercancías en Bogotá, donde por ser una gran ciudad se encuentran fácilmente estos productos, pero si microempresas como estas expanden su mercado y tienen el manejo del tema conseguirían nuevos clientes.

Debido a que en estos lugares las camisas de smoking sufren un desgaste constante pues su trabajo lo exige; resultaría una oportunidad para las pequeñas microempresas que con calidad y buenos precios ingresen a este mercado.

De acuerdo a lo anterior se ha seleccionado las 10 pymes, para indagar sobre el método y estructura del costeo utilizado en la elaboración de las camisas de smoking. Como es de saber el control de los costos es importante para todo tipo de empresa que se dedique a la fabricación de un producto, indistinto de su tamaño, pues se presenta confusión al asignar los costos fijos, variables, directos o indirectos y en muchos casos la asignación de estos la hace el contador o persona encargada del tema.

Teniendo en cuenta que la forma de trabajar de este tipo de empresas, es el resultado de los pedidos que se realicen, generan una variable dependiente ya que a menor cantidad de camisas el costo aumenta y es inversamente proporcional. Para muchos productores es más económico en todos los aspectos la producción de grandes cantidades obteniendo así mayor utilidad.



Un claro ejemplo es la compra la materia prima, pues a mayor cantidad se puede negociar menor y su precio genera beneficios, o también se da el caso del corte de una prenda, ya que se gasta más material cuando solo tenemos una camisa.

Cuando se fabrica un producto es de vital importancia determinar el sistema de costeo que se asigna en este proceso, puesto que hay costos ocultos que afectan la producción y en muchos casos no se toman en cuenta, por lo tanto se presentarían resultados que no son ciertos, utilidades sobrestimada, declaraciones de impuestos con datos errados e implicaciones con la DIAN. Todos estos aspectos generarían pérdida a organizaciones que hasta ahora están ingresando al mercado y pudiesen llegar a generar empleo y contribuir de una u otra forma al país.

Por todas estas razones es muy importante determinar el sistema de costeo en la elaboración de las camisas de smoking para conseguir múltiples beneficios para las personas que hacen parte de este proceso.

## 5. JUSTIFICACION

En Colombia existen aun negocios por explorar o aun mas, ciudades que necesitan productos que son comunes en Bogotá, pero en estos sitios que aunque son ciudades intermedias carecen de diversas cosas.

Resulta de gran interés poder realizar un estudio de mercadeo para verificar que la camisa de smoking es un producto que se puede comercializar en otros sitios diferentes de Bogotá, puesto que casas de alquiler de smoking hay en todas las ciudades de Colombia. Siendo este un aspecto de gran relevancia, se abren posibilidades a nuevos mercados que obviamente hay que conseguir con calidad, tiempos, precios, materiales y diferentes aspectos que conforman la venta de un producto.

Una razón muy importante para producir y comercializar las camisas de smoking, es constatar que esta prenda tiene un desgaste constante en una casa de alquiler, además, estos sitios tienen que estar renovando su inventario debido a la diversidad de clientes que pueden llegar a tener, es decir, debe tener variedad en tallas e inclusive colores, sin dejar de lado que el blanco es el color que identifica la prenda.

Las casas de alquiler de Smoking o vestidos de ceremonia no son los únicos posibles clientes para este producto, pues en muchos casos las casas de banquetes hacen que los meseros usen la camisa con el logotipo de la empresa, para generar la identificación propia del negocio. Y esta última es una forma más de adquirir nuevos clientes, ya que el bordado en la camisa es el valor añadido que se le da a este producto.

Identificar totalmente el proceso de elaboración de las camisas de smoking es la razón mas importante de este documento, ya por medio de este se permite llegar a implementar un sistema de costeo que beneficie a la empresa y consiga la utilidad esperada. Pues el identificar los costos directos, indirectos y demás, que intervienen en cualquier proceso productivo es el objetivo primordial.

Se espera que los resultados de esta investigación, se lleven a cabo y así cumplir con expectativas propuestas.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 OBJETIVO GENERAL**

Presentar una opción de negocio, definiendo una estructura de costos detallada para convertirla un valor agregado en la elaboración y comercialización de las camisas de smoking en Bogotá, Armenia, Pereira y Manizales.

#### **6.1.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Realizar un estudio de mercado, para identificar la viabilidad del negocio.
- ✓ Dar a conocer el proceso de elaboración de las camisas de smoking.
- ✓ Estudiar el sistema de costeo por órdenes de producción dentro de las PYMES seleccionadas.
- ✓ Establecer el costo estándar del producto.
- ✓ Obtener un estado de costos, donde se pueda detallar las partes que intervienen en el y su utilidad.

## 7. MARCO TEORICO

La contabilidad tiene aplicación en diversas áreas o se especializa en grandes aspectos de una organización. Los costos son un aspecto de gran importancia en una empresa productora, pues de su buen análisis y asignación se definirán utilidades o pérdidas, el costo unitario del producto o el costo total de una producción en cualquier momento<sup>1</sup>.

Existen diversas clases de sistemas de costeo:

- Costo ABC.
- Costo por órdenes de producción.
- Costo por Proceso.

En cualquiera de los diferentes sistemas de costeo, este es conformado por los mismos elementos.

- Mano de obra directa.
- Materia prima directa.
- Costos indirectos de fabricación.

Teniendo muy claro que el costo desde el punto de vista del ente de una organización se define como los diferentes pagos en los que tiene que incurrir para obtener su producto o brindar el servicio esperado.

Los costos, se pueden clasificar de varias formas por ejemplo:

- Fijos:

---

<sup>1</sup> Tomado y modificado de la página web el día 28 de diciembre: <http://www.web-empresa.com.co/Contabilidad/produccion.htm>

Son aquellos que nos varían a corto plazo con respecto a la cantidad que se va a producir. Este tipo de costos no cambian con respecto a la elaboración, es decir que aunque no haya producción estos se deben pagar, por ejemplo, arriendo, teléfono, seguros, sueldos administrativos etc.

- Variables:

Este tipo de costos presentan una variación constante a corto plazo ya que dependen de la producción que se realice. Están estrechamente ligados a la orden de producción como por ejemplo, energía consumida, sueldos del personal de producción, materias primas etc.

La diferencia entre el costo fijo y el costo variable se encuentra a corto y largo plazo, pues los costos variables se determinan a largo plazo teniendo en cuenta que la producción puede variar y aumenta o disminuye la planta y todo aquello que la conforma. En cambio los costos fijos como mano de obra, materia prima, energía eléctrica se modifican con gran facilidad y rapidez.

- Costo Unitario:

Son de gran importancia ya que a través de este la empresa realiza un estudio de mercado o lo compara con la competencia y así verificar la ganancia o la pérdida con respecto a este producto. Otra de sus utilidades es la de verificar los inventarios y sus costos promedios

Como complemento de costos por unidad existen varias formulas para su análisis.

Costo fijo promedio = Costo fijo / cantidad de unidades producidas.

Costo variable promedio = Costo variable / Cantidad de u. Producidas.

Costo marginal = Costo de cada unidad adicional producida.

Costos Variables (CV): dependen, por el contrario, de la cantidad empleada de los factores variables y, por tanto, del nivel de producción.

Costo Variable Medio (CVM<sub>e</sub>): es el costo variable (CV) dividido por el nivel de producción.

Costo Total (CT): es igual a los costos fijos más los costos variables.

Costo Total Medio (CTMe): El costo total medio (CTMe) es el costo total (CT = CF + CV) dividido por el nivel de producción.

- Costo Marginal:

Se define como el cambio que tiene el costo total si se llega a producir una unidad adicional.

$$CM = \frac{CT_2 - CT_1}{Q_2 - Q_1}$$

- Costos explícitos:

Pueden llamarse de esta manera los costos en los que le empresa incurre por concepto de sueldos, interés por los préstamos de capital, materias primas, combustible, servicios de transporte y similares, es decir son todos aquellos por los cuales existe una factura.

- Costos implícitos:

Son todos aquellos costos e insumos que son empleados en el proceso de producción, con la característica de que no se pagan en efectivo y pasan inadvertidos cuando se van a tomar decisiones. Este tipo de costos se deben evaluar detalladamente ya que pueden llegar a tener un mejor empleo, tienen un valor y generarían un costo de oportunidad.

- Costo de Oportunidad:

Se puede definir como otra opción de inversión que tiene un recurso. Teniendo en cuenta las diversas alternativas que se presentan a quien desean invertir y así se cumplirá con el nivel de satisfacción de las necesidades.

- Costo a Corto Plazo:

Se considera corto plazo, cuando se cuenta con el tiempo para que la empresa realice los cambios en los niveles de producción, teniendo en cuenta la capacidad instalada, pero no se logra realizar cambios en esta misma capacidad.

- Costos a Largo Plazo:

Es un periodo largo donde la empresa puede realizar inversiones requeridas para ajustarse al mercado y por lo tanto escoger sus niveles de producción por el método que le resulte más económico o le genere más utilidad.

También existen diferentes esquemas de costos como:

- Costo primo: o primer costo, compuesto por la suma: MATERIALES + MANO DE OBRA.
- Costo de conversión: MANO DE OBRA + COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.
- Costo de producción: MATERIALES + MANO DE OBRA + COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Tomado y modificado de la página web el 28 de diciembre de 2009:  
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/cosproducaleja.htm>



## 7.1 TECNICAS DE VALORIZACION DE LOS COSTOS DE PRODUCCION

Existen dos técnicas para la valorización de los costos de producción:

- Técnicas basadas en la utilización de los Costos Reales.
- Técnicas basadas en el uso de los costos predeterminados.
- Costos Reales.

Se destacan el cálculo de gastos y costos que tuvieron que ver en la producción de un producto determinado, limitando a un posible análisis comparativo. Este tipo de costos se aplican únicamente cuando es aun más difícil determinar un costo estándar o estimado,

- Costos Predeterminados:

Son todos aquellos que se determinan antes de que inicie el proceso de elaboración de un producto o en la prestación de un servicio, teniendo en cuenta las bases utilizadas en el cálculo se pueden considerar o dividir en Costos estimados y Costo Estándar.

- Costo Estimado:

Sugiere lo que podría llegar a constar un artículo con un grado de aproximación relativo, por lo tanto este se debe comparar con el real y ajustar al último.

Su principal objetivo es el de llegar a una aproximación en cuanto al costo de producción, para llegar a ser referencia en el proceso de producción. Las comparaciones se pueden efectuar de la siguiente manera:

- ✓ Por totales, es decir costo real vs costo estimado, en un determinado tiempo.
- ✓ Comparando el costo real de cada partida, de un periodo determinado con los costos estimados.

Por medio de la comparación de costos reales de departamentos, fabricas, establecimientos, de un periodo determinado. Estos comparativos se pueden hacer individualmente o combinándolos

- Costo Estándar.

Para llegar a determinarlos se requiriere de una normatividad muy clara en cuanto a aspectos metodológicos y organizativos, y de su exactitud y confiabilidad dependen varios aspectos.

El costo estándar, establece parámetros para verificar si las desviaciones con respecto al costo planificado son correctas, principalmente en problemas de tecnología, organización y desperdicio de diferentes recursos.

### **Punto de equilibrio**

*“Se define como el volumen de ventas necesarias para no perder ni ganar es decir quedar en equilibrio con unidad cero. Para el análisis del punto de equilibrio normalmente se trabaja con utilidad operativa, o sea la utilidad antes de intereses, impuestos y cualesquiera otros gastos e ingresos que no pertenecen a la operación básica del negocio.”<sup>3</sup>*

El objetivo principal que persigue el punto de equilibrio es el de realizar la asignación de precios, hacerle un seguimiento constante a los costos, estar al tanto de los avances tecnológicos que afectan el proceso productivo y llegar a estudiar nuevas inversiones productivas.

La importancia del análisis del punto de equilibrio,

1. Le suministra a la gerencia datos sobre los costos y ganancias requeridos para planificar las utilidades y la formulación de políticas,
2. Sirve para respaldar la toma de dediciones.

---

<sup>3</sup> Díaz, H. 2006. Contabilidad General (2da Ed.). México; Pearson, Prentice Hall Página 382.

3. Facilita la presentación de informes y la comprensión de muchos aspectos económicos del negocio.
4. Es un instrumento para el análisis, planeación y control empresarial.
5. Se aplica a corto plazo, es decir a operaciones con tiempo menor de un año.
6. Esta herramienta facilita el análisis y la decisión sobre los proyectos de inversión.

Formula para el cálculo del punto de equilibrio en porcentaje:

P.E. %=	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}}$	X 100
---------	---	-------

El resultado de esta formula en porcentaje indica que el valor obtenido se emplea para cubrir los costos fijos y variables, la diferencia es la utilidad neta que debe obtener la empresa.

Formula para el cálculo del punto de equilibrio en unidades:

P.E. U=	$\frac{\text{Costos Fijos X Unidades Producidas}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}}$
---------	---

Al analizar la formula del punto de equilibrio con respecto a las unidades, se obtiene las cantidades de las cuales ni obtiene ganancias, ni perdidas. Es decir se igualan los costos, gastos y los ingresos.

### **Margen de Contribución**

*“Es el exceso de ingresos respecto a los costos variables; es la parte que contribuye a cubrir los costos fijos y proporciona una utilidad.”<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> Eslava, J 2003. Análisis Económico - Financiero de las Decisiones de Gestión Empresarial. España, ESIC Editorial. Página 296

## **Importancia**

Mide el efecto que sobre la utilidad operacional, implica un incremento o una disminución en el volumen de ventas.

Este se puede calcular en pesos o en unidades vendidas:

## **Margen de Contribución en Pesos**

$$\text{MCP} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}}{\text{Ventas} * 100}$$

## **Margen de Contribución por Unidades**

$$\text{MCU} = \frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}{\text{Ventas} * 100}$$

## 8. DEFINICION DEL PRODUCTO

Con este proyecto buscamos que viabilidad tiene de comercializar las camisas de smoking en ciudades tales como Manizales, Pereira, Medellín y Bogotá. De esta manera determinaremos el estudio de mercado cuyo resultado sea la mejor alternativa para la toma de decisiones en cuanto la utilidad que este nos genere.

Las camisas smoking son prendas de vestir de alta costura, ya que en su proceso se emplean insumos que cumplen con los estándares de calidad necesarios para obtener nuestro producto resaltando los más importantes: en el proceso de corte las medidas tienen que ser consecuentes con las establecidas, los colores de los hilos empleados debe ir acorde con los tonos de las telas, la unión de partes se realiza por medio de costuras y filetes logrando la perfección de la prenda con esto queremos decir que no los pespuntos no estén torcidos y por último la presentación de la camisa se logra con el empaque donde se busca captar la perfección de nuestros clientes.

En la industria de la confección existe varios tipos de camisas como lo son: camisas para corbata, sport y de smoking entre otras; cuya diferencia se establece por las formas de los cuellos, el material e incluso la presentación.

Los materiales e insumos para realizar la camisa de smoking son:

<b>Material</b>	<b>Porcentaje</b>
Dacrón Algodón	65%
Entretela	10%
Botones	5%
Hilo e Hilaza	15%
Talla y Marquilla	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Las partes de la camisa son las siguientes<sup>5</sup>:

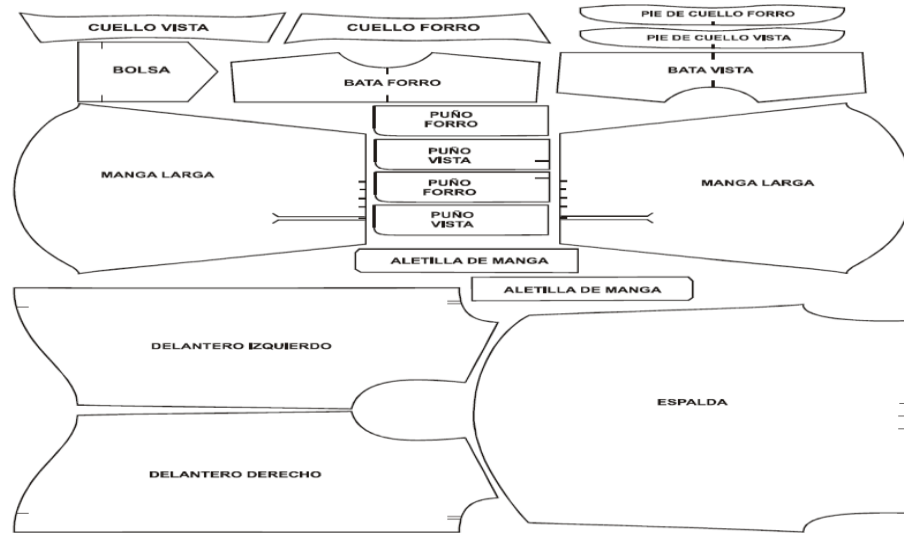


Figura N° 1 Partes de una Camisas de SMOKING



Figura N° 2 Camisa de Smoking

---

5 Tomado y rescatado el día 17 de Enero de 2010 de la página  
web:[http://www.conevyt.org.mx/edu\\_chamba/pdfs/ropa\\_hombre/camisa\\_vest.pdf](http://www.conevyt.org.mx/edu_chamba/pdfs/ropa_hombre/camisa_vest.pdf)

## 9. IMPACTO

### 9.1. Definición.

Para la investigadora **Rosina Valverde** (1998) "un impacto es un cambio social permanente en la condición de las personas con quienes trabajamos o en la del medio ambiente en el que actuamos (suelos, agua, bosques, animales, flores, plantas, ríos etc.). Es un cambio en las condiciones de acceso y de control en las personas o grupos de personas, y en las condiciones del medio ambiente, que aumenta o disminuye sus posibilidades de subsistir y de reproducirse...".

Luego, el uso del término se amplió con otras acepciones y usos, un ejemplo de los cuales es el siguiente concepto de impacto en el terreno empresarial y de los negocios, donde se plantea que: "*El impacto organizacional puede definirse como el cambio generado en la organización como consecuencia de una innovación...*".<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Valverde, Rosina, et. al., Estudio del Impacto de los Servicios de Crédito MIDE, Perú, 1998.

## 9.2. Ciclo de Vida del Proceso

Momentos de realización de la evaluación	
<b>EX ANTE</b>	<p>Debido a la ausencia de la oferta de las camisas de smoking, en ciudades como Bogotá, Medellín, Manizales y Pereira, se desea producir y comercializarlas para absorber este mercado y visualizar éste con respecto al impacto socioeconómico, laboral, ambiental y en función del género.</p> <p>Pues alguna de sus necesidades prioritarias son, la de generar un estabilidad económica, analizando que tanto contribuye la elaboración de camisas de smoking al ingreso de la nación.</p> <p>Además si esta labor tiene consecuencias benéficas o perjudiciales para el medio ambiente, pues es un factor indispensable.</p> <p>Quienes intervienen en esta labor son, administradores o dueños de casas de alquiler de trajes de ceremonia o casas de banquetes y los operarios, quienes tienen una función definida de compra o elaboración, pero sin ellos no tendría objeto este estudio.</p>
<b>INTRA</b>	<p>Mediante unas visitas programadas a diferentes empresas, se proyecta verificar los diversos impactos que se tienen en el proceso de la confección.</p> <p>Además mediante consulta en bases de datos se cruzara esta información para tener comparativos.</p> <p>Algunos inconvenientes que se presentan es el ingreso a diferentes empresas, pues son muy reservadas en su información.</p>
<b>POST</b>	<p>Al realizar visitas y comparativos se evidencia los impactos que traería la implementación de una pyme definiendo el sistema de costeo acorde a las necesidades de cada una de ellas.</p> <p>Si el costeo se ajusta a los parámetros establecidos, se obtendrían niveles de utilidad más altos pues se optimizarías tiempos y procesos.</p>



<b>EX POST</b>	Es conveniente realizar visitas al cabo de 1 año a las empresas donde inicialmente se tomaron muestras, para verificar que sea constante el ascenso de utilidades y de no ser así, verificar las razones por las cuales esto sucede. <sup>7</sup>
----------------	---

---

<sup>7</sup> ABDALA, Ernesto. Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes. Montevideo. 2004. Página 28

### 9.3. Evaluación del Impacto

PROCESO TECNICO		
PASO	DESCRIPCION	PRODUCTO
<b>Pimer Paso</b> <b>Identificar el varlor de las variables al inicio del programa</b>	1. Variables objeto del programa, en la presentacion de una opcion de negocio de elaboracion y comercializacion de camisas de smoking. * Investigacion de mercado, para tener confianza. * Analizar clientes potenciales. * Presentar el analisis de costeo a varias empresas.	A travez de este proceso se transforman telas , hilos e insumos en el una camisa de smoking. De igual manera con los datos proporcionados se entrega un analisis de costos.
<b>Dimensionar los otros actores del programa de formación</b>	* Otras empresas a las cuales se les va a efectuar el analisis de impactos y de costos. * Quienes hacen parte de las encuestas.	De acuerdo a estos analisis, permite generar comparativos entre una y otra empresa. Para implementar los aspectos malos y mejorar los buenos. De acuerdo a las encuestas se tienen parametros o posibles guias para el producto que se desea posicionar.
<b>Dimensionar el contexto del programa</b>	* Falta de trabajo en Colombia. * Nivel de educacion deficiente. * Madres cabezas de familia. * Trabajos informales. * Las pymes no brindan seguridad social	Desde los ultimos años, se presenta un nivel de desempleo considerable, convirtiendose en una causa primordial para que existan trabajos informales en los estratos 1, 2 y 3. Donde los primeros estratos no tienen la posibilidad de terminar sus estudios de primaria y bachillerato, todo conlleva a que se aprendan trabajos manuales.

<p><b>Segundo Paso</b>  <b>Identificar el valor de las variables</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Clientes potenciales.</li> <li>* Empresas a las cuales se les desea efectuar el analisis de impactos y costos.</li> <li>* Personas encuestadas.</li> </ul>	
<p><b>Al finalizar el programa y un años despues de finalizado</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Verificar las ventas sean constantes y tienen disminucion o aumento buscar el porque.</li> <li>* Inspeccionar si la implementacion de los costos se esta realizando y si ha dado resultado</li> </ul>	
<p><b>Tercer paso</b>  <b>Comparar las variables iniciales con las variables finales</b></p>	<p>Diseño cuantitativo, atravez de este proceso se verifica si los impactos que se tenian previstos han tenido benficios o perjuicios a la poblacion designada. Cualitativamente a travez de los estados de costos se confirma si las operaciones generan beneficio o perdida a la pyme.</p>	<p>Por medio de las estadisiticas se confirmarian hipotesis y por medio de los estados de costos se confirma los datos</p>
<p><b>Cuarto Paso</b>  <b>Intepretar (Presentar y discutir) los datos obtenidos</b></p>	<p>El informe debe ser claro y transparente. Los resultados deben ser veraces y apoyarse en bases sólidas.</p>	<p>Claridad de donde se puede comercializar el producto su viabilidad y por su puesto si sus costos benefician a los dueños de pymes.</p>

8

<sup>8</sup> ABDALA, Ernesto. Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para

## **9.4. Clases de Impacto**

### **9.4.1 Impacto Ambiental**

*Se refiere a la alteración de las actividades humanas introducen en el medio, mientras el calificativo ambiental alude a la interpretación de tales alteraciones en términos de salud y bienestar humano.<sup>9</sup>*

Siendo el mundo textil colombiano, un factor muy importante para la economía, pues aquí se cultiva el algodón y procesa para convertirlo en telas, hilos e hilazas por medio de diversos procesos que influyen de manera negativa en el medio ambiente ya que los insumos que se requieren para esta labor son contaminantes, siendo el agua el recurso más afectado. Hoy en día es muy común darnos cuenta que la campaña que el estado realiza contra este tipo de aspectos es grande, por tal motivo la empresas que producen hilos o telas, toman medidas para este inconveniente, teniendo en cuenta que la maquinaria de última tecnología cuenta con ayudas para disminuir los riesgos que este implica.

### **9.4.2. Impacto de Género.**

Siendo la camisa de smoking una prenda de vestir no muy común, generalmente la emplean los hombres en diversas ceremonias o reuniones que requieran de esta prenda. Pero su uso no se limita a los invitados, sino que también hace parte del uniforme de los banqueteros y meseros que atienden las reuniones.

---

<sup>9</sup> GÓMEZ OREA, Domingo. Evaluación del Impacto Ambiental. Segunda Edición. Madrid. 2002. Ediciones Mundi – Prensa. Página 147

RELACION DE ACTIVIDADES, IMPACTOS Y BUENAS PRACTICAS PARA EL MEDIO AMBIENTE					
ASPECTO	ETAPA	ACTIVIDAD	IMPACTO	DESCRIPCION DE IMPACTO	BUENA PRACTICA
Consumo de agua	Hilanderia y Tejeduria	Teñido de hilado	Altos consumos de agua. Costos elevados de produccion. Disminuye la disponibilidad de agua.	Este impacto es muy elevado con el gasto de agua, pues este recurso es vital.	Se prevee que cuando se necesite de agua, este realice optimizando la carga total, para no desperdiciar. En caso de teñir, se unifican las etapas.
			Contaminacion del agua. Daños a las redes de alcantarillado	Los vertimientos del proceso textil, causan daño al sistema de alcantirrado pues ya que sus componentes corroe las tuberias.	Capacitacion constante al personal, contemplando la posibilidad de cambiar los insumos para no generar mas contaminantes al medio ambiente.

RELACION DE ACTIVIDADES, IMPACTOS EN FUNCION DE GENERO				
ASPECTO	ETAPA	ACTIVIDAD	IMPACTO	DESCRIPCION DEL IMPACTO
Ampliar la gama de clientes	Produccion y comercializacion	Vender camisas de smoking a diferentes clientes, involucrando a las mujeres en este aspecto.	Crecimiento del mercado,	Positivo, pues se genera mayor ingreso a la pyme y adquiere clientes potenciales (Mujeres banqueteras).

### 9.4.3. Impacto de Laboral.

RELACION DE ACTIVIDADES E IMPACTO LABORAL			
ASPECTO	ETAPA	ACTIVIDAD	IMPACTO
Empleo Directo	Contratacion de los Empleos	Produccion de camisas d smoking	Para este caso el impacto es positivo, porque genera empleo
Genero Femenino		Proceso de selección, capacitacion y experiencia en el area	El impacto que produce es positivo ya que se esta contando con mano de obra calificada para que responda de manera eficiente y eficaz.
Enfermedades Laborales	En la Produccion	En los diversos procesos de la produccion (corte, filiteado, union, de piezas etc).	En este aspecto es negativo porque los empleados adquieren varias enfermedades como: disminucion visual, lumbagos.

### 9.4.4. Impacto Económico.

RELACION DE ACTIVIDADES E IMPACTO ECONOMICO			
ASPECTO	ETAPA	ACTIVIDAD	IMPACTO
Tasa Cambiaria	Exportacion del Producto	La tasa de cambio apreciada a la peso frente al dolar americano.	Incrementa el volumen de ventas.

## 9.5. Análisis Cuantitativo

1. Se realizó un pequeño sondeo entre 10 pymes con fin de identificar las siguientes variables, para logra entender la dinámica de la demanda en el sector textil.

- Empleo
- Producción
- Nivel de satisfacción por el pago.
- Ambiente laboral

2. Pymes seleccionadas:

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camisas a su medida</li> <li>• Carrillos Smoking</li> <li>• Almacenes la Costura</li> <li>• Bazar de Modas la Azucena</li> <li>• Centro de la Costura</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manufacturas Fernández S.A.</li> <li>• Textiles Wilianan</li> <li>• Dataconfes S.A</li> <li>• Creaciones Chuzarúa S:A</li> <li>• Confecciones Valeri Ltda.</li> </ul> |
|---|--|

3. Cuadro por Áreas y sus Variables

Áreas	Variables
Área de Mercadeo	Plan de Ventas Ingresos por Plan de Ventas Publicidad
Área de Finanzas	Controles en los Costos Compra de Materia prima Ingresos diarios por la Venta del producto
Área de Producción	Tiempo de producción Sistema de costeo Capacidad Instalada
Área de Personal	Comunicación con el Personal Tipo de Contratación Remuneración
Área Administrativa	Administración de los Recursos Coordinación de Procesos Conocimiento del Área

## 10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Por medio de esta encuesta se pretende determinar la cantidad de camisas que las personas compran de acuerdo a sus características, sitios preferidos, precio y el uso que se le da; es decir si lo compran como prenda de vestir habitual u ocasional.

El proyecto está encaminado a determinar un sistema de costeo que beneficie a las PYME en elaboración y comercialización de **camisas de smoking**, pero se contempla la posibilidad de incluir en nuestro portafolio otro tipo de camisas.

Adicionalmente de acuerdo a la capacidad económica se puede establecer, prendas de diversos precios para lograr acceder a todos los estratos socioeconómicos.

Según análisis realizados previos a la implementación de las encuestas se determinamos que nuestro nivel de confianza es el 90% con un margen de error del 10%, lo que quiere decir que las expectativas de la aceptación del producto son optimas para el desempeño de este.

Media: 0.1  
Desviación Estándar 0.09

$$\text{Formula} = \frac{X - M}{o}$$

$$z = 0.0075$$

$$\text{Formula} = \frac{0.0075 - 0.1}{0.09}$$

$$= 0.89796$$



<b>Datos</b>	
Nivel de Confianza	90 %
Margen de Error	10 %
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Figura N° 3 Nivel de Confianza

Se determina este nivel de confianza ya que la muestra que se aplico para este caso fue de 10 Pymes a las que se les consulto con respecto a su plan de ventas, ingresos, sistema de costeo entre otras cuya respuesta la vemos reflejada.

Si la aplicación si hubiese llevado a cabo con más empresas seria más amplio el nivel de confianza.

Existen varios clientes potenciales como lo son las casas de alquiler de smoking, algunos de nuestros clientes serian:

### **Bogotá D.C.**

- Novias de Ensueño  
Calle 33 N° 65 – 47
- Banquetes Bogavante  
Calle 131C N° 104 – 61
- Casa Fashion  
Avenida 33 N° 65B – 35
- Mozzarella  
Av. Calle 116 N° 70C – 04
- Abajav Eventos  
Avenida Boyacá Carrera 72 N° 7F – 07
- Exquisiteces Gastronómicas Eventos y Recepciones  
Av. Calle 68 N° 75 – 37
- Casas de Modas Mary Andrea  
Transversal 80ª N° 65J – 15 sur
- Banquete Ossa su Elegancia  
Calle 3 N° 25ª – 50
- Siar Smoking  
Av. Calle 68 N° 77ª – 83

### **Armenia**

- Banquetes M&M  
Calle 23 N° 12 – 33
- Banquetes y fiestas Merly's  
Carrera 22 N° 14 – 34
- S & B Margareth Salones y Banquetes  
Calle 21 N° 17 – 03

### **Medellín**

- El Palacios de las Novias  
Carrera 45 N° 50 – 08
- Apzara'd - Alquiler Vestido de Fiestas  
Calle 35 A Sur N° 45B – 79
- Mí Gran Sueño  
Calle 33 N° 65 C – 32

### **Pereira**

- Banquetes Cinco Estrellas  
Av. Simón Bolívar Carrera 16 N° 26 – 40
- Eventos Sociales San Patrick  
Carrera 6 N° 16 – 21
- Banquetes y Recepciones Abaco  
Calle 20 N° 2 - 36

## 11. ENCUESTAS

Marque la respuesta más indicada según sus conocimientos.

1. Con qué frecuencia usted compra camisas para eventos especiales?
  - a) Entre uno y tres meses.
  - b) Entre seis y diez meses.
  - c) Algunas veces.
  
2. Le gustaría encontrar una variedad de camisas más amplia?
  - a) Si.
  - b) No. ¿Por qué?
  
- 3.Cuál es su color preferido en camisas?
  - a) Blanca.
  - b) Rosada.
  - c) Negra
  - d) Gris
  - e) Azul
  - f) Otro ¿Cuál?
  
4. Tiene usted algún lugar en especial para comprar camisas?
  - a) Si
  - b) No. ¿Por qué?
  
5. De acuerdo a la pregunta anterior, su compra sería por:
  - a) Precio.
  - b) Calidad.
  - c) Gusto.

6. Tiene usted alguna marca en particular en el momento de comprar una camisa?
- a) Arturo Calle
  - b) Gino Passcalli
  - c) Camisería Inglesa
  - d) Carlos Nieto
  - e) Otro cuál?
7. Al momento de comprar sus camisas con que material se siente más cómodo?
- a) Dacron algodón.
  - b) Seda.
  - c) Oxford
  - d) Otro cuál?
8. ¿De acuerdo nuestro portafolio, usted cree que nuestros productos tendrían aceptación en el mercado?
- a) Si.
  - b) No. ¿Por qué?
9. ¿Cual es su presupuesto al momento de comprar una camisa?
- a) \$30.000
  - b) \$50.000
  - c) \$70.000
  - d) \$100.000
10. De las siguientes prendas ¿Cuál escogería usted?
- a) Camisa
  - b) Camiseta
  - c) Esqueleto
  - d) Otro ¿cuál

## 11.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Las preguntas estaban encaminadas a tecnificar el consumo de las prendas de vestir en especial las camisas de smoking:

- De acuerdo a la encuesta aplicada a las casas de alquiler de smoking y casas de banquetes se aprecia que la compra se realiza entre 3 a 4 meses para este tipo de clientes, es decir obtendríamos el 50% de las posibles ventas. Con este resultado se aprecia que se debe innovar con otra línea de producto, como lo es las camisas para corbata.
- Es muy claro que para los clientes es muy importante encontrar gran variedad de productos para realizar su elección teniendo que todos los aspectos que se buscan en la compra de algún producto (Precio, calidad, marca, material, color)
- Siendo la camisa una prenda de vestir tradicional el color mas acogido por los clientes es el blanco ya que se puede combinar con todo tipo de trajes.
- Muchos de los clientes ya tienen establecido el sector y los lugares para realizar sus compras, donde nos damos cuenta que el 58% de las personas encuestadas tienen este comportamiento.
- Es muy importante establecer que muchos clientes determinan su compra por precio, calidad o por gusto pero hay otras personas que su compra la determina el sitio.

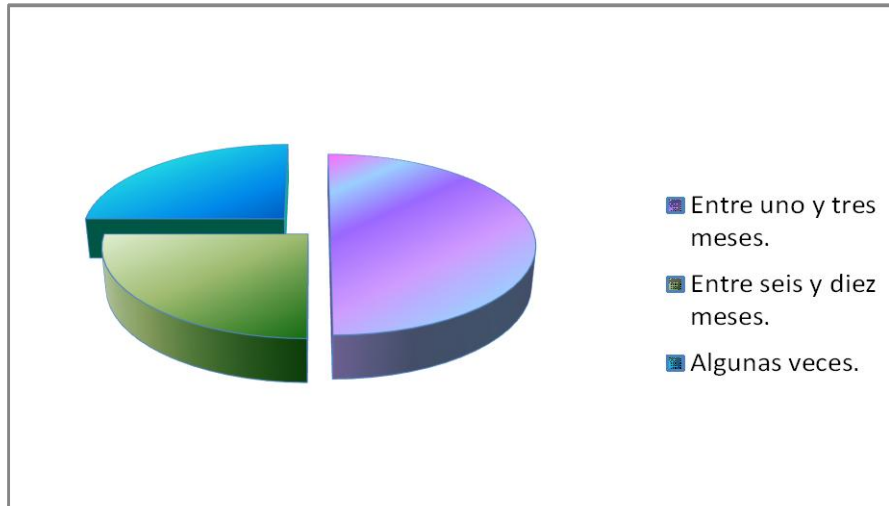
En Colombia la marca líder en confección para ropa para caballero es ARTURO CALLE quien brinda a sus clientes calidad y precio en sus productos, como es de notar en la encuesta con el 45% de preferencia.

- De acuerdo a la pregunta planteada en el numeral 7, las personas prefieren camisas elaboradas en Dacrón algodón con un 35%, ya que este material es fresco, duradero y fácil de lavar.
- En relación a las preguntas 9 y 10, el presupuesto que generalmente se destina para la compra de estas prendas oscila entre \$45.000 y \$ 50.000 con un 45% de la encuesta, además que de plantear ciertos productos la prenda de mayor aceptación en Bogotá es la camisa con un 47% por ser elegante y sencilla.

## Carrillos Smoking Estadísticas del Estudio de Mercado

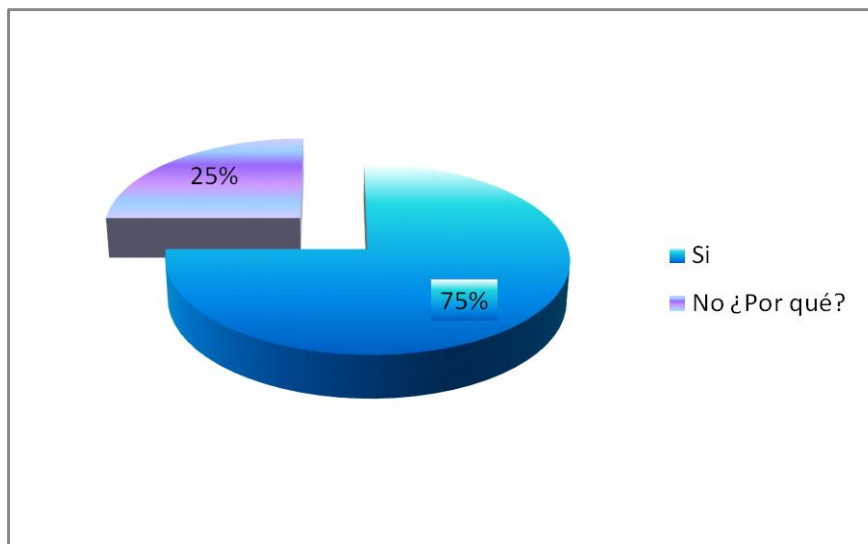
### 1. Con qué frecuencia usted compra camisas para eventos especiales?

- |                             |    |
|-----------------------------|----|
| a) Entre uno y tres meses.  | 50 |
| b) Entre seis y diez meses. | 25 |
| c) Algunas veces.           | 25 |



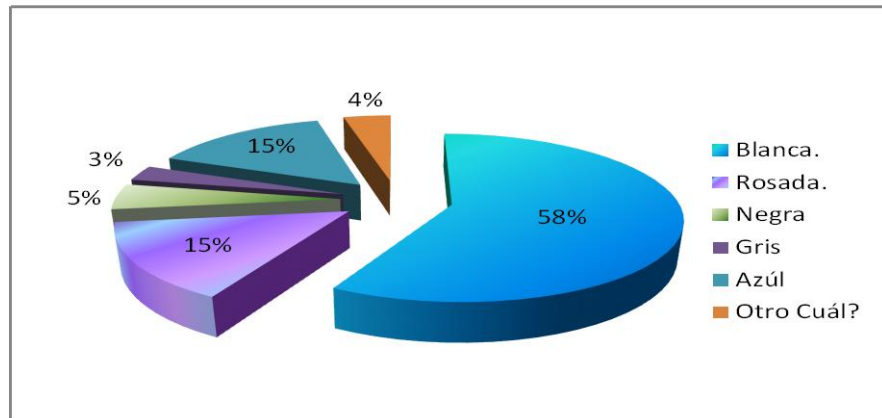
### 2. Le gustaría encontrar una variedad de camisas más amplia?

- |                 |    |
|-----------------|----|
| a) Si           | 75 |
| b) No ¿Por qué? | 25 |



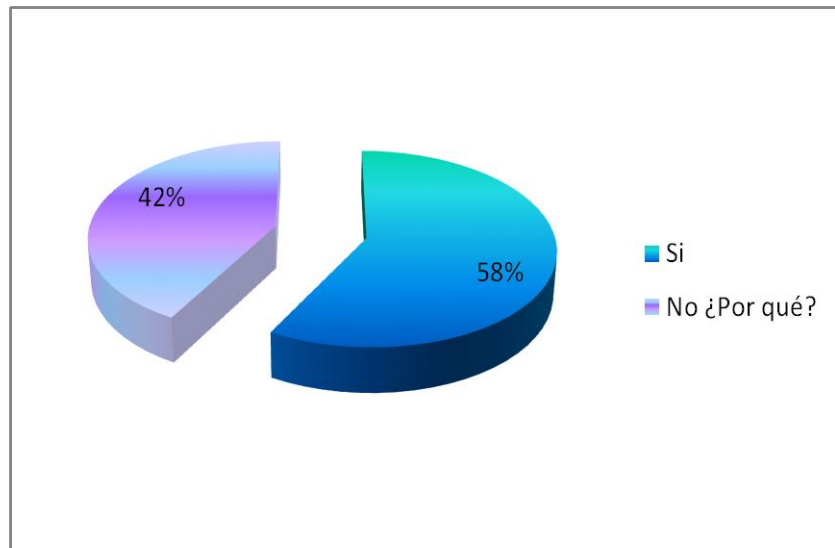
**3. Cuál es su color preferido en camisas?**

a) Blanca.	58
b) Rosada.	15
c) Negra	5
d) Gris	3
e) Azúl	15
f) Otro Cuál?	4



**4. Tiene usted algún lugar en especial para comprar camisas?**

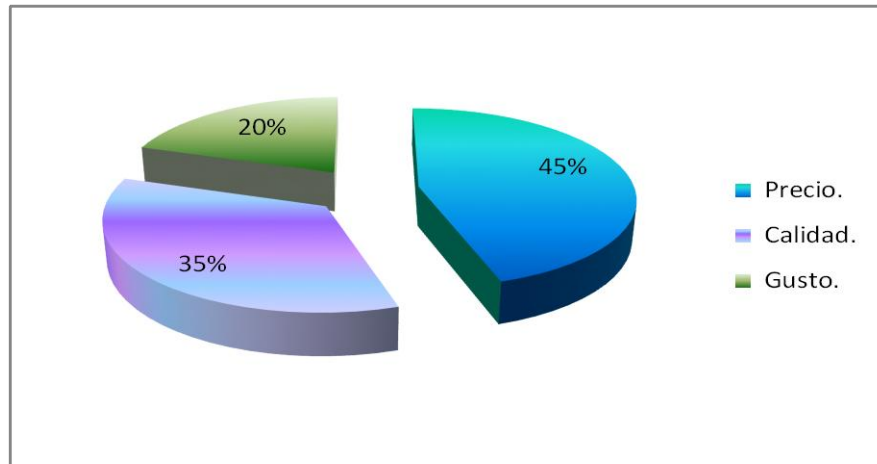
a) Si	58
b) No ¿Por qué?	42





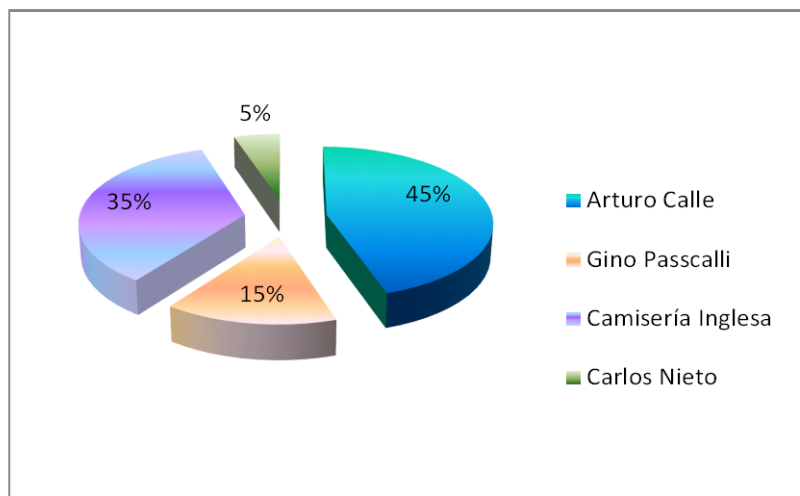
**5. De acuerdo a la pregunta anterior, su compra sería por:**

<b>a) Precio.</b>	<b>45</b>
<b>b) Calidad.</b>	<b>35</b>
<b>c) Gusto.</b>	<b>20</b>



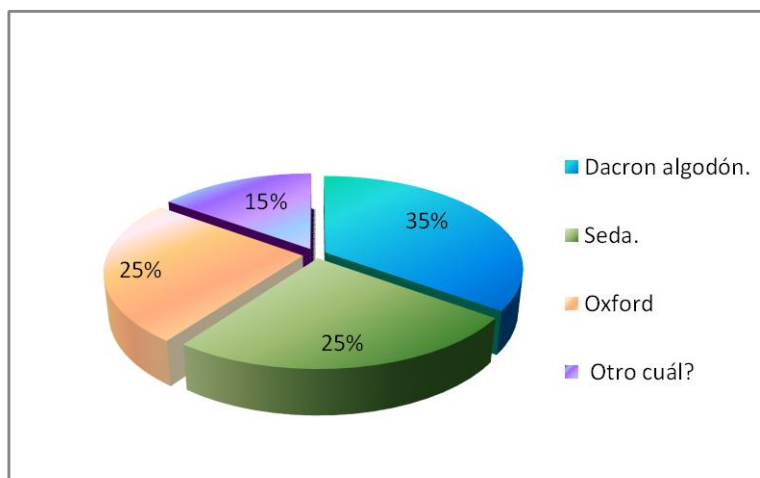
**6. Tiene usted alguna marca en particular al momento de comprar una camisas**

<b>a) Arturo Calle</b>	<b>45</b>
<b>b) Gino Passcalli</b>	<b>15</b>
<b>c) Camisería Inglesa</b>	<b>35</b>
<b>d) Carlos Nieto</b>	<b>5</b>



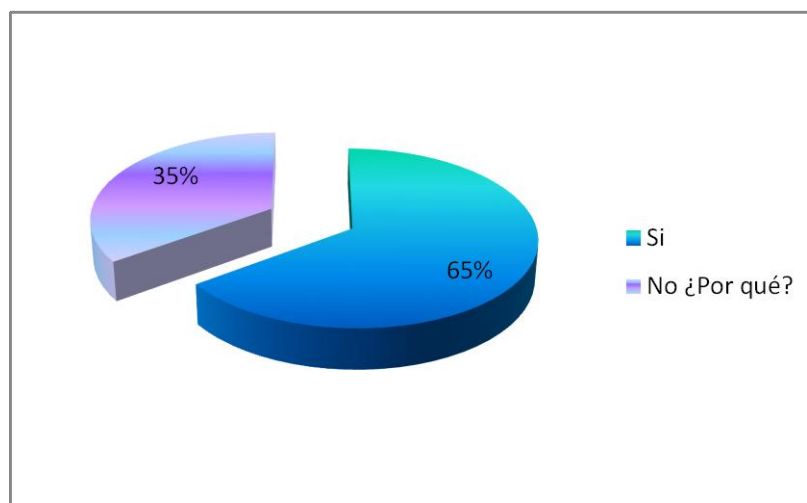
**7. Al momento de comprar sus camisas con que material se siente más cómodo**

a) Dacron algodón.	35
b) Seda.	25
c) Oxford	25
d) Otro cuál?	15



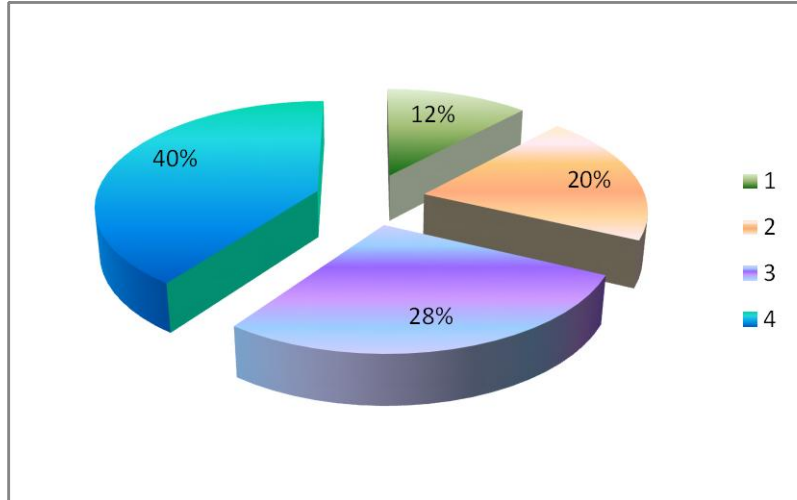
**8. ¿De acuerdo a nuestro portafolio, usted cree que nuestros productos tendrían aceptación en el mercado?**

a) Si	65
b) No ¿Por qué?	35



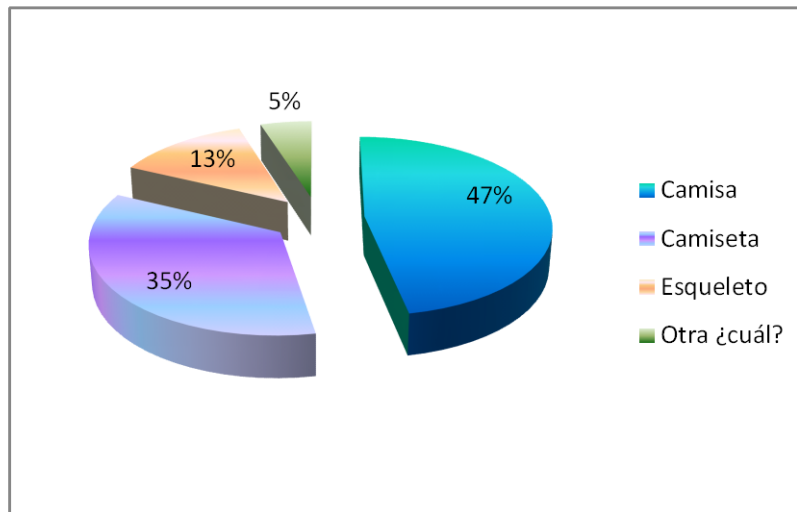
**9. ¿Cuál es su presupuesto al momento de comprar una camisa?**

a) \$ 30.000	30
b) \$ 50.000	45
c) \$ 70.000	15
d) \$ 100.000	10



**10. De las siguientes prendas ¿ cuál escogería usted?**

a) Camisa	47
b) Camiseta	35
c) Esqueleto	13
d) Otra ¿cuál?	5



## 12. ANÁLISIS D.O.F.A

### Debilidades

- ❖ Cocimiento de la ubicación geográfica.
- ❖ Presupuesto limitado.
- ❖ Poca experiencia.

### Oportunidades

- ❖ Se puede extender a otras.
- ❖ Puede sorprender a la competencia.
- ❖ Innovación con diseños.

### Fortalezas

- ❖ Mejoras continuas en los productos.
- ❖ Se ofrece un producto de calidad (telas).

### Amenazas

- ❖ Acreditación del Negocio.
- ❖ Los efectos socioeconómicos pueden favorecer a los competidores.

### 13. ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL MERCADO DE LA CONFECCIÓN CON FUENTES SECUNDARIAS<sup>10</sup>.

ANDI, ACOPLASTICOS  
ANDIGRAF, ACICAM, CAMACOL, ICPC  
CAMARA COLOMBIANA DEL LIBRO

ENCUESTA DE OPINION INDUSTRIAL CONJUNTA  
CRECIMIENTO REAL  
ENERO-DICIEMBRE DE 2008  
ENERO-DICIEMBRE DE 2007

SECTOR	PRODUCCION (*)	VENTAS (*)	
		TOTALES	MERCADO NACIONAL
ALIMENTOS	2,3	1,6	1,0
BEBIDAS	-2,1	-1,5	-1,4
HILATURA, TEJEDURA Y ACABADOS	-14,3	-18,9	-13,9
PRENDAS DE VESTIR; CONFECCIONES	-5,0	-8,1	-3,1
CURTIDO Y PREPARADO DE CUEROS	-1,7	-6,1	-14,6
CALZADO	-2,5	0,0	2,7
PAPEL Y CARTON	3,0	2,3	1,6
ACTIVIDADES DE IMPRESION	-6,9	-3,9	-4,5
DERIVADOS DEL PETROLEO FUERA REFINERIA	-4,9	-4,6	16,8
SUSTANCIAS QUIMICAS BASICAS; FIBRAS	-4,1	-7,3	-6,8
OTROS PRODUCTOS QUIMICOS	3,0	1,9	1,0
PRODUCTOS DE CAUCHO	-8,9	-8,0	-9,3
VIDRIO Y SUS PRODUCTOS	-2,1	-4,7	-21,8
PRODUCTOS MINERALES NO METALICOS	-4,4	-3,0	0,5
HIERRO Y ACERO, FUNDICION METALES	-10,6	-14,0	-3,3
PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL	5,9	1,5	1,1
APARATOS DE USO DOMESTICO NCP	-4,0	1,8	-1,3
VEHICULOS AUTOMOTORES Y SUS MOTORES	-34,6	-35,2	-7,5
AUTOPARTES PARA VEHICULOS AUTOMOTORES	-19,6	-21,0	-23,5
OTROS TIPOS DE EQUIPOS TRANSPORTE	-10,7	-9,5	-0,5
TOTAL	-3,1	-3,0	-1,0

Figura N° 4 Valores Ponderados por el Valor de Producción de Cada Empresa

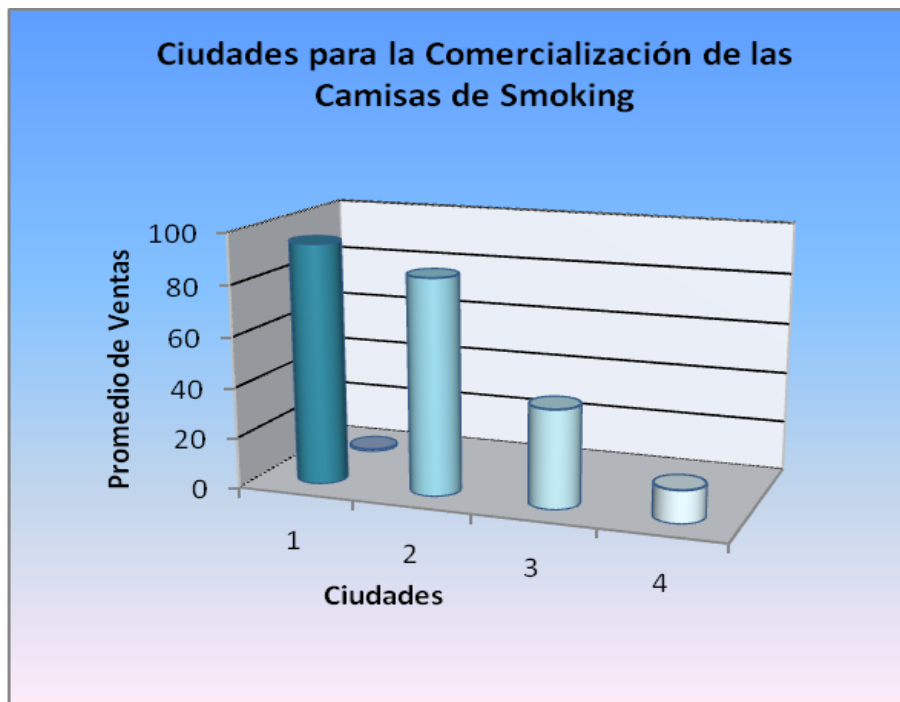
Según la tabla anterior podemos notar que en la industria de la confección, se ve una disminución durante estos dos últimos años, en cuanto a producción y ventas, teniendo en cuenta factores tales como, materia prima directa, insumos, la tasa representativa del mercado entre otros.

Pero a pesar de esto nos damos cuenta que aún nuestro producto tiene gran aceptación en el mercado textil en ciudades diferentes a Bogotá y en temporadas donde la comercialización aumenta.

<sup>10</sup> Tomado y rescatado 4 de Septiembre de 2009 de <http://www.andi.com.co/>.

#### 14. ANALISIS DE LOS POSIBLES CLIENTES SECTORIALES

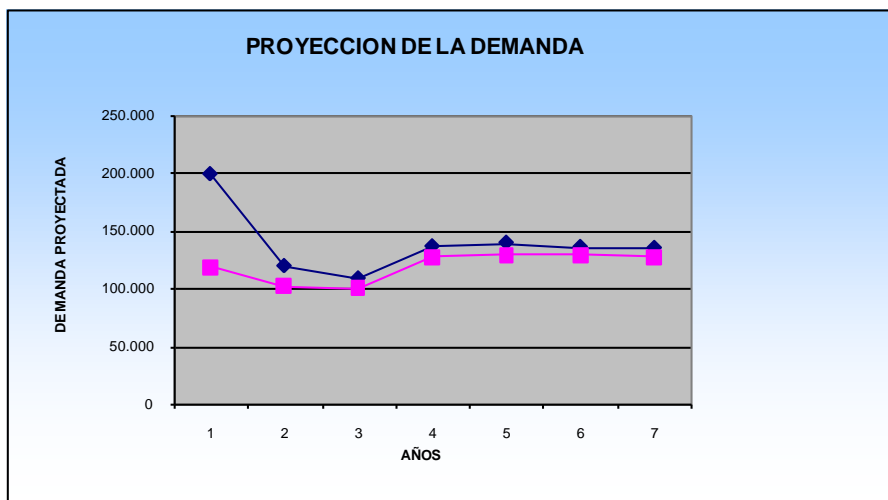
De acuerdo a la tabla de nuestros posibles clientes, el mercado potencial se encuentra en la ciudad de Medellín con un promedio de 95 de ellos, le sigue Bogotá con 85, Armenia con 39 y Pereira con 13. Esto no significa que en las ciudades con menor promedio no exista la posibilidad de que se conviertan en grandes consumidores.



## 15. ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PESIMISTA Y OPTIMISTA

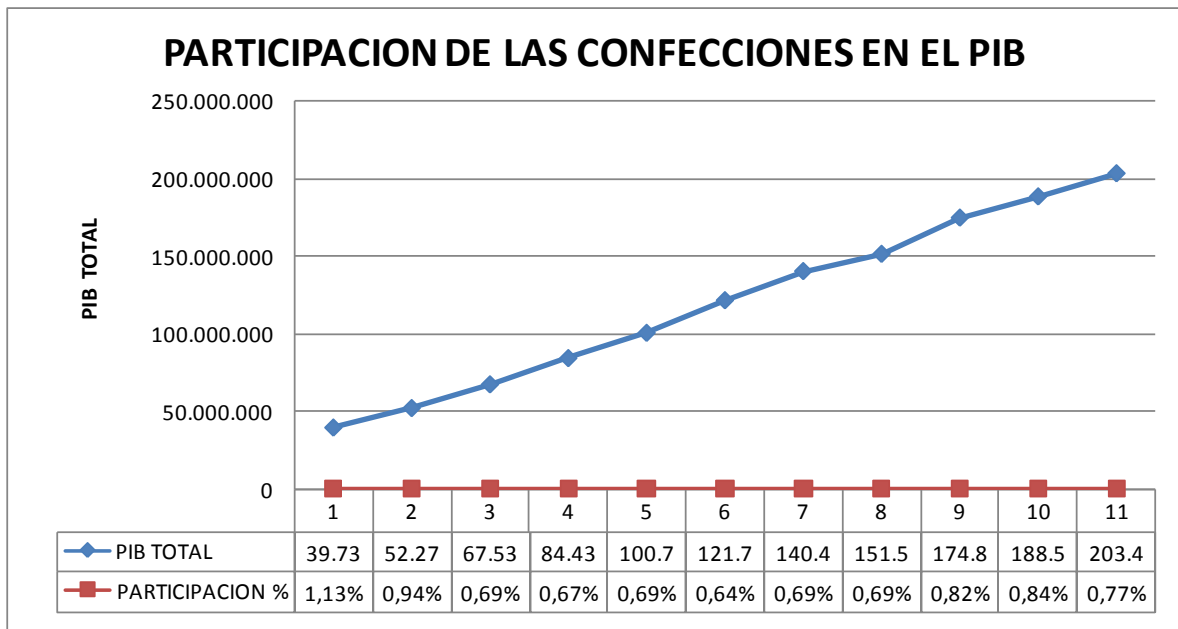
Teniendo en cuenta que a mayor inflación menor es la demanda dado que el poder adquisitivo disminuye. Esto se ve claramente en la tabla del comportamiento histórico en el sector textil y de confecciones de Colombia.

<b>AÑO</b>	<b>INFLACION OPTIMISTA</b>	<b>DEMANTA OPTIMISTA</b>	<b>INFLACION PESIMISTA</b>	<b>DEMANDA PESIMISTA</b>
2009	16,7	198.563	31,89	118.569
2010	14,15	118.964	25,96	101.984
2011	24,9	108.236	50,3	99.986
2012	12,98	136.004	22,56	127.041
2013	10,46	139.127	18,32	129.056
2014	11,78	135.487	23,14	129.658
2015	13,28	134.621	26,88	127.636



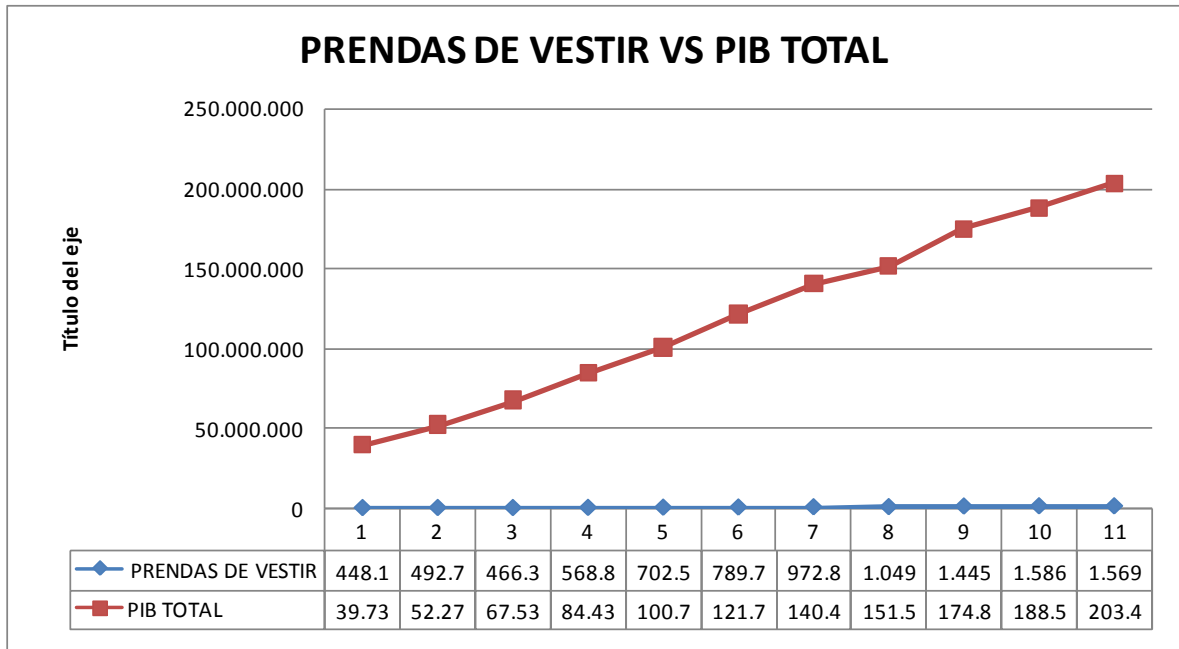
## 16.COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LA DEMANDA

AÑO	PRENDAS DE VESTIR	PIB TOTAL	PARTICIPACION %
1992	448.113	39.730.752	1,13%
1993	492.763	52.271.688	0,94%
1994	466.304	67.532.862	0,69%
1995	568.878	84.439.109	0,67%
1996	702.527	100.711.389	0,69%
1997	789.788	121.707.501	0,64%
1998	972.849	140.483.322	0,69%
1999	1.049.418	151.565.005	0,69%
2000	1.445.759	174.896.258	0,82%
2001	1.586.380	188.558.786	0,84%
2002	1.569.076	203.451.414	0,77%





En esta grafica se presenta los ingresos correspondientes por confección en cada año y lo que representa en el producto interno bruto. Este sector proporciona un nivel de trabajo constantemente, pero esto no ve reflejado en el total del PIB, pues su porcentaje es mínimo.



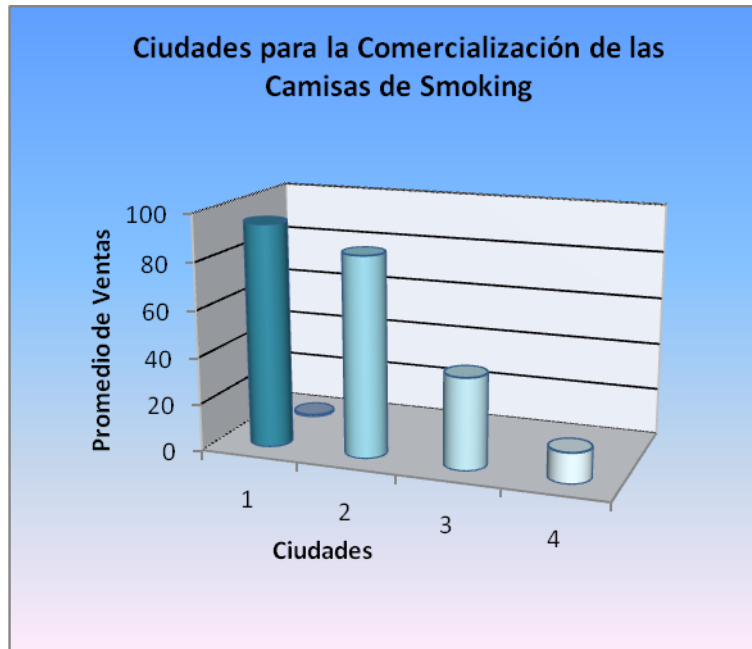
En esta grafica se enseña el valor que tiene la producción de prendas de vestir con respecto al PIB total. A partir de estos datos, muestra una expectativa de contribuir de una u otra manera en los ingresos de un país con una actividad muy característica y típica de Latinoamérica.

## 17.PRECIO DE COMPRA

CLIENTE	PRECIO
<b>Medellín</b>	
Abrazos	32.000
Almacén Alíss	25.000
Almacén Asonovias	45.000
Almacén Casa Luifer	38.000
Almacén Novia Bella	22.000
Almacén Novias y Novios Motivos de Fiesta	40.000
Almacén Ternura de Novias y Novios	26.000
Almacenes Vestifiesta	22.000
Alquiler de Trajes las Branes	28.000
Alquiler de Vestidos Luz María de Abad	31.000
Alquiler de Vestidos Marcha Nupcial	29.000
Alquitrajes	26.000
Amanecer Nupcial	39.000
Amanecer Nupcial Casa de Novias	42.000
Angela de Posada Moda y Diseño	44.000
Azahares Novias	39.000
Bellísimas Casa de Novias	36.000
Casa Angel	32.000
El Palacios de las Novias	27.000
Apzara`d - Alquiler Vestido de Fiestas	38.000
El Palacios de las Novias	36.000
Mí Gran Sueño	29.000
<b>Bogotá D.C.</b>	
Novias de Ensueño	26.000
Banquetes Bogavante	31.000
Casa Fashion	31.000
Mozzarella	33.000
Abajav <i>Eventos</i>	29.000
Exquisitises Gastronomicas Eventos y Recepciones	38.000
Casas de Modas Mary Andrea	31.000
Banquete Ossa su Elegancia	44.000
Siar Smoking	46.000
<b>Armenia</b>	
Banquetes M&M	39.000
Banquetes y fiestas Merly`s	44.000
S & B Margareth Salones y Banquetes	45.000
<b>Pereira</b>	
Banquetes Cinco Estrellas	48.000
Eventos Sociales San Patrick	45.000
Banquetes y Recepciones Abaco	44.000
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>35.135</b>

### 17.1 Ciudades donde se Comercializan las Camisas de Smoking.

Cliente	Camisas Requeridas
<b>Medellín</b>	
Abrazos	15
Almacén Aliss	5
Almacén Asonovias	5
Almacén Casa Luifer	8
Almacén Novia Bella	0
Almacén Novias y Novios Motivos de Fiesta	0
Almacén Ternura de Novias y Novios	3
Almacenes Vestifiesta	2
Alquiler de Trajes las Branes	8
Alquiler de Vestidos Luz María de Abad	12
Alquiler de Vestidos Marcha Nupcial	15
Alquitrajes	0
Amanecer Nupcial0	0
Amanecer Nupcial Casa de Novias	10
Angela de Posada Moda y Diseño	2
Azahares Novias	5
Bellísimas Casa de Novias	0
Casa Angel	0
El Palacios de las Novias	3
Apzara`d - Alquiler Vestido de Fiestas	0
El Palacios de las Novias	2
Mí Gran Sueño	0
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>95</b>
<b>Bogotá D.C.</b>	
Novias de Ensueño	12
Banquetes Bogavante	24
Casa Fashion	15
Mozzarella	5
Abajav Eventos	4
Exquisitesees Gastronomicas Eventos y Recepciones	5
Casas de Modas Mary Andrea	3
Banquete Ossa su Elegancia	8
Siar Smoking	9
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>85</b>
<b>Armenia</b>	
Banquetes M&M	24
Banquetes y fiestas Merly`s	15
S & B Margareth Salones y Banquetes	0
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>39</b>
<b>Pereira</b>	
Banquetes Cinco Estrellas	10
Eventos Sociales San Patrick	3
Banquetes y Recepciones Abaco	0
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>13</b>



### Anaálisis

- De acuerdo a las gráficas la ciudades que tienen mayor aceptación para la comercialización de las camisas de smoking son: Medellín con un promedio de 95 y Bogotá con un promedio de 85
- La ciudad de Medellín cuenta con 22 clientes, para la comercialización de las camisas y Bogotá con 9.

## 18. Estudio Técnico

### 18.1 Especificaciones del Producto

El producto a elaborar es una camisa de smoking que consta de las siguientes especificaciones:

Material	Características	Porcentaje
Dacron Algodón	Algodón 65% - Poliéster 35%	65%
Entretela	Material rígido que da firmeza a los cuellos y puños a las camisas	10%
Botones	Plástico de color transparente y negro de cuatro agujeros	5%
Hilo e Hilaza	Material poliéster de color blanco.	15%
Talla y Marquilla	Fibra en poliéster con bordado que identifica el tallaje de la prenda.	5%

Figura Nº 5 Características de la Materia Prima

## 18.2 Descripción del Proceso Productivo

PROCESO	DESCRIPCIÓN	TIEMPOS
<b>Corte</b>	Se realiza el trazo en la tela, para que previamente cortarlo	1 Minuto
<b>Prefijado</b>	Se une la tela con la entretela, para este proceso se requiere de calor	1 Minuto
<b>Fusionado</b>	Es la unión de la tela y entrela a presión y calor, para piezas tales como cuello, puño y pecheras.	2 Minutos
<b>Plizado</b>	Es el dobles y costura que se realiza en la tela para cada uno de los pliegues.	1 Minuto
<b>Pegar Plizado</b>	Es la unión del plizado a los delanteros de la camisa.	1 Minuto
<b>Marquillar</b>	Es pegar la marquilla con la almilla, la cual identifica la marca de la empresa y la talla.	1 Minuto
<b>Almillar</b>	Es la unión de la espalda con las dos almillas.	1 Minuto
<b>Enyonar</b>	Es la unión de la espalda con las almillas y las partes delanteras de la camisa.	1 Minuto
<b>Hacer Mangas</b>	Se hace la portaleñuela en cada manga de la camisa.	5 Minutos
<b>Cerrar cuello y puño</b>	Es la costura que da el cierre y la forma al cuello o puño.	2 Minutos
<b>Recortar Cuello y Puño</b>	Es el proceso de retirar el exceso de tela en el cuello y puño.	1 Minuto
<b>Planchar</b>	Es el proceso por el cual se plancha las piezas correspondientes al cuello y puño.	1 Minuto
<b>Pespuntar Cuello y Puño</b>	Es la costura que se realiza en el borde de estas piezas.	1 Minuto
<b>Filetear</b>	Es el proceso por el cual se unen las mangas al cuerpo de la camisa, por medio de una costura para dar por terminado la unión de piezas.	5 Minutos
<b>Pegar Cuello y Puño</b>	Es la unión del cuello y puño al cuerpo de la camisa.	7 Minutos
<b>Dobladillar</b>	Es el proceso mediante el cual se dobla la tela en la parte inferior de la prenda para la igual las piezas que conforman una camisa.	1 Minuto
<b>Ojalar</b>	Es el proceso por medio del cual se realiza una pequeña realiza donde se marca, corta y pule el ojal, donde entra el botón.	3 Minutos
<b>Botonar</b>	Es el proceso donde se instalan los botones de la prenda.	2 Minutos
<b>Terminado de Camisa</b>	Proceso mediante el cual se plancha, pule y se empaca la camisa.	3 Minutos

Figura N° 6 Descripción del Proceso

## 19. FLUJO GRAMA DE PROCESO

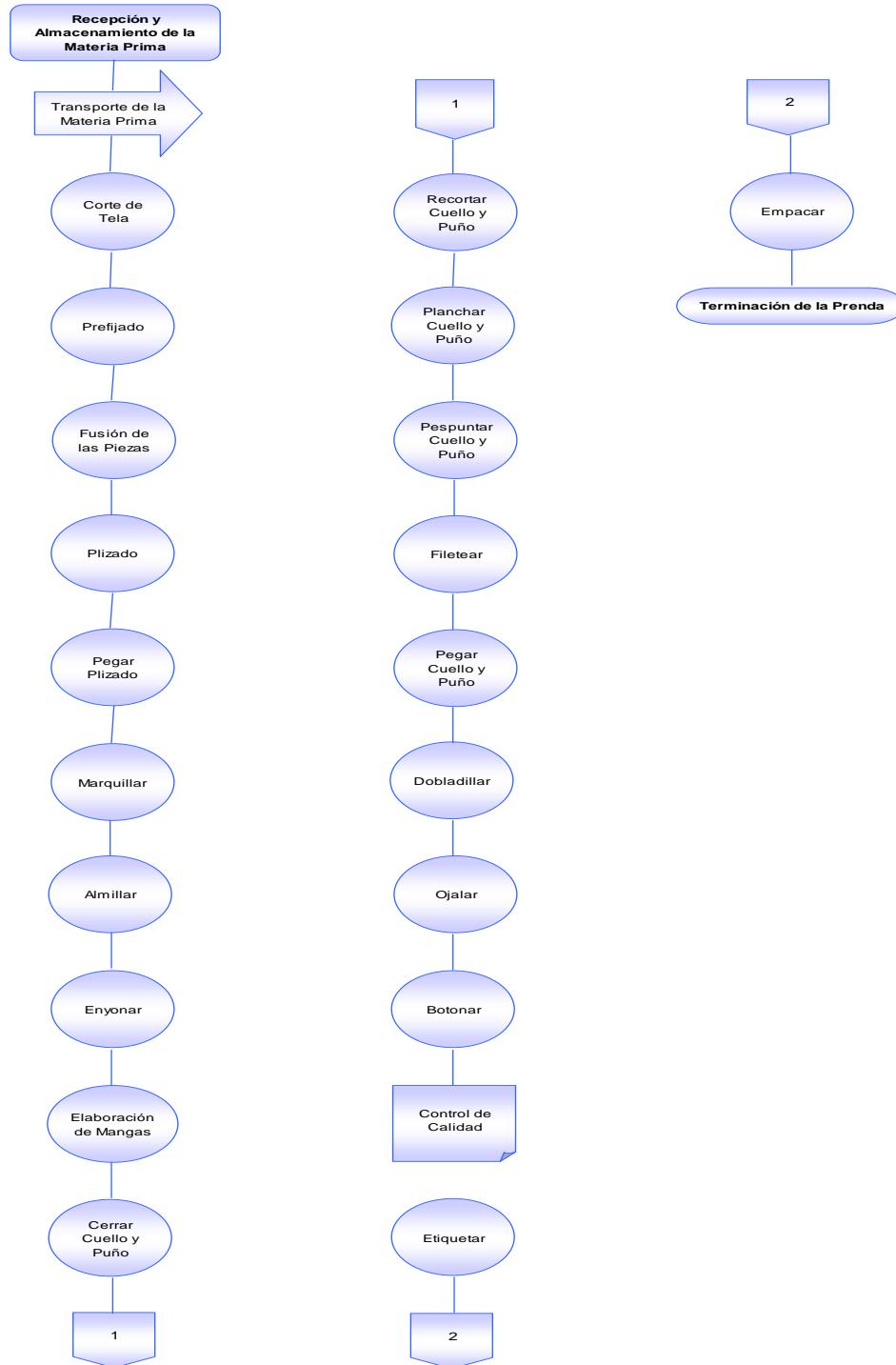


Figura N° 7 Flujo grama

## 20. TECNOLOGÍA.

En el sector textilero existe gran variedad de maquinaria con tecnología de punta, para la disminuir procesos y optimizar la calidad de los productos.

Por ser nosotros una microempresa, no contamos los recursos para adquirir todas esas herramientas que nos ofrece el mercado actualmente<sup>11</sup>.



Figura N° 8 Maquina de Bordados Moderna



Figura N° 9 Maquina Fileteadora Moderna

<sup>11</sup> Rescatado y modificado el 20 de Septiembre de 2009 de la pagina web: <http://www.hilosylanas.com/wp-content/uploads/2007/07/mc11000.jpg>



### a. Equipo e Instalaciones

Es necesario tener de la siguiente maquinaria:

- Cortadora:



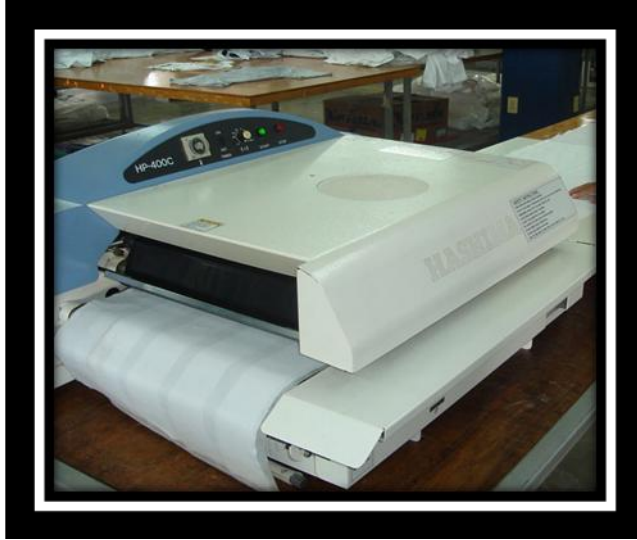
\$ 2.000.000

- Mesa de Corte:



\$ 1.500.000

- Fusionadora



\$ 22.000.000

- Ojaladora



\$ 3.900.000

- Maquina Plana



\$ 850.000

- Fileteadora



\$ 1.300.000

- Botonadora



\$ 1.850.000

- Mesa para doblar camisas y formación de cuellos



\$ 2.300.000

### Cuadro Informativo de la Maquinaria

<b>Maquinaria</b>	<b>Marca</b>	<b>Cant.</b>	<b>Vr. Unitario</b>	<b>Vr. Total</b>
Botonadora	Singer	1	1.850.000	1.850.000
Cortadora	Dino	1	2.000.000	2.000.000
Fileteadora	Singer	2	1.300.000	2.600.000
Fusionadora		1	22.000.000	22.000.000
Maquina Plana	Singer	4	850.000	3.400.000
Mesa de Corte		1	1.500.000	1.500.000
Mesa para doblar camisas	Lumapress CP - 127 <sup>12</sup>	1	2.300.000	2.300.000
Ojaladora	Pfaff	1	3.900.000	3.900.000
<b>Totales</b>			<b>35.700.000</b>	<b>39.550.000</b>

<sup>12</sup> Rescatado y modificado el 30 de septiembre de 2009 en la página web:  
<http://www.thefoxcompany.com/spcp127.htm>

## 21. MATERIA PRIMA

Los materiales e insumos para realizar la camisa de smoking son:

Material	Porcentaje
Dacron Algodón	65%
Entretela	10%
Botones	5%
Hilo e Hilaza	15%
Talla y Marquilla	5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 17.1 Proveedores<sup>13</sup>

- Protela
- Agencias Conde
- Textiles Uno por Uno S.A.
- Disco
- Sintoplast S.A
- C.J Textiles S.A
- Enredados S.A
- Girar Telas S.A
- Toptex S.A
- Productora Estelar de Textiles Startex S.A

---

<sup>13</sup> Rescatado y modificado el 20 de Septiembre de 2009 de la pagina web: [http://www.colombiaexport.com/pagamanet/web/companyCategory.aspx?ipa=1&npa=Colombia&ies=\\*&nes=Todos+los+estados&idi=1&txb=tela](http://www.colombiaexport.com/pagamanet/web/companyCategory.aspx?ipa=1&npa=Colombia&ies=*&nes=Todos+los+estados&idi=1&txb=tela)

## 22. UBICACIÓN DE LA EMPRESA<sup>14</sup>

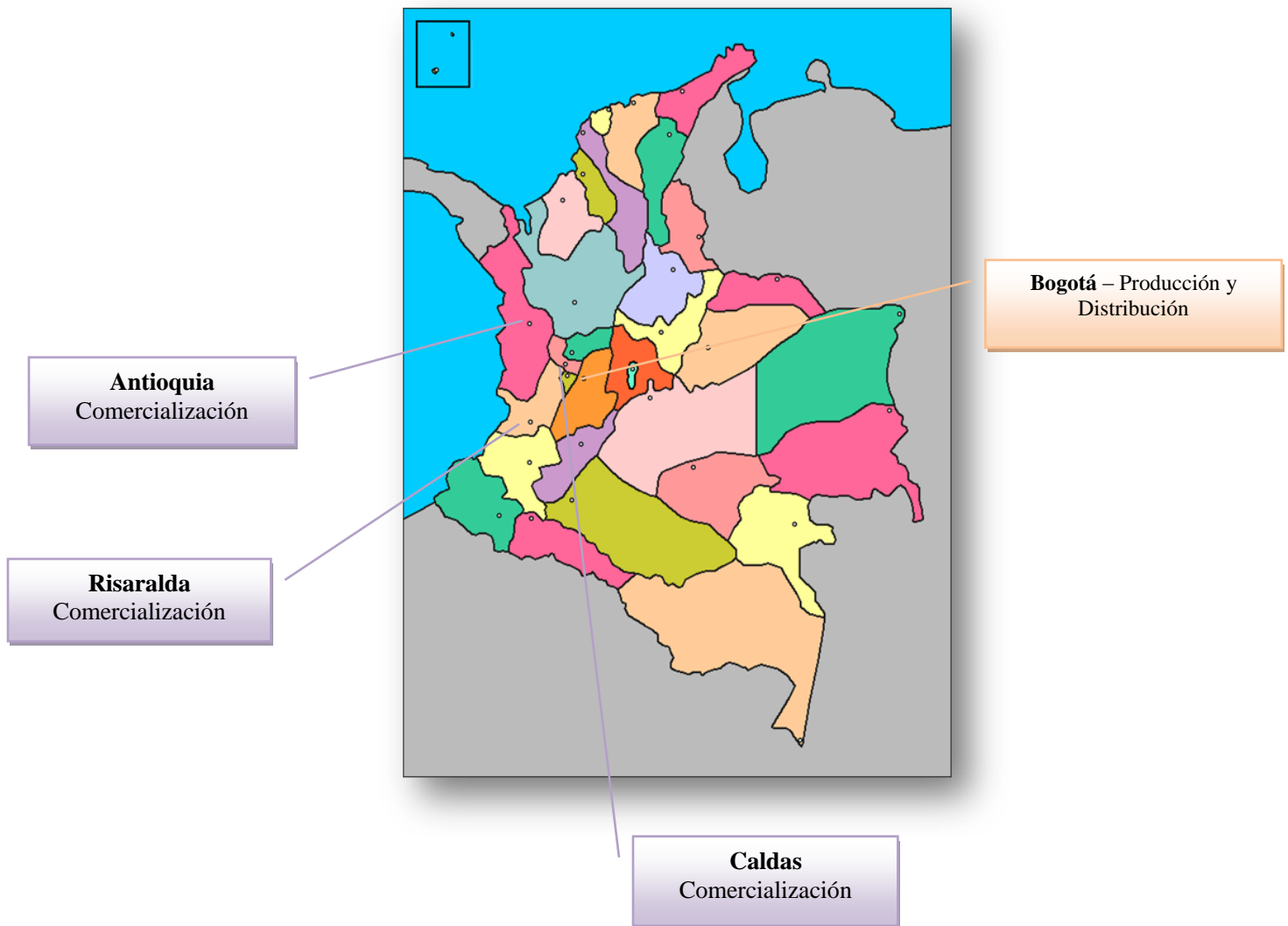


Figura N° 10 Croquis de Colombia

<sup>14</sup> Rescatado y modificado el 20 de Septiembre de 2009 de la página web: <http://images.google.com.co/imgres?imgurl=http://gif1.luventicus.org/mapas/colombia/index.gif&imgrefurl=http://www.luventicus.org/mapas/colombia>.

## 23. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO LEGAL

### 23.1. Estructura Organizacional

La empresa trabajaría con los empleados:

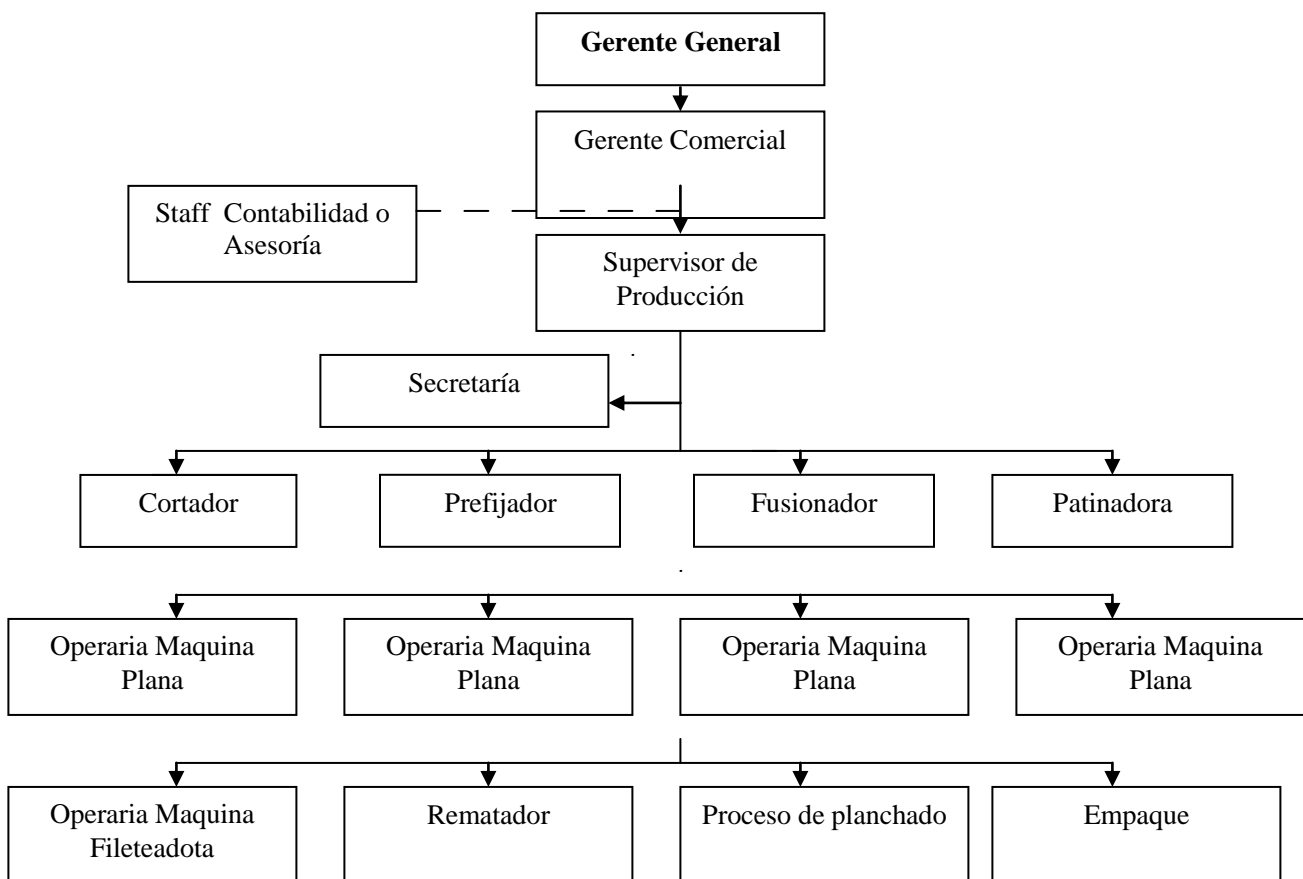


Figura N° 11 Estructura de la Organización



### **23.1.1. Funciones:**

#### **23.1.1.1 Gerente General:**

Es la persona encargada de supervisar el buen funcionamiento de la empresa, realizar la plantación estratégica, desarrollar nuevos productos, investigar distintos materiales, coordinar el futuro establecimiento de nuevas divisiones.

#### **23.1.1.2 Gerente Comercial:**

Es quien se encarga de buscar nuevas estrategias de mercado, incluyendo clientes potenciales para la comercialización del producto.

#### **23.1.1.3 Supervisor de Producción:**

Hace las veces de administrador, ya que se encarga de verificar como su nombre lo dice la producción, teniendo en cuenta el desempeño de las operarias y el rendimiento para llevar a cabo la elaboración del producto planteada inicialmente.

#### **23.1.1.4 Secretaria:**

Estará encargada de contestar teléfonos, apoyar al Departamento de Administración y el Supervisor de Producción en cuanto a registros, seguimiento a clientes, seguimiento para cobro la facturas etc.

#### **23.1.1.5 Cortador:**

De acuerdo con las ventas realizadas, esta persona se encarga de hacer el trazo en la tela y el corte, de acuerdo a los moldes existentes, teniendo en cuenta el promedio de las telas para así evitar desperdicios.

#### **23.1.1.6 Prefijador:**

Con la ayuda de una plancha o un prefijador se unen la tela y la entretela para luego ser llevados a la fusionadora.

#### **23.1.1.7 Fusionador:**

La función de esta persona es la luego de prefijar, ingresar a una maquina que tiene un calor determinado para sellar la tela y la entretela, dando la textura de dureza a los cuello y puños.

#### **23.1.1.8 Patinadora:**

Para evitar el desperdicio de tiempos con las operarias, la patinadora es la encargada de llevar el trabajo preparado hasta el sitio de trabajo de las operarias de las maquinas.

#### **23.1.1.9 Operaria Maquina Plana y Fileteadora:**

Son personas encargadas de manejar estas maquinas cumpliendo con las indicaciones dadas para la elaboración del producto.

#### **23.1.1.10 Rematador:**

Las personas o personas asignadas en esta actividad, tienen la función de quitar las hebras de los productos ya terminados.

#### **23.1.1.11 Proceso de planchado:**

En esta tarea las personas designadas para esto tienen por objeto el de dar la presentación final al producto.

#### **23.1.1.12 Empaque:**

Las personas asignadas para la labor, tienen por objeto doblar e ingresar en el empaque para llevar a los puntos de venta o clientes.

### **23.2. Políticas de personal: proceso de selección, vinculación, calificación y promoción.**

Para el trabajo que se desempeña en la compañía se requiere personal que tenga el conocimiento en la confección en las prendas de vestir fabricadas.

Personal entre los 20 – 45 años preferiblemente que hayan estudiado en el SENA. En esta labor generalmente se paga por destaco o por obra labor.

### **23.3. Aspectos jurídicos legales:**

La empresa esta registrada en la Cámara de Comercio, como persona jurídica sociedad anónima con sus obligaciones pertinentes. En la DIAN, ha asumido todas sus obligaciones fiscales y de igual manera habilitando las firmas digitales para que los procesos de pago de impuestos sean eficientes y no generen trastornos para la compañía.

## 29. BIBLIOGRAFÍA

1. **DÍAZ MORENO**, Hernando. Contabilidad General. Enfoque Práctico con Aplicaciones Informáticas. Segunda Edición. México. Pearson Prentice Hall. 2006. Página 382 – 383 – 384.
2. **ESLAVAN**, Jorge. Análisis Económico. Financiero de las Decisiones de Gestión Empresarial. España. ESIC Editorial. 2003. Página 296.
3. **VALVERDE**, Rosina, et. Al., Estudio del Impacto de los Servicios de Crédito. Perú. 1998.
4. **ABDALA**, Ernesto. Manual para la Evaluación en Programas de Formación para Jóvenes. Montevideo. Página 28.
5. **GÓMEZ OREA**, Domingo. Evaluación del Impacto ambiental. Segunda Edición. Ediciones Mundi - Prensa. 2002. Página 147.
6. **HANSEN, Don R**, Administración de Costos. Tercera Edición. Thomson. México 2003. Página 325.
7. **BARFIELD**, Josee T. Contabilidad de Costos. Tradiciones e Innovaciones. Quinta Edición. Thomson. México. 2005. Página 388.
8. **ICONTEC INTERNATIONAL. EL COMPENDIO DE TESIS Y OTROS TRABAJOS DE GRADO**. Consultado 26 diciembre 2009. Disponible en: [http://www.ICONTEC.org/BancoConocimiento/C/compendio\\_de\\_tesis\\_y\\_otros\\_trabajos\\_de\\_grado/compendio\\_de\\_tesis\\_y\\_otros\\_trabajos\\_de\\_grado.asp?CodIdioma=ESP](http://www.ICONTEC.org/BancoConocimiento/C/compendio_de_tesis_y_otros_trabajos_de_grado/compendio_de_tesis_y_otros_trabajos_de_grado.asp?CodIdioma=ESP)
9. **ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES**. Consultado el 4 de septiembre de 2009 en la página web: <http://www.andi.com.co/>.
10. **COLOMBIA EXPORTACIÓN**. Consultado el 20 septiembre de 2009 en la página web: [http://www.colombiaexport.com/pagamanet/web/companyCategory.aspx?ipa=1&npa=Colombia&ies=\\*&nes=Todos+los+estados&idi=1&txb=ela](http://www.colombiaexport.com/pagamanet/web/companyCategory.aspx?ipa=1&npa=Colombia&ies=*&nes=Todos+los+estados&idi=1&txb=ela)

## 26. GLOSARIO

**Centro de Costo:** Es la subdivisión en el proceso de registro contable, donde se acumulan los gastos de una actividad de producción específica, para facilitar el cálculo de los recursos empelados en el proceso.

**Costo de Producción:** Contempla los diversos recursos materiales, laborales y monetarios para cumplir con una producción específica.

**Costo Directo:** Refiere a todos los costos que están directamente ligados a la elaboración del producto o servicio. Como materias primas directas, salarios en cuanto mano de obra directo.

**Costo Fabril:** Son todos aquellos gastos que la empresa tienen independientemente que sean directos o indirectos, hasta cuando el producto se encuentre listo para la entrega.

**Costo Indirecto:** Son gastos que se identifican directamente con la producción, ya sea por un servicio prestado en forma directa. Como reparación y mantenimiento de la maquinaria.

**Costo Real:** Lo constituyen gastos en los que incurrió la empresa en un periodo determinado relacionándose con la producción. Comprende los gastos ocasionados para garantizar la producción de bienes materiales y servicios prestados expresados en forma monetaria y que incluye fundamentalmente el valor de los objetos de trabajo insumidos, el trabajo vivo expresado como salario y los gastos relacionados con la depreciación de los activos fijos tangibles.

**Costo Total:** Hacen parte de estos todos los gastos, es decir gastos de producción y de ventas.

**Costos Estándar:** Son costos cuyo análisis requiere de mucho cuidado, cuya finalidad es que la operación sea eficiente y eficaz mediante esos procesos establecidos con anterioridad. Mediante este cálculo se pone a prueba la capacidad instalada de la organización.

**Costos Estimados:** Son aquellos que se calculan teniendo en cuenta el conocimiento y la experiencia, antes de que inicie el proceso productivo, son aproximaciones.

**Costos Fijos:** Son aquellos costos que permanecen constantes ante aumentos o disminuciones de la producción. Por ejemplo, salarios de personal administrativo, seguros, depreciación etc.

**Costos Predeterminados:** Son aquellos que se calculan antes de que la producción haya llegado, teniendo como variable fundamental las condiciones futuras específicas. Es una proyección de los costos, de acuerdo a la exactitud con la que son calculados se clasifican en Costo Estimado y Costo Estándar.

**Costos Variable:** También conocidos como aquellos que presentan variación de acuerdo a la producción realizada.

**Empaque:** Lo conforma un cartón que da la forma de la camisa y una bolsa que la protege de daños.

**Entretela:** Es una tela mas rígida que la tela normal, la cual se empela para dar dureza a cuellos y puño, Existen de varios calibres de acuerdo al producto que se desee elaborar.

**Fusionado:** Proceso basado en el calor y a presión para dar unión a la tela con la entretela.

**Hilaza:** Es un hilo de calibre mas grueso que bordea la pieza para evitar se rompa con el uso.

**Marquilla:** Es un pequeño trozo de tela que se ubica en la almilla para identificar la marca de quien elabora el producto en este caso, las camisas.

**Plisado:** Trozo de tela que se somete mediante calor para que forme los pliegues que dan el toque de distinción a las camisas de smoking.

**Tela:** Hace parte de los materiales directos de fabricación, su composición esta dada en algodón y poliéster.

## 27. RECOMENDACIONES

Cuando se profundiza en un tema tan amplio como lo son los costos de producción, se evidencian bastantes circunstancias que benefician o perjudican a una organización dependiendo del método por medio del cual se están asignando.

En el proceso de elaboración de las camisas de smoking hay diversos aspectos que intervienen y que pasan desapercibidos durante su elaboración, teniendo en cuenta que es una microempresa quienes no toman en cuenta diferentes variables que intervienen en este proceso.

Al realizar este proceso de asignación de costos, identificando el que mas se ajusta a las necesidades y a la actividad de la empresa, se identifican debilidades y fortalezas.

### Debilidades

- La forma de trabajar de esta empresa se hace a través de ordenes de pedido, es decir que no se cuenta con un inventario de materia prima, ni producto terminado, se toman los pedidos y procede a realizarlo, este proceso incrementa el valor de las materiales de fabricaron directos e indirectos.
- Por no realizar una contratación directa de personal, sino por la labor que se desempeñe a un valor pequeño, se evidencia una rotación de personal constante.
- Como se trabaja por órdenes de producción y de acuerdo a ello se compran los materiales, cada vez que esto ocurre hay variaciones en los costos y generalmente es en el costo variable, por lo tanto se procede a elaborar el costo estándar o un costo que sirva de guía para determinar las utilidades.
- Teniendo en cuenta las modificaciones que hay en el costo variable, el costo marginal no tiene un parámetro que sirva de guía.

### Fortalezas

- Cuenta con un mercado en potencia que favorece notablemente a la empresa.

- En las ciudades alternas no cuentan con un nivel de competencia elevado con respecto a este producto.
- Los valores que se asignados al pago de la mano de obra, favorece a la empresa, pues no incurre la carga prestacional si se pagara con salario mínimo y con las prestaciones de ley.
- Si se optimizaran los tiempos se lograrían entregas más rápidas.

Se recomienda, adquirir materia prima para tenerla como inventarios para la elaboración del producto y de esta manera se beneficiarían los costos variables y los tiempos de entrega.

Además que tener inventario de producto terminado es tener liquidez inmediata y no se esperaría hasta cuando un pedido llegue al final para poder tener efectivo.

En la medida que la empresa tenga beneficios o utilidades, contemplar la posibilidad de contratar al personal con salarios estables y así garantizar la estabilidad laboral.

Seria de gran utilidad contemplar la posibilidad de asignar otro sistema de costeo, pues las órdenes de producción llegarían a ser perjudiciales.

El precio de venta que se tiene en el mercado, es competitivo para el uso el trabajo de alquiler para ceremonias, ya que genera atracción a los clientes, teniendo en cuenta que este producto requiere de más detalle que una camisa convencional, como lo decíamos anteriormente si se comprara la materia prima por volumen para mantener un inventario constante sus utilidades serian mayores y si consideraría un costo estándar, pues este fluctúa constantemente.

El sector textil en Colombia goza de tener grandes diseñadores pues en Medellín contamos con una feria anual de confección y moda que abre espacios para todo tipo de productos textiles. El mejoramiento continuo del producto contribuiría a que esta empresa fuese participe de esos eventos, es lógico que un presupuesto disponible para materiales y tecnología competiría en gran manera. En consecuencia un factor que afecta a todos los colombianos es el precio, pues en vista de la situación por la cual pasa Colombia, este es decisivo en la compra de cualquier elemento. A nuestro país ingresan diariamente cantidades de materias primas procedentes de China que tienen la ventaja de ser a menor precio,



mas su calidad no es la mejor, por tanto muchos compradores tienen en cuenta la variable precio al momento de efectuar las compras.

Como toda empresa, esta no es la excepción para tener como meta crecer y generar empleo y lógicamente utilidades, en este proceso de ascenso, donde intervienen factores importantes como lo son: las ventas, el personal los costos que es donde mas se debe trabajar, para buscar una mayo tranquilidad para todos. En la medida que la empresa crece, de igual manera las diversas formas de optimizar procesos y tiempos.

Luego de haber trabajado y analizado cifras, ya que los costos más que su cálculo aritmético es el análisis e interpretación y la aplicación de estos en un proceso productivo. En este caso es evidente que por ser una PYME, no cuenta con el debido análisis de sus costos, uno de los factores más importantes es que trabajan por órdenes de producción y en esa medida la compra de materiales, por lo tanto los costos van a tener variaciones a menudo.

El éxito de este proceso es llegar a profundizar aún más en este tema pues es muy complejo y extenso, Un aspecto de mayor relevancia son los costos variables, puesto que en este trabajo se identificaron y aplicaron en este proceso, pero cuando se desea identificar el costo marginal resulta dispendioso pues no hay una constante en este, debido a la compra que se realiza de acuerdo a la orden de trabajo requerida.

Los costos, la identificación y asignación requieren de análisis, lectura y comprensión del producto y su entorno, ya que cada producto tiene innumerables proceso y en muchas empresas estas asignaciones las realiza el contador o encargado del área, lógicamente teniendo en cuenta los lineamientos teóricos establecidos con anterioridad.

Mas que el calculo el costo su interpretación e implementación son la base para el acompañamiento de la gerencia para la toma de decisiones, por eso resulta de vital importancia y atención el debido proceso, ya que un error puede llegar a desencadenar en presentación de impuestos erróneas, declarando ingresos subestimados o sobreestimados, sanciones de la DIAN, temas que causarían mayor perjuicio a la compañía y la labor de las personas encargadas de estos análisis es evitar estas circunstancias.

## 28. CONCLUSIONES

Mediante el estudio de mercado realizado en ciudades como Bogotá, Medellín, Pereira y Risaralda, muestra la viabilidad de este negocio, pues allí no hay fábricas o microempresas encargadas de esta labor.

En la elaboración de las camisas de smoking era necesario tener claro el proceso de producción para entender y comprender las diferentes etapas de esta. De igual manera el procedimiento sirvió para obtener una optimización de tiempos y costos.

Al implementar el sistema de costos por órdenes de producción dentro de estas PYMES, se identifican diversos factores tales como:

- Se puede optimizar los tiempos en la producción.
- Los costos pueden disminuir, tanto en la compra de los materiales como en el pago a sus funcionarios.
- Si las ventas pasan de ser esporádicas a constantes, se debe cambiar el sistema de costeo.

Mediante los procedimientos realizados como, estudio de tiempos y asignación de costos en mano de obra y materia prima, se obtuvo un costo estándar o parámetro a seguir en la elaboración de las camisas.

Se elaboro el estado de costos, indicando e identificando los principales factores que involucra un proceso productivo.