



Idea de negocio Personal Jacket

Claudia Liliana Mantilla Lozano
Julieth Katherine Rincón Medellín
Nubia Cecilia Valderrama Suarez
Diana Camila Vargas rodríguez

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal
Programa Especialización en Gerencia Financiera
Abril de 2021

Idea de negocio Personal Jacket

Claudia Liliana Mantilla Lozano
Julieth Katherine Rincón Medellín
Nubia Cecilia Valderrama Suarez
Diana Camila Vargas rodríguez

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en
Gerencia Financiera

Asesor(a)

John Harold Ruiz
Alex Giovanni Pinto

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Sede / Centro Tutorial Bogotá D.C. - Sede Principal
Especialización en Gerencia Financiera
Abril 2021

Contenido

Módulo 1. Presentación.....	10
Módulo 2. Fundamentación de la idea de negocio.....	11
Módulo 3. Componentes de la ciencia, tecnología e innovación.....	11
Módulo 4. Justificación.....	13
Módulo 5. Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos específicos.....	15
Módulo 6. Planeación Estratégica.....	15
Análisis externo.....	15
Análisis interno.....	17
Matriz DAFO.....	18
Principios y Valores Corporativos.....	20
Misión.....	20
Visión.....	20
Historia, Hitos.....	21
Módulo 7. Investigación de mercados.....	22
Marco espacial.....	24
Marco Legal.....	25
Metodología.....	27
Mercado potencial.....	27
Segmentación del mercado.....	29
Mercado objetivo.....	29
Instrumento.....	29
Consumo aparente.....	44

Consumo per cápita.....	45
Principales competidores.....	45
Precios de la competencia.	46
Matriz de perfil competitivo.....	51
Descripción del producto o servicio.....	51
Perfil del Cliente.....	51
Módulo 8. Marketing.....	54
Política de Producto	54
Política de Precios	56
Política de Promociones	57
Política de Distribución.....	57
Política de Servicio al Cliente	58
Proyección de ventas	58
Proyección de ventas en pesos Colombianos \$.	58
Proyección de ventas en unidades.	60
Módulo 9. Plan Operativo	61
Muebles y enseres	61
Procesos de Producción.....	71
Diagrama de flujo de la producción	72
Proceso de producción	73
Descripción del proceso de producción.	74
Proveedores	74
Tabla proveedores	75
Localización	75
Distribución de áreas de operación	76

Distribución de planta	76
Distribución del equipo de trabajo	77
Ficha Técnica Del Producto	79
Ficha técnica de la fabricación del producto	81
Módulo 10. Aspectos legales y recursos humanos.....	83
Personal requerido.....	83
Organigrama.....	91
Condiciones de trabajo y remunerativas	92
Provisión de Nómina.....	96
.....	98
Tipo de sociedad:	98
Permisos y Licencias:.....	99
Obligaciones Tributarias:	101
Limitaciones	106
Módulo 11. Plan de inversión y Financiación.....	107
Inversión Inicial:	107
Costos y gastos Iniciales	109
Financiación	110
Presupuesto.....	112
Balance general inicial	115
Estado de resultados	116
Estado de Resultados.....	117
Punto de equilibrio	118
Flujo de caja	119
Módulo 12. Análisis de Riesgos.....	119

Riesgo de Mercado.....	119
Riesgo SG-SST	120
Riesgo Financiero.....	123
Módulo 13. Resumen Ejecutivo	124
Referencias	125
Anexos.....	129

Lista de Imágenes

Ilustración 1 Características Software.....	12
Ilustración 2 Bosquejo diseño pagina.....	12
Ilustración 3 Mapa localidad Usme.....	24
Ilustración 4 Mapa barrio Usme.....	25
Ilustración 5 Contexto sociodemografico	27
Ilustración 6 Población Bogotá	28
Ilustración 7 Formato Encuesta N. 1	30
Ilustración 8 Muestreo Aleatorio Encuesta 2.	37
Ilustración 9 Estratificación socioeconómica localidad Usme.....	52
Ilustración 10 Bosquejo Chaqueta.....	55
Ilustración 13 Características Mesa corte.....	63
Ilustración 14 Características silla.....	64
Ilustración 15 Características Extintor	64
Ilustración 16 Características maniquí	65
Ilustración 17 Características Botiquín	65
Ilustración 18 Características Vitrina.....	66
Ilustración 19 Características punto ecológico.....	66
Ilustración 20 Características maquina collarín	68
Ilustración 21 Características maquina cortadora	68
Ilustración 22 Características maquina fileteadora	69
Ilustración 23 Características maquina plana.....	69
Ilustración 24 Características maquina Bordadora.....	70

Ilustración 25 Características tijeras confección.....	70
Ilustración 26 Características máquina registradora	71
Ilustración 27 Características computador	71
Ilustración 28 Diagrama flujo de producción.....	73
Ilustración 29 Áreas de operación.....	76
Ilustración 30 Distribución planta.....	77
Ilustración 31 Distribución medidas planta.....	77
Ilustración 32 Zonas de peligro.....	78
Ilustración 33 Rutas de evacuación.....	79
Ilustración 34 Características Tela anti fluido.....	81
Ilustración 35 Organigrama.....	92
Ilustración 36 Cargas legales parafiscales.....	97
Ilustración 37 Cargas legales prestacionales.....	97
Ilustración 38 Cargas legales Seguridad social.....	98
Ilustración 39 Proyecciones económicas.....	114
Ilustración 40 Impacto matriz de riesgo	123

Lista de Tablas

Tabla 1 Matriz POAM.....	16
Tabla 2 Matriz PCI.....	17
Tabla 3 Matriz DAFO	18
Tabla 4 Población Bogotá	28
Tabla 5 Precios de la competencia	46
Tabla 6 Matriz perfil competitivo	51
Tabla 7 Factores clientes potenciales	54
Tabla 8 Proyección ventas en pesos Colombianos.....	59
Tabla 9 Proyección ventas unidades	60
Tabla 10 Incremento ventas anuales	61
Tabla 11 Muebles y enseres	63
Tabla 12 Maquinaria y equipo	67

Tabla 13 Proceso de producción en tiempo	72
Tabla 14 Proceso producción -transformación.....	73
Tabla 15 Proveedores	75
Tabla 16 Ficha técnica del producto	80
Tabla 17 Ficha técnica fabricación producto	82
Tabla 18 Manual de funciones Gerente General	84
Tabla 19 Manual de funciones Jefe de producción	85
Tabla 20 Manual de funciones Operaria maquina collarín	85
Tabla 21 Manual de funciones Operaria maquina fileteadora	86
Tabla 22 Manual de funciones Operaria maquina plana.....	86
Tabla 23 Manual de funciones comercial	87
Tabla 24 Manual de funciones Asistente administrativa	89
Tabla 25 Manual de funciones Contador	90
Tabla 26 Manual de funciones Administrador recursos humanos	91
Tabla 27 Condiciones de trabajo.....	96
Tabla 28 provisión Nomina.....	97
Tabla 29 Obligaciones tributarias	105
Tabla 30 Gasto Infraestructura.....	107
Tabla 31 Gasto Constitución	107
Tabla 32 Gasto Adecuaciones	108
Tabla 33 Gasto Muebles y enseres	108
Tabla 34 maquinaria y equipo.....	109
Tabla 35 Costo de producción Unidad.....	109
Tabla 36 Gastos de ventas.....	110
Tabla 37 Financiación	111
Tabla 38 Presupuesto	112
Tabla 39 Estado de situación financiera.....	115
Tabla 40 Estado de resultados integral.....	117
Tabla 41 Punto de equilibrio	118
Tabla 42 Flujo de caja	119
Tabla 43 Requerimientos para implementación SG-GGT	122

Tabla 44 Matriz de riesgos	123
----------------------------------	-----

Lista de Gráficos

Grafico 1 Análisis pregunta 1 encuesta 1	30
Grafico 2 Análisis pregunta 2 encuesta 1	31
Grafico 3 Análisis pregunta 3 encuesta 1	32
Grafico 4 Análisis pregunta 4 encuesta 1	32
Grafico 5 Análisis pregunta 5 encuesta 1	33
Grafico 6 Análisis pregunta 6 encuesta 1	33
Grafico 7 Análisis pregunta 7 encuesta 1	34
Grafico 8 Análisis pregunta 8 encuesta 1	35
Grafico 9 Análisis pregunta 9 encuesta 1	35
Grafico 10 Análisis pregunta 10 encuesta 1	36
Grafico 11 Análisis pregunta 1 encuesta 2	37
Grafico 12 Análisis pregunta 2 encuesta 2	38
Grafico 13 Análisis pregunta 3 encuesta 2	39
Grafico 14 Análisis pregunta 4 encuesta 2	39
Grafico 15 Análisis pregunta 5 encuesta 2	40
Grafico 16 Análisis pregunta 6 encuesta 2	41
Grafico 17 Análisis pregunta 7 encuesta 2	42
Grafico 18 Análisis pregunta 8 encuesta 2	42
Grafico 19 Análisis pregunta 9 encuesta 2	43
Grafico 20 Análisis pregunta 10 encuesta 2	44
Grafico 22 Proyección ventas Unidades	61

Lista de Anexos

Anexos 1 Encuesta N. 1	131
Anexos 2 Encuesta N. 2	133
Anexos 3 Cotización software	134

Módulo 1. Presentación.

NOMBRES Y APELLIDOS	
CLAUDIA LILIANA	MANTILLA LOZANO
NUBIA CECILIA	VALDERRAMA SUAREZ
JULIETH KATERINE	RINCON MEDELLIN
DIANA CAMILA	VARGAS RODRÍGUEZ
PLAN DE NEGOCIO	
RAZON SOCIAL	PERSONAL JACKET
CORREO ELECTRONICO DE LA EMPRESA	personaljacket@gmail.com
PROPUESTA	Plan de negocio dedicado a la creación, producción y comercialización de chaquetas antifluido, Los diseños son personalizados dependiendo de la preferencia del cliente, se realiza por medio de una página web.
CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO EN EL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> • El equipo tiene conocimiento en el área textil (experiencia en telas, maquinas, tipo de costura, tiempos de entrega, entre otros). • El equipo tiene muy buenos vínculos con una empresa en el área tecnológica, dedicada al desarrollo de aplicaciones y páginas web.
PROGRAMA DE FORMACION	Gerencia Financiera
DIRECCION Y MUNICIPIO	Bogotá D.C. Usme

Módulo 2. Fundamentación de la idea de negocio.

En la sociedad y economía actual, para marcar la diferencia es necesario emprender e innovar y si se hace aplicando los conocimientos profesionales y experiencia, es posible generar gran impacto en el desarrollo económico y generar empleo, permitiendo mejorar la calidad de vida tanto del emprendedor como de los empleados de los puestos de trabajo que se generen.

En el presente proyecto se realizarán actividades que permitan identificar la viabilidad de la creación de la fábrica de chaquetas en tela antilíquido con tapabocas incluido y con diseños personalizados, el estudio de mercado se realizará en la localidad de Usme al sur de la ciudad de Bogotá. La idea es originada de la emergencia de salud que atravesamos a nivel mundial con la aparición del COVID-19 evidenciando la necesidad de implementar barreras de protección ante el contagio, mediante el uso de prendas de vestir de uso diario.

El cliente participará activamente en la creación y personalización de las chaquetas, utilizando una página Wb de fácil uso. El diseño personalizado junto al uso del E-commerce será el valor agregado y la innovación en el mercado, generando beneficios de marketing y de penetración en el mercado.

Módulo 3. Componentes de la ciencia, tecnología e innovación.

Personal Jacket es una idea de negocio aliada con las nuevas tecnologías del siglo actual, El software que se utilizará para la captación y creación de las prendas según las exigencias de los clientes es tecnología de primera mano denominada como un software tipo (Saas) en inglés Software as a Service, Tecnología que permite a los usuarios conectarse a aplicaciones basadas en la nube a través de internet y poder usarlas.

SaaS ofrece una solución de software muy completa, este se adquiere con un proveedor de servicios en la nube mediante un pago de servicios según el uso que se le esté dando, este mismo tiene infraestructura subyacente como la programación del funcionamiento del software, características, diseño de página, imágenes, medios de pago, información personal de los clientes, entre otros; Los cuales son protegidos de posibles hackers, virus u otros entes que pueden debilitar cualquier software.

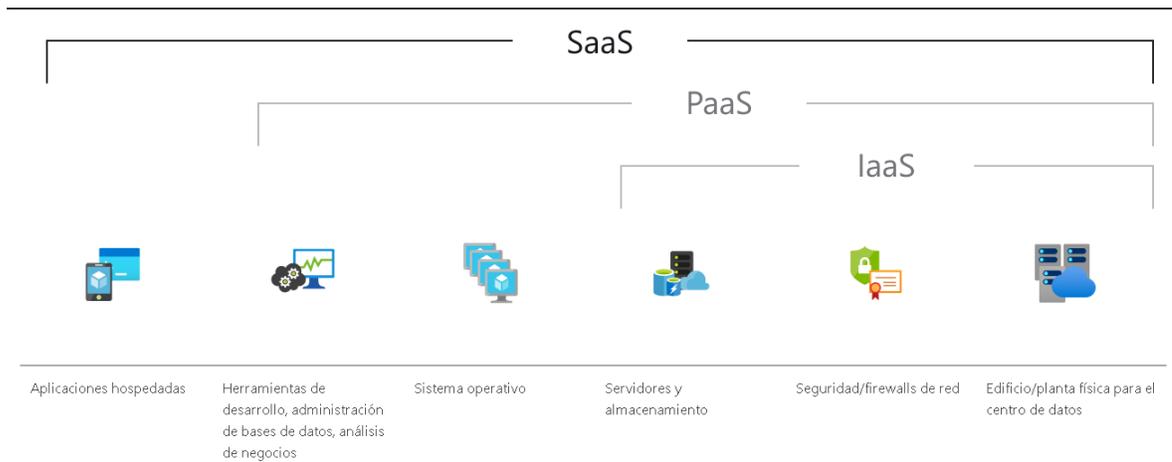


Ilustración 1 Características Software



Ilustración 2 Bosquejo diseño pagina

Características Software Personal Jacket

- Seguridad:
 - Implementación JWT (jsonwebtoken), para la autenticación del usuario.
 - Uso del estándar OAuth2.0 para protección de los servicios API del sistema.
- Usabilidad:

- Es cloud (nube) permite su uso a través de cualquier dispositivo conectado a internet y con un navegador.
- Su interfaz es amigable con los diferentes tamaños de los dispositivos tanto de escritorio (portátiles, computadores de mesa) como móviles (celulares, tablets).
- **Mantenibilidad:**
 - Usa tecnologías confiables de gran demanda en la comunidad del desarrollo lo que permite tener fácil acceso a ingenieros con los conocimientos necesarios para corregir errores o agregar nuevas características.
 - Lenguajes y herramientas usadas PHP con Laravel para el backend y JavaScript con VueJS para la interfaz gráfica (Frontend).

Módulo 4. Justificación

El uso de prendas de vestir que protejan del contagio de virus se hace necesario en el diario vivir de las personas, específicamente aquellas que se movilizan y están en contacto con diferentes personas en los diversos medios de transporte y situaciones cotidianas.

La creación de empresa de confección y comercialización de chaquetas en material anti fluido con diseños personalizados a través de una página Web, busca satisfacer esta necesidad y tener mayor acogida y cubrimiento por el uso de la tecnología, además de hacer parte de la responsabilidad social mediante contratación a madres cabeza de familia del sector para dichas confecciones y teniendo en cuenta los altos índices de desempleo ocasionados por la actual situación de emergencia de salud derivada de la pandemia COVID-19.

La comercialización del producto busca satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a protección biológico-física y cumplir sus expectativas. Así como lograr desarrollar una idea de negocio competitiva que posicione una marca y define un producto cuya demanda de consumo aumenta cada día convirtiéndose en un elemento básico e indispensable.

El factor de innovación en cuanto a diseño será fundamental para lograr el posicionamiento y reconocimiento en el mercado; logrando así obtener ventas que cubran con

todos los costos y gastos que se generen en el negocio y produciendo utilidades para beneficio de los socios y de la empresa.

Con el desarrollo de este tipo de emprendimientos se genera crecimiento para el país teniendo en cuenta que la economía colombiana se basa fundamentalmente en la producción de bienes primarios y de consumo para el mercado interno. El sector textil en la economía de Colombia ha tenido una gran influencia y es uno de los sectores más destacados debido a su importante generación de empleo y su capacidad de reinventarse.

Es importante considerar como uno de los puntos de partida del presente proyecto, la declaración de Pandemia, al virus Coronavirus – Covid-19, la cual se realizó por la Organización Mundial de Salud OMS el 11 de marzo de 2020, situación que obligo contingencia a nivel mundial, y a nivel general cambió por completo el día a día de la humanidad.

Centrándonos en el contexto colombiano, en las medidas dictadas por los gobiernos nacionales y locales, quienes en busca de reactivar la economía nacional gradualmente se han reabierto los comercios, colegios, y se ha ido normalizando el diario vivir, disposiciones que han permitido que hallan más personas circulación, incrementando por lo tanto la posibilidad de contagio, hace necesario e imprescindible que cada persona gestione un auto cuidado.

Ante esta necesidad y con el objetivo de ofrecer una solución práctica, económica y sencilla Personal Jacket presenta una solución en tela antilíquido con tapabocas incorporado a un costo accesible a consumidores de estratos bajos y disminución del riesgo para poder estar en contacto con diversas personas diariamente para desarrollar sus actividades diarias.

Adicionalmente, Personal Jacket ofrece a los consumidores una herramienta tecnológica de fácil acceso y manejo para que participen activamente en el diseño de la chaqueta, en cuanto a diseño y color, diseño de la cremallera, modelo (largo o corto) y así llegar de forma más rápida a los compradores y evitarles desplazamientos, lo que se traduce en mayor penetración en el mercado.

Módulo 5. Objetivos.

Objetivo General

Diseñar una propuesta para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de chaquetas en tela anti fluidos con tapabocas y diseños personalizados, por la necesidad de utilizar protección personal frente a la emergencia sanitaria por COVID-19.

Objetivos específicos

1. Definir estrategias de mercadeo y financieras que permitan determinar la probabilidad o posibilidad de éxito en el proyecto.
2. Realizar un análisis que permita identificar el mercado potencial y el mercado objetivo de la localidad de Usme.
3. Identificar la demanda, la oferta y posibles canales de distribución
4. Estudiar la segmentación del cliente y evaluar las necesidades a satisfacer

Módulo 6. Planeación Estratégica

Análisis externo

Diagnóstico estratégico - Análisis externo

Herramienta: POAM Perfil de oportunidades y amenazas del medio

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						0,66
1. Sistema financiero	0,06	3	0,18		0,00	Capacidad de Financiación y precios de materia prima
2. Impuestos / reforma tributaria	0,06		0,00	2	0,12	
3. PIB Crecimiento	0,06	1	0,06		0,00	
4. IPC	0,06		0,00	2	0,12	
5. Incremento Salario Mínimo	0,06	3	0,18		0,00	
2. Políticos						0,28
1. Decretos	0,04		0,00	2	0,08	Decretos y mandatos que afecten la economía
2. Polarización de partidos	0,04	1	0,04		0,00	
3. Credibilidad Instituciones del Estado	0,04		0,00	2	0,08	
4. Estabilidad política	0,04	1	0,04		0,00	
5. El Congreso	0,04	1	0,04		0,00	
3. Sociales						0,64
1. Seguridad	0,04	1	0,04		0,00	Principal oportunidad Estratificación Social
2. Distribución del ingreso	0,04	3	0,12		0,00	
3. Estratificación Social	0,04	3	0,12		0,00	
4. Desempleo	0,04		0,00	4	0,16	
5. Migración	0,05		0,00	4	0,20	
4. Tecnológicos						0,49
1. Nivel de tecnología	0,03		0,00	2	0,06	Desafío: Automatización de procesos
2. Flexibilidad de procesos	0,03	1	0,03		0,00	
3. Comunicaciones	0,04		0,00	4	0,16	
4. Automatización	0,03		0,00	2	0,06	
4. Internet y Apps	0,06	3	0,18		0,00	
5. Geográficos						0,18
1. Ubicación	0,04	1	0,04		0,00	Desventaja: vías de acceso
2. Clima	0,04		0,00	2	0,08	
3. Vías de acceso	0,02	3	0,06		0,00	
Total parcial:	1,00		1,1		1,1	Ponderación TOTAL: 2,3

Tabla 1 Matriz POAM

Fuente propia

Análisis: La ponderación total del ejercicio de POAM arroja como resultado 2,3 lo cual indica que Personal Jacket se encuentra en 0,2 puntos por debajo de la media. Los factores económicos y sociales son el insumo fundamental de información para generar estrategias competitivas y de crecimiento, se debe tener en cuenta las opciones de apalancamiento financiero para la pequeña empresa. Las amenazas más fuertes son las tasas de desempleo y los altos índices de migración.

El IPC puede jugar a favor para la compra de insumos. Y el aumento en el salario mínimo generará capacidad de compra.

Análisis interno

Diagnóstico estratégico - Análisis interno: Auditoría organizacional

PCI Perfil de capacidad interna

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						0,4
1. Imagen corporativa. Responsabilidad social	0,06	4	0,24		0,00	Enfasis en la Imagen Corporativa
2. Uso de planes estratégicos. Análisis estratégico	0,05	3	0,15		0,00	
3. Evaluación y pronósticos del medio	0,04		0,00	1	0,04	
2. Capacidad Competitiva						0,2
1. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	0,03	4	0,12		0,00	Principal debilidad participación del mercado
2. Lealtad y satisfacción del cliente	0,02		0,00	1	0,02	
3. Participación del mercado	0,01		0,00	2	0,02	
3. Capacidad Financiera						0,5
1. Acceso a capital cuando lo requiera	0,09		0,00	1	0,09	Presupuesto requerido mínimo,
2. Grado de utilización capacidad endeudamiento	0,08		0,00	2	0,16	
3. Presupuesto bajo	0,07	3	0,21		0,00	
4. Capacidad Tecnológica						1,6
1. Habilidad técnica y de manufactura	0,20	3	0,60		0,00	Aspecto fuerte Innovación
2. Capacidad de innovación	0,10	4	0,40		0,00	
3. Nivel de tecnología utilizado en los productos	0,20	3	0,60		0,00	
5. Capacidad Talento Humano						0,2
1. Nivel académico del talento humano	0,02	3	0,06		0,00	Personal con Experiencia
2. Experiencia técnica	0,02	4	0,08		0,00	
3. Estabilidad	0,01		0,00	2	0,02	
Total parcial:	1,00		2,5		0,4	Ponderación TOTAL: 2,8

Tabla 2 Matriz PCI

Fuente propia

Análisis: Personal Jacket, se determinará como empresa pequeña; esto permite hacer análisis precisos y claros de las diferentes capacidades.

Con relación al talento humano no se requiere especialización en las tareas, pero prediciendo el crecimiento de la compañía y el aumento en el volumen de producción, es clave llegar a automatizar procesos.

La capacidad financiera es una debilidad inicial sin embargo competir con bajos precios y alta calidad, así como con diseños personalizados nos permitirá ingresar al mercado y posicionarnos como alternativa económica e innovadora.

Matriz DAFO

Dimensiones internas VS Dimensiones externas	Oportunidades	Amenazas
	O1. Empleo	A1. IPC
	O2. Internet y Aplicaciones	A2. DESEMPLEO
	O3. Precios Bajos	A3. RECORDACIÓN DE MARCA
Fortalezas	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
F.1 CAPACIDAD TECNOLÓGICA	E1 F1O2(Capacidad de Innovación). Diseño exclusivo y personalizado del producto dado que es el propio cliente quien define las características del diseño	E7 F1A1 Lograr acceder a maquinaria y materia prima a bajos costos
F.2 CAPACIDAD TALENTO HUMANO	E2. F2O1 (Experiencia Técnica). el personal requerido necesita conocimientos básicos de corte y confección y será personal especializado en una sola actividad.	E8.F2A2 Mitigar el índice de desempleo generando oportunidades laborales
F.3 CAPACIDAD COMPETITIVA	E3. F3O3 (Precio). Precios bajos al alcance de la mayoría con énfasis en estratos socioeconómicos bajos	E9.F3A3 Promover promociones de Producto
Debilidades	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
D.1 CAPACIDAD DIRECTIVA	E4 D1O2 Imagen Corporativa, implementar planes de mercadeo a través de plataformas digitales	E10 D2A3 lograr recordación en los clientes
D.2 CAPACIDAD FINANCIERA	E5. D2O3 Consecución de líneas de crédito especiales para la pequeña microempresa	E11.D1A3 Realizar pruebas de producto mediante eventos públicos
D.3 TALENTO HUMANO	E6. D3O1 (Responsabilidad Social). Estabilidad a través de fomento de oportunidades para madres cabeza de familia	E12.D1A3 Posicionamiento de la marca
Retos estratégicos:		
Lograr apalancamiento y consecución de capital		
lograr posicionamiento de marca y fidelidad en los clientes		
Tener una participación importante en el mercado		

Tabla 3 Matriz DAFO

Fuente propia

Análisis: Personal Jacket frente a sus principales competidores se ubica por encima del promedio ponderado. Aunque existe un sinnúmero de competidores y protagonistas en el mercado de la moda según lo expone (Leopoldo, 2019) enfatizando en el grupo Zara, grupo Crystal, Arturo Calle y grupo STF, Personal Jacket determina y analiza a Falabella seguida de Dafiti.

Lo que diferencia esta idea de negocio de las demás, son los diseños personalizados.

Las fortalezas más representativas son: innovación, calidad, exclusividad en el producto y precio.

Las principales debilidades frente a nuestros competidores son: penetración del mercado, capacidad financiera, infraestructura, lealtad de los clientes y relación y crédito con los proveedores.

En base a lo enunciado anteriormente y teniendo definidas las dimensiones internas (Fortalezas y Debilidades) así como las dimensiones externas (Oportunidades y Amenazas); Se procede a tomar como base el cruce de la información de las capacidades y se identificó 12 estrategias las cuales se explican a continuación:

Estrategias FO

1. **Capacidad de Innovación a través del diseño:** a través de la aplicación Web, los clientes potenciales tendrán la posibilidad de crear sus propios diseños, aprovechando el uso de internet y ubicando a Personal Jacket en el mercado como alternativa exclusiva que ofrezca este tipo de servicio.
2. **Capacidad de Talento humano (experiencia técnica):** el personal requerido para el desarrollo de esta idea de negocio será personal especializado en funciones específicas; enfocado al detalle; con amplia experiencia y destreza en el desarrollo de sus labores, con el fin de crear productos de calidad. Dado que no se requiere de una formación especializada, será asequible la consecución en el mercado laboral siempre y cuando se pueda corroborar su experiencia y destreza
3. **Precios Bajos:** precios al alcance de la mayoría, enfocados principalmente a estratos socioeconómicos bajos

Estrategias DO

1. **Imagen Corporativa:** aprovechar las plataformas digitales para generar estrategias de mercadeo que permitan el posicionamiento de la marca y la creación de una imagen corporativa.
2. **Capacidad Financiera - Acceso a capital:** explorar en el mercado financiero alternativas de líneas de crédito especial enfocados a la pequeña empresa
3. **Productividad - Calidad:** Diseño de indicadores de productividad y tableros de control de ventas, estimulando a todos los empleados través de incentivos de acuerdo con los resultados en las ventas.

Estrategias FA

1. **Capacidad Tecnológica:** generar alianzas estratégicas con distribuidores obteniendo materia prima de alta calidad a precios favorables
2. **Generación de oportunidades laborales:** contar con un equipo de trabajo fijo y generar alternativas de empleo temporal para los meses con mayor producción.

3. **Promociones - Mercadeo:** proyectar y definir campañas que permitan el reconocimiento y el posicionamiento de la marca, establecer descuentos especiales.

Estrategias DA

1. **Recordación - Fidelidad:** Incentivos a los clientes a través de premios por su fidelidad y por referencia de nuevos clientes
2. **Eventos y material promocional POP:** regalos a los clientes por la compra del producto con la marca de la empresa (llaveros, stickers, esferos, tapabocas desechable) con el fin de lograr que la marca permanezca en la mente de los clientes.
3. **Posicionamiento de la marca:** campañas a través de la app donde se compare el producto con la competencia destacando la calidad y los precios bajos.

Retos Estratégicos

- *Lograr apalancamiento y consecución de capital*
- *Lograr posicionamiento de marca y fidelidad en los clientes*
- *Tener una participación importante en el mercado*

Principios y Valores Corporativos

Importancia en el detalle, trabajo bien hecho, con calidad y en equipo, orientación al cliente, comunicación efectiva, buen clima laboral, compromiso, puntualidad y respeto.

Misión

Personal Jacket, empresa dedicada a la confección, producción y comercialización de chaquetas antifluido con diseños innovadores y materiales que proporcionan bioseguridad. Logrando con ello satisfacer la necesidad de los consumidores ofreciendo productos con altos estándares de calidad y variedad, pero sobre todo un toque de personalización a través una página Web.

Visión

En el año 2025 Personal Jacket Será una empresa líder a nivel nacional en el mercado de prendas de protección innovando en productos brindando satisfacción a nuestros clientes con conceptos de moda para así llegar a ser reconocidos por la calidad de nuestros productos

Historia, Hitos

Frente al nuevo virus presentado en el año 2019 llamado COVID-19, ha afectado de distintas maneras en función de cada persona distintas variables.

Tal como lo explica (Minsalud, 2020) La mayoría de las personas que se contagian presentan síntomas de intensidad leve o moderada, y se recuperan sin necesidad de hospitalización y se transmite principalmente a través de las gotículas generadas cuando una persona infectada tose, estornuda o espira. Estas gotículas son demasiado pesadas para permanecer suspendidas en el aire y caen rápidamente sobre el suelo o las superficies. A partir de esta explicación del cómo se puede transmitir, surge la idea de negocio de personal jacket como idea de innovación creando una chaqueta de material antilíquido, este material según fuente (texdesigncr, 2020) su principal característica y de la cual procede su nombre, es la capacidad de repeler los líquidos, esto la convierte en la mejor opción para el desempeño de labores y actividades cotidianas para personas que tienen probabilidad de contacto con fluidos que contengan el virus, además está hecha de las fibras sintéticas, estas pueden ser muy frescas y resultar mucho más livianas, lo cual se ve reflejado en mayor comodidad para el desempeño de las labores diarias y son telas con tecnología antilíquido que le dan una resistencia y durabilidad a las prendas superior a las fibras naturales, por lo que, si usan productos confeccionados con telas de buena calidad, Las prendas deberían resistir el embate del tiempo y el uso constante de una forma satisfactoria. Teniendo en cuenta que día a día se está en constante comunicación con el espacio exterior y la comunidad que de ahí provienen varios virus difíciles de manejar, lo ideal es que a través de una chaqueta en antilíquido se puedan contrarrestar estos virus evitando que se generen contagios de los clientes potenciales en la comunidad de USME, sabiendo que en la localidad se mueven los estratos 1, 2 y 3 que son aquellos que a pesar de la pandemia debieron seguir circulando en medio de la ciudad para emplearse en los distintos lugares, es importante resaltar que por lo general los habitantes para llegar al destino de trabajo debe recorrer largas distancias en medios de transporte público que en muchas ocasiones estos no están bajo todos los protocolos de cuidado y el riesgo que se corre es exagerado.

Módulo 7. Investigación de mercados

Personal Jacket define la presente investigación de mercado para la vinculación de los clientes frente al E-commerce con la idea de negocio a través de datos identificables, la definición de problemas y oportunidades que puedan presentarse

La investigación que lleva a su cargo Personal Jacket concede a las participantes tareas del estudio profundo de mercado llevado en conjunto con el marketing digital seguido de la protección a enfermedades presentes, que posteriormente deben ser evaluadas en indicadores de desempeño para poder concluir la viabilidad de la idea de negocio.

La investigación de mercados es una herramienta que permite identificar las necesidades o los defectos que se pueden presentar para con ello identificar soluciones que permitan solucionar de manera efectiva las necesidades de los clientes. Las principales teorías de la administración que consideramos pertinentes tener en cuenta para el desarrollo del presente trabajo son:

Teoría de relaciones humanas

(castillero, 2020) Fue desarrollada por Elton Mayo y sus colaboradores, surgió en los Estados Unidos, como consecuencia de los resultados obtenidos en el experimento de Hawthorne. Fue un movimiento de reacción y de oposición a la teoría clásica de la administración. En esta teoría encontramos todo lo contrario a las demás. Es decir, en las dos teorías anteriores (teoría científica y teoría clásica) la importancia del administrador se centraba en la preocupación por el aumento de producción sin importar el estado psicológico de un empleado, solo pensaban en el bienestar de los empleados en cuanto a las condiciones en que se encontraban para que produjeran más y la organización rígida para que no perdieran tiempo. Aunque el objetivo de las tres es aumentar la eficiencia del empleado. Está en cambio de las dos anteriores se preocupaba por el estado psicológico en el que se encontraba un empleado, que incluía sus estados de ánimo, la relación con sus compañeros, el estado en que se sentía dentro de la empresa, entre otros. (hace énfasis en los individuos como personas).

Teoría neoclásica

(Enciclopedia Economica, 2020) Los neoclásicos pretenden colocar cada cosa en su lugar, es así como toman los postulados de la teoría clásica precisando nuevas dimensiones y reestructurándolo de acuerdo con la época actual, obteniendo resultados más amplios y flexibles.

Teoría estructuralista

(UNAD 2019) Dando lugar así al relucir del estructuralismo como modelo del pensamiento administrativo, en donde se replanteo el resurgimiento de la sociología de la burocracia a partir de los postulados de Max Weber.

Logrando que la teoría estructuralista fusionara los aportes más relevantes de ambos pensamientos consolidando de tal forma que la organización adoptara una visión formal e informal suprimiendo los posibles extremos y enfatizando su base en la jerarquización.

Evidenciando un nuevo auge en la conceptualización administrativa eliminando las obstaculizaciones generadas por los mecanismos e imparcialidad clásica y la fragilidad y fraternidad humanística abriendo espacio al acople y mejoramiento del modelo organizacional.

Teoría del comportamiento

(Rhenals, 2008) La teoría del comportamiento de la administración significo una nueva dirección y un nuevo enfoque en la teoría administrativa: el enfoque de las ciencias del comportamiento, el abandono de las posiciones normativas y prescriptivas de las teorías anteriores y la adopción de posiciones explicativas y descriptivas. El énfasis permanece en las personas, pero dentro del contexto organizacional.

La teoría del comportamiento en la administración tiene su mayor exponente en Herbert Alexander simón, curiosamente ganador del premio nobel de economía de 1978 Chester Bernard, Douglas Mcgregor, Renis Likert, etc.

Marco espacial

El negocio que se desea desarrollar se ubicará en Colombia, en la ciudad, Bogotá D.C., (maps, 2021) así mismo este se localizará en la localidad de Usme (Localidad 5), específicamente en la UPZ Santa librada (Unidad de Planteamiento Zonal).

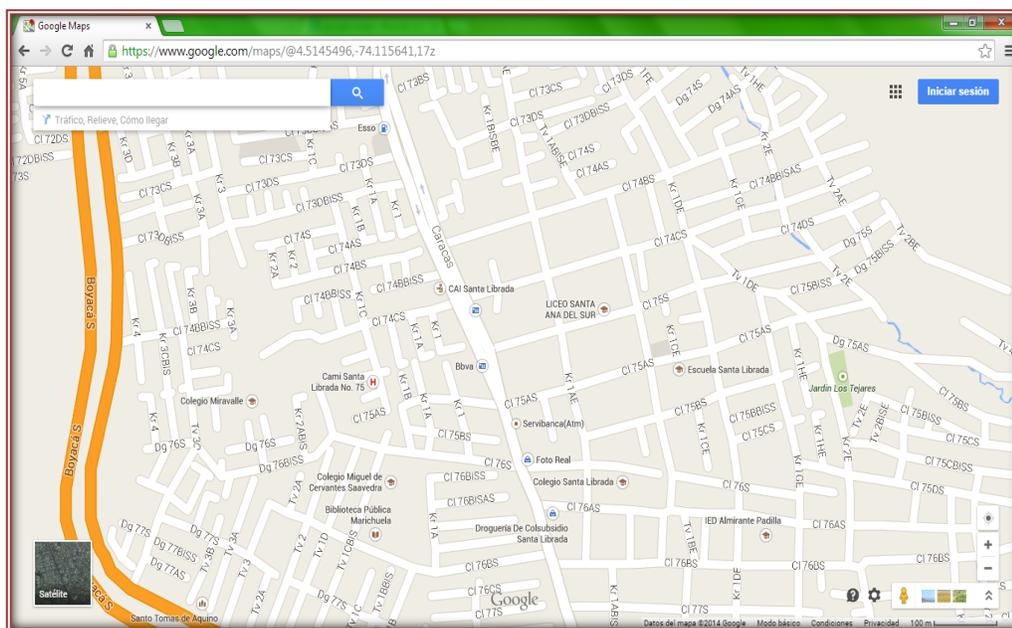


Ilustración 3 Mapa localidad Usme

Fuente: Google mapas

El proyecto se ubica en (maps, 2021) Localidad Usme Con relación a los escenarios de riesgos Avenida Torrencial y Creciente Súbita, pueden estar asociados principalmente a la falta de cultura ciudadana, sentido de pertenencia y adherencia a políticas ambientales por parte de la comunidad. En algunos barrios con asentamientos ilegales se evidencia este tipo de contaminación debido a construcciones en sectores con condiciones mínimas de habitabilidad que no cuenta con acceso vehicular para una adecuada recolección de residuos sólidos como servicio público

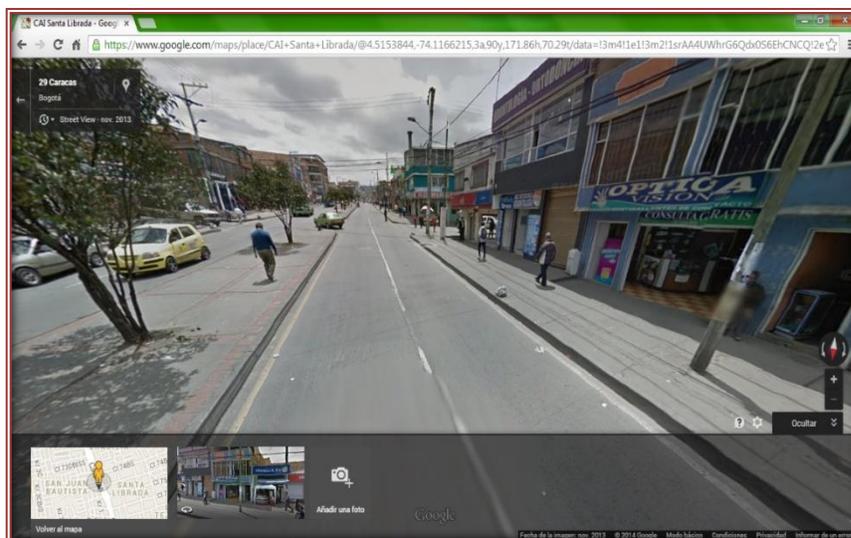


Ilustración 4 Mapa barrio Usme

Fuente: Google mapas

Marco Legal

Marco legal para el sector textil y confecciones

Este marco tiene como propósito contextualizar al lector sobre la normatividad colombiana que rige el sector textil, teniendo en cuenta que es uno de los sectores más dinámicos en la economía y tiene buen posicionamiento por la calidad de los productos y diseños exclusivos. Colombia ha tomado todas estas cualidades a su favor y sumado a la estupenda posición geográfica ha realizado una serie de tratados convirtiéndose en una plataforma exportadora para la industria, ampliando así las posibilidades para los productores y comercializadores:

La República de Colombia ha suscrito acuerdos comerciales que prevén para el sector textil y confecciones mecanismos para adquirir de terceros países materiales o insumos considerados de escaso abasto, después de agotar el trámite interno para su consecución:

- Ley 172 de 1994 aprobó el Tratado de Libre Comercio entre los Estados Mexicanos y la República de Colombia.
- Ley 1143 de 2007 aprobó el Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América

- Ley 1241 de 2008 aprobó el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países del Triángulo Norte
 - Ley 1363 de 2009 aprobó el Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y Canadá.
 - Decreto 1074 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
 - Capítulo 5, procedimiento para la elaboración de listas de materiales e insumos de escaso abasto para el sector textil y confecciones en Colombia”
 - Decreto 1351 de 2016, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
 - Capítulo 5, procedimiento para la elaboración de listas de materiales e insumos de escaso abasto para el sector textil y confecciones en Colombia”
 - Decreto 1745 de 2016, “Por el cual se adoptan medidas para la prevención y el control del fraude aduanero en las importaciones de confecciones y calzado, medidas aduaneras para identificar y hacer control aduanero sobre este tipo de operaciones donde el precio de las mercancías es anormalmente bajo, convirtiéndolas en operaciones con un alto perfil de riesgo.
 - (APC) TLC con Estados Unidos firmado el 22 de noviembre de 2006, vigente desde el 15 de mayo de 2012, brinda el beneficio de desgravación arancelaria en ambos sentidos.
 - Mercosur: En el año 2004 fue suscrito el acuerdo de complementación económica Mercosur entre los países de Colombia, Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay; y en el año 2005 entra en vigencia. Es un acuerdo de preferencias comerciales que para Colombia significa una gran oportunidad para acceder a mercados cercanos geográficamente.
 - CAN: La comunidad Andina es un acuerdo de integración y cooperación entre los siguientes países: PRINCIPALES TLC SUSCRITOS POR COLOMBIA Y SU INFLUENCIA EN EL SECTOR... 26 Países Miembros son: Ecuador, Bolivia, Colombia y Perú. Países asociados son: Brasil, Argentina, Uruguay, Chile y Paraguay. País observador: España

- **ALIANZA DEL PACIFICO**, Actualmente el comercio de Colombia con los países de la Alianza se encuentra desgravado 100% en las posiciones arancelarias relacionadas con confecciones.

Además, la Alianza (México, Perú, Chile y Colombia) permite la incorporación de bienes intermedios e insumos de cualquier país del grupo en el bien final para exportar a los países miembros. Esto quiere decir que, al momento de confeccionar una prenda de vestir, el empresario puede usar materias primas de Chile y México, para exportar el bien final a Perú, gozando de la preferencia arancelaria.

Metodología

La metodología que se le dará a la investigación será de característica cualitativa por medio de una encuesta realizada a la muestra de una población del sur de Bogotá, esta con la finalidad de recolección de datos de las opiniones frente a la problemática y objetivos trazados anteriormente.

Mercado potencial

El mercado potencial son las 348.334 (Secretaria Distrital, 2020) numero de población que habita en la localidad 5ta USME ya que son las que podría comprar el producto por su cercanía al lugar donde se produce y comercializa el producto.



Ilustración 5 Contexto sociodemográfico

Fuente: (Secretaria Distrital, 2020)

Población Bogotá por Localidades:

Ilustración 6 Población Bogotá

Localidad	2019			Proporción	
	Hombres	Mujeres	Total		
1	Usaquén	221.576	254.608	476.184	5,8
2	Chapinero	60.592	65.158	125.750	1,5
3	Santa Fe	46.763	45.727	92.490	1,1
4	San Cristóbal	189.378	200.567	389.945	4,7
6	Tunjuelito	91.695	93.048	184.743	2,2
7	Bosa	378.186	398.177	776.363	9,4
8	Kennedy	611.659	640.355	1.252.014	15,1
9	Fontibón	204.903	229.543	434.446	5,2
10	Engativá	427.470	460.416	887.886	10,7
12	Barrios Unidos	138.503	134.893	273.396	3,3
13	Teusaquillo	66.684	73.092	139.776	1,7
14	Los Mártires	47.189	45.566	92.755	1,1
15	Antonio Nariño	53.823	55.281	109.104	1,3
16	Puente Aranda	107.562	107.629	215.191	2,6
17	La Candelaria	11.891	10.150	22.041	0,3
18	Rafael Uribe Uribe	168.858	176.132	344.990	4,2
19	Ciudad Bolívar	371.732	390.452	762.184	9,2
20	Sumapaz (Rural)	3.939	3.772	7.711	0,1
Total		4.014.441	4.266.589	8.281.030	100

Tabla 4 Población Bogotá

Fuente: Secretaria Distrital de Planeación (SDP). Subsecretaria de Información y Estudios Estratégicos. Dirección de Estudios Macro. Boletín No.69 Bogotá ciudad de estadísticas. Proyecciones de Población por Localidades para Bogotá 2016-2020.

Segmentación del mercado

Se obtiene una estimación del mercado objetivo para la empresa, se tienen en cuenta las siguientes características:

Sexo: femenino y masculino

Edad: 18 a 50 años

Estratos: 1 a 4, pues se considera que las chaquetas están al alcance de todas las personas, además de esto en la mayoría de las familias sin importar el estrato.

El mercado objetivo de Personal Jacket se centra en mujeres y hombres que tengan acceso a internet, además de ello sepan utilizar las herramientas tecnológicas para la creación de la prenda, adicional a ello se desprende de la necesidad del cuidado personal frente a la pandemia COVID-19.

Mercado objetivo

Son hombres y mujeres con ingresos superiores a 1 SMLV y padres de familia de niños mayores de 5 años. Según el plan de desarrollo de USME Esta localidad se caracteriza porque gran parte de la población trabaja en otras localidades, en oficios generales y técnicos, siendo la localidad el sitio de descanso, es decir que la mayoría de los habitantes devengan 1 o más SMLV para saber más sobre nuestros clientes objetivos se realizó una encuesta en la cual los clientes son personas que les gusta utilizar chaquetas y son personas sencillas que siempre buscan comodidad al hora de utilizar sus prendas de vestir

Instrumento

Se realizó una encuesta a residentes del barrio Usme para indagar el nivel de confianza y la probabilidad de ventas en el sector, esta fue de manera aleatoria a personas mayores de edad

quienes se mostraron interesados por la propuesta y se mostraron los siguientes análisis a las respuestas dadas.

Encuesta inicial anteproyecto: Muestreo aleatorio estratificado

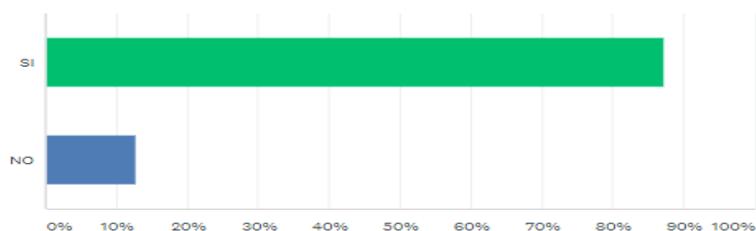
PERSONAL JACKET	FORMATO		Versión 1
	FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO		1001
			FECHA EDICION 25-08-2020
DATOS MUESTRALES			
UNIVERSO (N):	3	OBJETIVO DE LA ENCUESTA: : Obtener información relevante acerca del mercado objetivo en la localidad de Usme, para estudiar la viabilidad de aceptación de las chaquetas de personas a 20 y 45 años que deben salir a laborar diariamente y teniendo en cuenta el virus latente en medio de la población es importante adquirir medios que nos proteja la comunidad y disminuir el riesgo de enfermedad y mortalidad	
Nivel de confianza (Z)	90%	Muestreo Aleatorio Estratificado $n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$	
Probabilidad a favor (p)	0,5		
Probabilidad en contra (q)	0,5		
Error de estimación (e)	10%		
TAMAÑO MUESTRA (n):			
Tipo de encuestas:	Telefónica	Fecha de realización:	25/08/2020
INFORMACION BENEFICIARIOS			
Producto y/o Servicio	Unidad	No. beneficiarios	Muestra calculada
Chaquetas Antifluído	68	3	68

Ilustración 7 Formato Encuesta N. 1

Análisis y tabulación de resultados:

¿COMPRA USTED CHAQUETAS?

Answered: 39 Skipped: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
SI	87,18 %
NO	12,82 %
TOTAL	

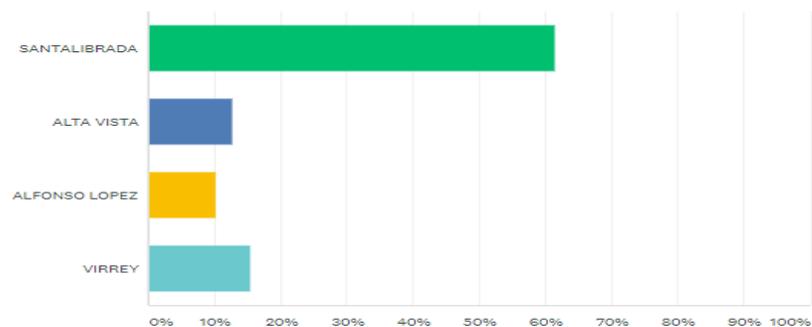
Gráfico 1 Análisis pregunta 1 encuesta 1

Analisis:

De 68 personas encuestadas, el 87,18% si compran chaquetas, lo que quiere decir que muy probablemente las chaquetas si serian aceptadas por el mercado

¿QUE LUGARES DE LA LOCALIDAD DE USME SUELE FRECUENTAR PARA COMPRA DE CHAQUETAS?

Answered: 39 Skipped: 1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ SANTALIBRADA	61,54 % 2
▼ ALTA VISTA	12,82 % .
▼ ALFONSO LOPEZ	10,26 % .
▼ VIRREY	15,38 % .
TOTAL	39

Gráfico 2 Análisis pregunta 2 encuesta 1

Analisis:

De las 68 personas encuestadas el 61.54% prefieren comprar ropa en Santalibrada, por lo cual el lugar más factible para la puesta de la empresa seria Santalibrada.

¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA CHAQUETAS?

Answered: 40 Skipped: 0

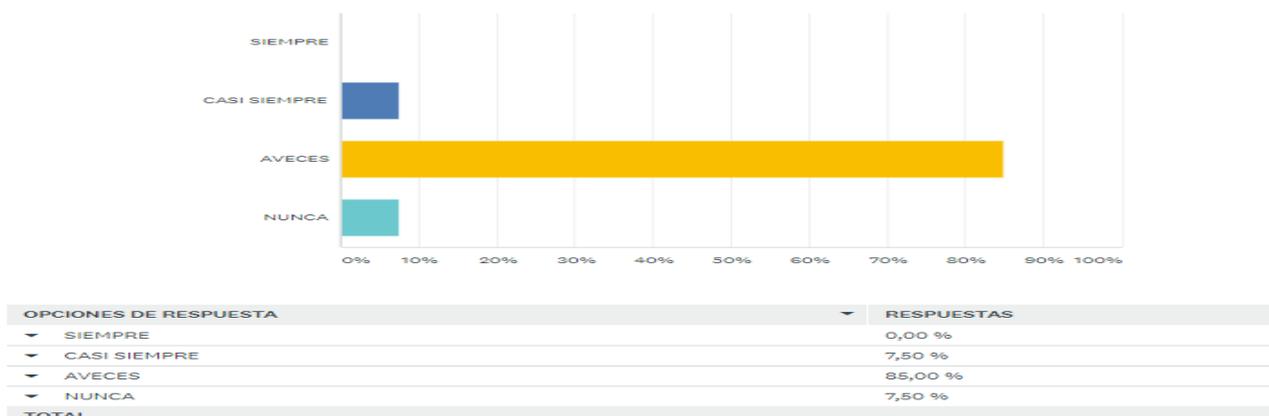


Gráfico 3 Análisis pregunta 3 encuesta 1

Analisis

De las 68 personas encuestadas el 85% compran chaquetas, a veces al año, esto no aporta mucho para la creación de la empresa, ya que se necesita que las ventas sean constantes, aunque todas las personas no compran al mismo tiempo, por lo que la empresa si mantendría buenas ventas.

¿QUE NIVEL DE IMPACTO HA GENERADO EN USTED Y EN SU FAMILIA EL COVID 19?

Answered: 40 Skipped: 0

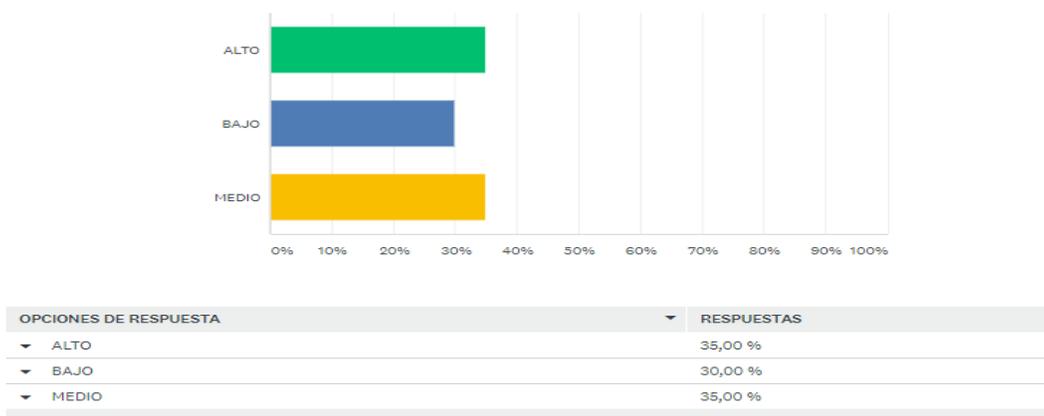


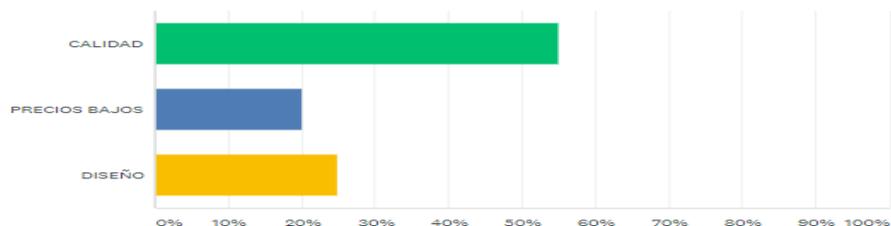
Gráfico 4 Análisis pregunta 4 encuesta 1

Analisis

De las 68 personas encuestadas se muestra un estandar entre bajo, medio y alto del impacto que ha generado el covid-19 en las familias, se puede deducir que hay el 35% con impacto alto, pueden llegar a requerir el producto

¿QUE ASPECTOS TIENE EN CUENTA AL COMPRAR CHAQUETAS ?

Answered: 40 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ CALIDAD	55,00 %
▼ PRECIOS BAJOS	20,00 %
▼ DISEÑO	25,00 %
TOTAL	

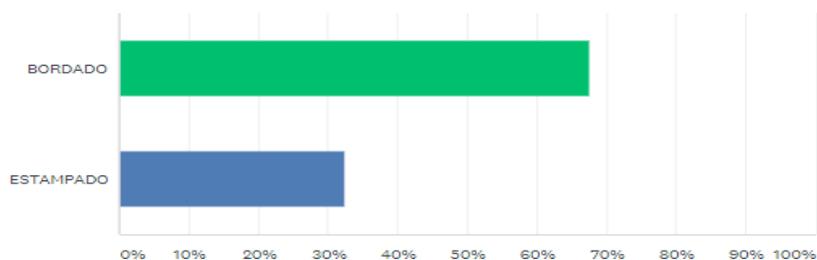
Gráfico 5 Análisis pregunta 5 encuesta 1

Analisis

De las 68 personas encuestadas el 56% tienen en cuenta la calidad de sus productos, por lo tanto es bueno dado a que el proyecto brinda este componente en el producto

¿COMO PREFIERE LOS DISEÑOS EN LAS CHAQUETAS?

Answered: 40 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ BORDADO	67,50 %
▼ ESTAMPADO	32,50 %
TOTAL	

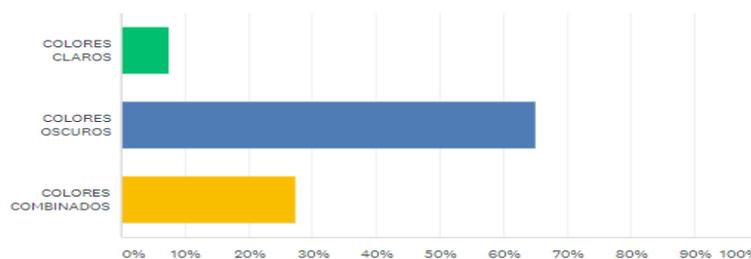
Gráfico 6 Análisis pregunta 6 encuesta 1

Analisis

De las 68 personas encuestadas el 67.50% prefieren que las chaquetas se han bordadas y el 32.50% estampadas, contamos con las dos alternativas.

¿QUE TIPO DE COLORES LE GUSTA EN LAS CHAQUETAS ?

Answered: 40 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ COLORES CLAROS	7,50 %
▼ COLORES OSCUROS	65,00 %
▼ COLORES COMBINADOS	27,50 %
TOTAL	

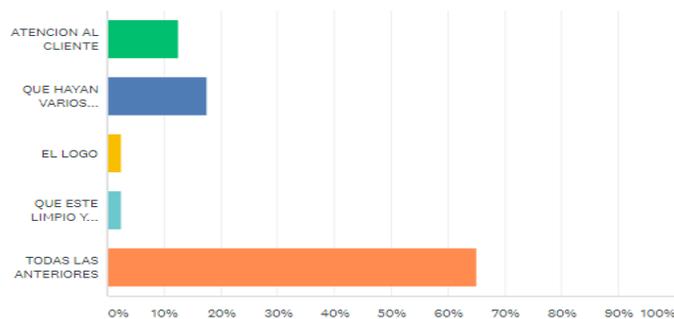
Gráfico 7 Análisis pregunta 7 encuesta 1

Análisis

De las 68 personas encuestadas prefieren los colores oscuros con un 65%, dado que en la producción debemos enfatizar en productos con colores oscuros y combinado que fueron aquellos que presentaron mayor porcentaje

¿QUE LE LLAMA LA ATENCION DE UNA EMPRESA CUANDO VA A COMPRAR CHAQUETAS?

Answered: 40 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
ATENCION AL CLIENTE	12,50 % 5
QUE HAYAN VARIOS MOSTRARIOS DE CHAQUETAS	17,50 % 7
EL LOGO	2,50 % 1
QUE ESTE LIMPIO Y ORDENADO	2,50 % 1

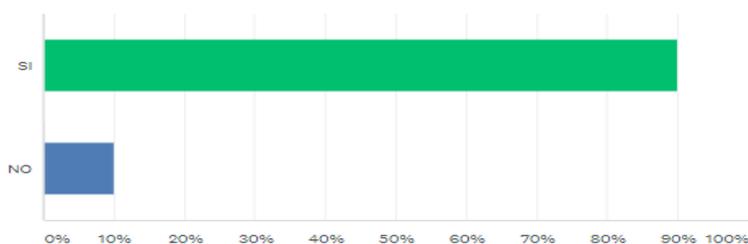
Gráfico 8 Análisis pregunta 8 encuesta 1

Análisis

De las 68 personas encuestadas con un 65% tienen en cuenta todas las variables como atención al cliente, variedad, limpieza, y logo que representa la empresa

¿COMPRARIA UNA CHAQUETA QUE AYUDE A PREVENIR EL COVID CON TAPABOCAS?

Answered: 40 Skipped: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
SI	90,00 %
NO	10,00 %
TOTAL	

Gráfico 9 Análisis pregunta 9 encuesta 1

Análisis

De las 68 personas encuestadas comprarían una chaqueta con tapabocas que los ayude a prevenir el covid-19 con un 90%, por lo tanto, es aceptable el producto en el mercado

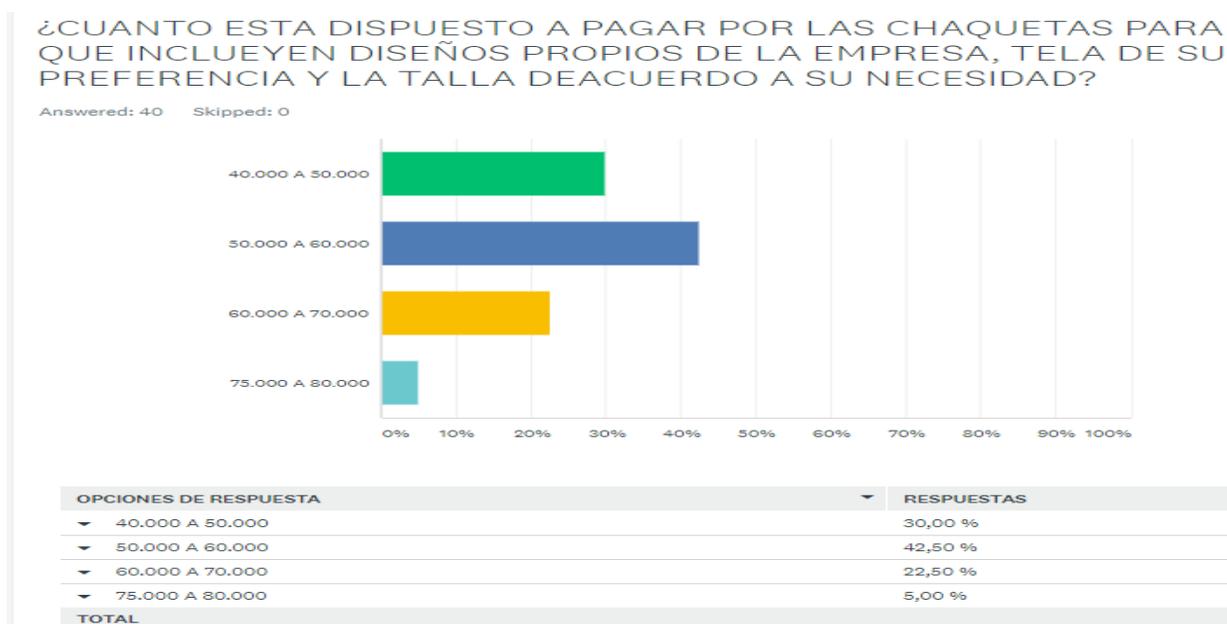


Gráfico 10 Análisis pregunta 10 encuesta 1

Análisis

De las 68 personas encuestadas con un 42.50% comprarían una chaqueta con el precio estándar entre 50.000 - 60.000, por lo tanto, el producto no debe exceder esos costos para que estén al alcance de la población

Segunda encuesta realizada: Muestreo aleatorio estratificado

MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO	5,0%
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	348.334
Tamaño para un nivel de confianza del 95%	384
Tamaño para un nivel de confianza del 97%	470
Tamaño para un nivel de confianza del 99%	664

Ilustración 8 Muestreo Aleatorio Encuesta 2.

Cálculo de la muestra tomado de formulación Excel (Universidad Granada, 2018)

Personal Jacket se enfoca en el tamaño para un nivel de confianza del 95%, de esta manera obtiene 384 encuestados de la localidad de Usme.

A continuación, se realiza el análisis y la tabulación respectiva a los datos:

¿En que factor te basas al elegir una chaqueta ?

384 respuestas

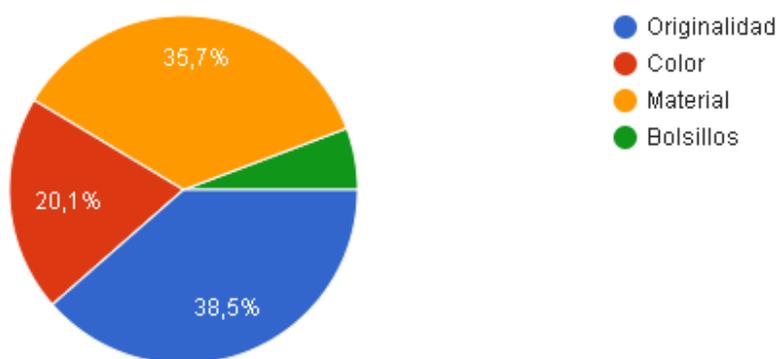


Gráfico 11 Análisis pregunta 1 encuesta 2

- 35.5%- **148** encuestados prefieren la originalidad al momento de elegir una chaqueta.
- 35.7% - **137** Encuestados prefieren el material al momento de elegir una chaqueta.
- 20.1% -**77** Encuestados se basan en el color al elegir una chaqueta.
- 5.7% -**22** Encuestados responden que el factor al elegir una chaqueta son sus bolsillos.

Lo anterior puede concluir que la originalidad o particularidad de una chaqueta es la que más llama la atención de los encuestados, seguida del material y el color, de esta manera Personal Jacket cumple y desea enfocarse en la personalización de la prenda y como estrategia se tendría que jugar con los materiales para que el cliente pueda decidir finalmente su mejor prenda.

¿Qué hace que vuelvas a una tienda?

384 respuestas

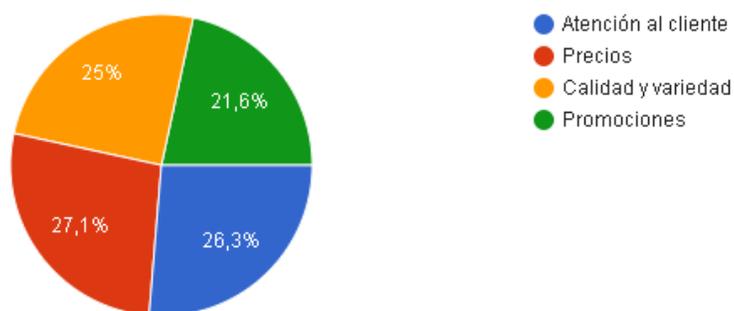


Gráfico 12 Análisis pregunta 2 encuesta 2

- 27.1%-**104** Encuestados siempre vuelven a una tienda por sus precios.
- 26.3%-**101** Encuestados siempre vuelven a una tienda cuya atención al cliente fue satisfactoria.
- 25% -**96** Encuestados vuelven a una tienda que le brinde calidad y variedad en sus productos.
- 21.6%-**83** Encuestados vuelven a una tienda que tenga promociones.

Los 384 encuestados en esta pregunta muestra que los factores mencionados como opción de respuesta son de igual importancia para un negocio. Brindarle al cliente lo mejor de su preferencia es la mejor manera de captar su fidelización.

¿ Con que frecuencia compras chaquetas?

384 respuestas

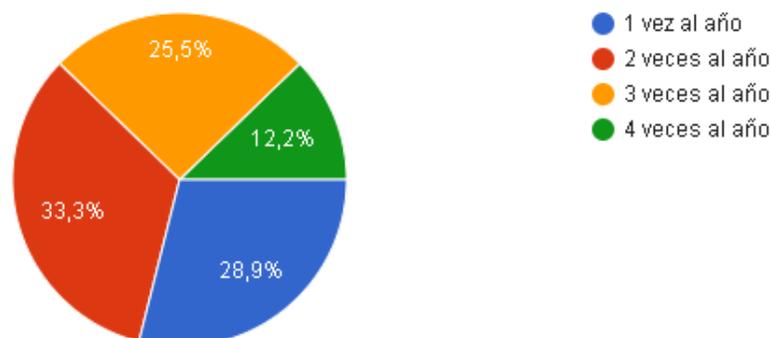


Gráfico 13 Análisis pregunta 3 encuesta 2

- 33.3%-**128** Encuestados compran chaquetas 2 veces al año
- 28.9%-**111** Encuestados compran chaquetas 1 vez al año
- 25.5%-**98** Encuestados compran chaquetas 3 veces al año
- 12.2%-**47** Encuestados compran chaquetas 4 veces al año

De la respuesta anterior se concluye que el cliente objetivo compra con más frecuencia 2 veces al año chaquetas, sin embargo, no se podrían descartar las demás opciones para una posible proyección de ventas según su periodicidad de compra.

¿Cuánto dinero en promedio inviertes en la compra de una chaqueta?

384 respuestas

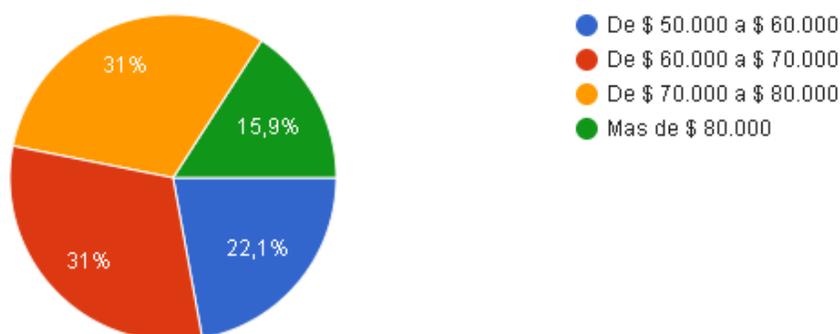


Gráfico 14 Análisis pregunta 4 encuesta 2

- 31%-**119** Encuestados compran chaquetas con un rango de \$60.000 a \$70.000 pesos
- 31%-**119** Encuestados Compran chaquetas con un rango de precio de \$70.000 a \$80.000 pesos.
- 22.1%-**85** Encuestados compran chaquetas con un rango de valor de \$50.000 a \$60.000 pesos.
- 15.9%-**61** Encuestados compran chaquetas de más de \$ 80.000

La encuesta en esta respuesta pauta que estamos dentro del rango de precio que el cliente espera en promedio gastar en una chaqueta, se debe tener en cuenta que al momento de la personalización de la chaqueta el precio puede variar frente a la caracterización individual que el cliente requiere.

En una tienda de chaquetas ¿Qué artículos adicionales te gustaría encontrar para combinarla?

384 respuestas

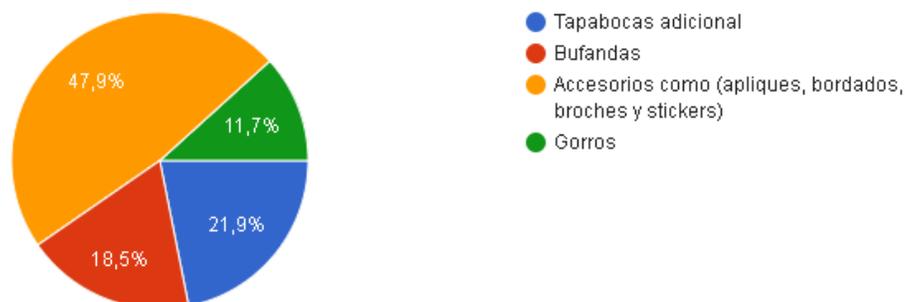


Gráfico 15 Análisis pregunta 5 encuesta 2

- 47.9%-**184** Encuestados le gustaría adquirir un accesorio adicional tales como apliques, bordados, broches y stickers
- 21.9%-**84** Encuestados les gustaría combinar su chaqueta con tapabocas adicional.
- 18.5%-**71** Encuestados les gustaría adquirir bufandas como adicional a la chaqueta
- 11.7%-**45** Encuestados les gustaría combinar su chaqueta con un gorro.

De lo anterior se analiza que el mayor rango de porcentaje se centra en el plus de la idea de negocio, lo cual es la personalización de la prenda con el accesorio o el agregado que se desee, adicional las demás respuestas son muy valiosas ya que se puede implementar en una tienda de chaquetas artículos adicionales los cuales se pueden combinar con su prenda adquirida.

¿Utilizarías una página web para realizar el diseño de su chaqueta ?

384 respuestas

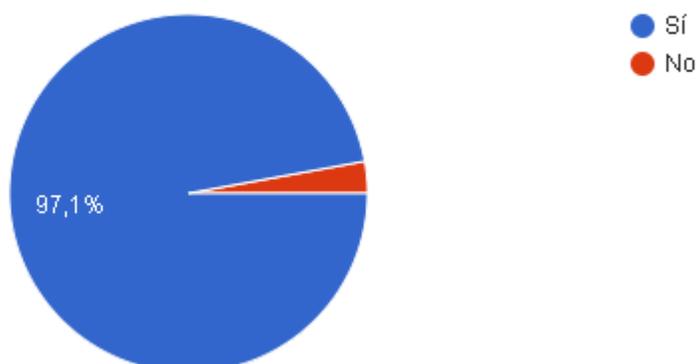


Gráfico 16 Análisis pregunta 6 encuesta 2

- 97.1%-**373** Encuestados expresa que Si utilizase una página web para diseñar la chaqueta.
- 2.9%-**11** Encuestados expresa que No utilizaría una página web para diseñar la chaqueta

Lo anterior genera satisfacción Personal Jacket, ya que la innovación de la idea de negocio se centra en la tecnología actual y de esta manera la encuesta demostró que en mayoría la muestra de la población está de acuerdo con la implementación tecnológica y se familiariza con la misma.

¿Realizaría la compra de su chaqueta de manera virtual, si es de manera segura?

384 respuestas

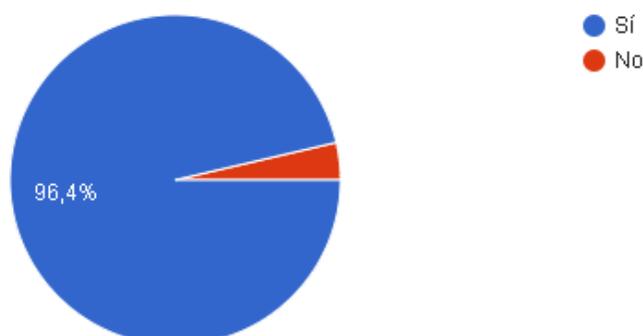


Gráfico 17 Análisis pregunta 7 encuesta 2

- 96.4%-**370** Encuestados Si comprasen chaqueta de manera virtual, si esta se realiza de manera segura
- 3.6%-**14** Encuestados No comprarían una chaqueta de manera virtual.

Consiguiente a las respuestas recibidas de igual manera se confirma que la muestra de la población estudiada esta de la mano con la tecnología y muy poco porcentaje aún no se muestra seguro en las compras por internet.

¿El cuidado personal frente al virus Covid-19 es importante en su vida cotidiana ?

384 respuestas

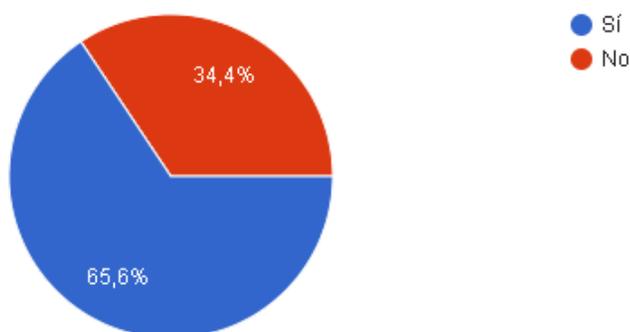


Gráfico 18 Análisis pregunta 8 encuesta 2

- 65.6%-**252** Encuestados responden SI al cuidado personal frente al Covid-19 en su vida cotidiana.

- 34.4%-**132** Encuestados responden NO al cuidado personal frente al Covid-19 en su vida cotidiana.

La situación actual frente al Covid-19 tiene bastantes opiniones frente a su cuidado, sin embargo, en mayoría de porcentaje sigue siendo importante para su vida cotidiana los cuidados personales.

¿Estaría dispuesto a comprar una chaqueta para fortalecer su cuidado personal frente al Covid-19?

384 respuestas

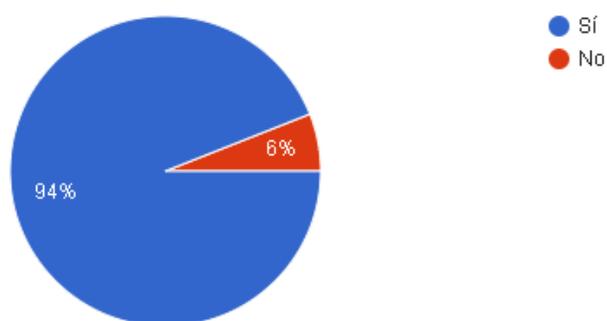


Gráfico 19 Análisis pregunta 9 encuesta 2

- 94%-**361** Encuestados responden SI al comprar chaquetas que les ayude al cuidado frente al Covid-19.
- 6%-**23** Encuestados responden NO al comprar chaquetas que les ayude con el cuidado frente al Covid-19.

Consiguiente a lo anterior la venta de las chaquetas son de gran ayuda para los encuestados ya que si las adquiriesen en su mayoría para el cuidado frente al virus Covid-19 actual

¿Qué beneficios cree que brinda la tela anti fluido?

384 respuestas



Gráfico 20 Análisis pregunta 10 encuesta 2

- 39.6%-**152** Encuestados Reconocen todos los beneficios que se expusieron como opción de respuesta. Están de acuerdo con los beneficios frente a que repele fluidos, es fácil de lavar, es liviana, cómoda, seca rápidamente y no se encoge ni estira.
- 19.3%-**74** Encuestados se familiarizan respecto al beneficio de la tela antiluido respecto a que repele fluidos y es fácil de lavar.
- 17.4%-**67** Encuestados se familiarizan respecto al beneficio de la tela antiluido respecto a que no se encoge ni se estira.
- 15.6%-**60** Encuestados se familiarizan respecto al beneficio de la tela antiluido respecto a que es liviana, cómoda y seca rápidamente.
- 7.8%-**30** Encuestados no conocen los beneficios de la tela antiluido.
- 0.3%-**1** Encuestado respondió, Otros y aporoto otro beneficio de la tela antiluido la cual es que este tipo de tela no se decolora.

La encuesta en esta pregunta contempla que la mayoría de los encuestados conocen los beneficios de la tela antiluido, otros conocen uno de los beneficios que esta tela brinda y un encuestado aporoto otro beneficio de la tela antiluido.

Consumo aparente

El mercado aparente el cual es igual al mercado potencial de la localidad de Usme, esto genera un resultado de 384.381 personas. Teniendo en cuenta que a finales del año 2019 se crea la necesidad de usar prendas de material antiluido para la protección del virus covid-19 y

conociendo que las personas de Usme son los directamente implicados al ser trabajadores que se desempeñan en áreas administrativas, producción y servicio al cliente están expuestos en todo tiempo al contacto y comunicación con personas, aunque muchas de las entidades se acogen a las normas para seguir funcionando en medio de la economía hay síntomas del virus que son difíciles de conocer y puede que las personas presenten los síntomas después de 14 días de incubación del virus, por lo tanto se estima que toda la población de Usme son parte del consumo de chaquetas y hacen parte del consumo aparente.

Consumo per cápita

Teniendo en cuenta que la localidad está conformada por 348.334 personas, se puede analizar según la anterior información recolectada en la página web que se cita posterior al análisis, que cada persona gasta aproximadamente \$100.000 o más en ropa. Las personas de la localidad de Usme ganan aproximadamente 2 S.M.L.V. o más por familia, lo cual significa que la población al obtener como una necesidad principal dará lugar de sus ingresos para la compra de prendas de vestir y entre ellas estará la compra de chaquetas. En estos últimos años la población de la localidad de USME ha crecido al igual que la calidad de vida y el interés del cuidado personal considerando que como trabajadores deben desplazarse a distintos lugares y por ende este da una exposición frente al virus Covid-19

Principales competidores

Se analizara la competencia directa de la empresa PERSONAL JACKET que es una comercializadora de chaquetas para personas entre 18 y 50 años competidores directos de la empresa que también comercializan el mismo producto (chaquetas) con sus respectivas variables son : Falabella que es una empresa productora de chaquetas ubicada en Bogotá su mercado son unas chaquetas de diferentes colores y diferentes tallas esta empresa tienen en particular una característica que lo diferencia que son chaquetas doble fas, el segundo competidor directo es la empresa Lafayette esta es una empresa ubicada en Bogotá en el sector textil ya que es una empresa que fabrica chaquetas de distintos motivos y diferentes modelos , el

tercer competidor es la empresa marketing personal ya que es una empresa manufacturera de chaquetas con estilos únicos esta empresa está ubicada en Bogotá

Precios de la competencia.

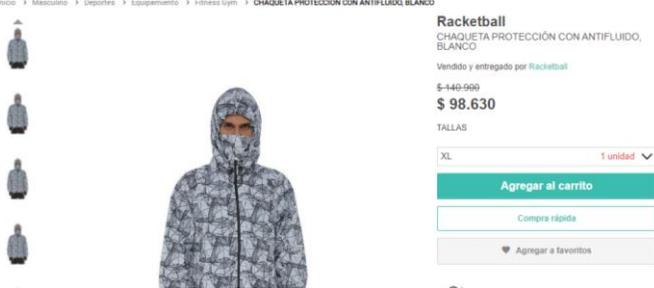
EMPRESA	Precio promedio
<p>FALABELLA</p>	<p>121.500</p>  <p>(Falabella, 2020)</p>
<p>DAFITI</p>	<p>98.630</p>  <p>(Dafiti, 2020)</p>

Tabla 5 Precios de la competencia

El cuadro anteriormente expuesto nos muestra los precios expuestos por las organizaciones que son fabricantes especialmente en chaquetas otros artículos ya viendo los precios entramos con un margen de promedio de \$ 60.000 pesos la prenda de nuestro producto con un material de muy buena calidad adecuado como lo es el antiluido y demás telas para sí tener una buena satisfacción del cliente y cumplir con su necesidad.

Competidor 1. FALABELLA

Como uno de los competidores directos es Falabella, dado a que presenta el producto que ofreceremos y su origen se remonta a 1889, cuando Salvatore Falabella abre la primera gran sastrería en Chile. Posteriormente, con la vinculación de Alberto Solari, la tienda se fortalece aún más al introducir nuevos productos relacionados con el vestuario y el hogar, transformándose así en una tienda por departamentos y ampliando su cobertura con nuevos puntos de venta.

Es una de las compañías más grandes y consolidadas de América Latina. Desarrolla su actividad comercial a través de diferentes áreas de negocio: tiendas por departamentos, mejoramiento y construcción del hogar, compañía de financiamiento comercial CMR, banco, viajes y seguros Falabella.

Por más de 100 años, Falabella ha ofrecido productos de primera categoría ayudando a satisfacer las necesidades de sus clientes. Su compromiso de crecimiento a largo plazo ha estado acompañado de importantes inversiones en las áreas de distribución, sistemas de información, y en la creación de nuevos negocios y servicios complementario. (Falabella, 1889)

Competidor 2. DAFITI

Dafiti como tienda online que se diversifica de contactos y promociona los productos de distintas empresas se dice que fue fundada en enero del 2011 por un grupo cultural de personas bastante heterogéneo. Sus cuatro co-fundadores son los alemanes Horeysek Malte y Huffmann Malte, así como el francés Lecuyer Thibaud, y el brasilero Philipp Povel.

Como tienda de moda online, Dafiti se especializa en trabajar con la mayor variedad de marcas posibles dentro de lo que es indumentaria. Dafiti se destaca de su competencia por las exclusivas promociones y descuentos que ofrece diariamente a través de su web.

Al ser una tienda online, Dafiti cuenta con el aval de una gran variedad marcas para vender sus productos a través de la red. Siempre a la cabecera de la moda, en Dafiti se encuentra lo último en diseño para toda época y evento del año. Las texturas, las costuras y la producción de sus accesorios e indumentaria son siempre de alta calidad y buen gusto. (Dafiti, 2017)

Productos sustitutos

Es importante tener que en la localidad hay personas que se dedican a la venta y comercialización de prendas de vestir y en relación las chaquetas y presentan productos sustitutos como los buzos, sacos y otros, por lo tanto, Personal Jacket está atenta para diversificar la línea de productos y generar nuevos cambios en el producto de modo que lo fortalezca y llame la atención en medio de los consumidores

Competidores directos

Tabla 2 competencia directa

Empresa	Años de experiencia	Precio de venta	Participación en el mercado
Falabella	132 años	121.500	Falabella catalogada como grande superficie (Bayona, 2020) dice que para el año 2019 el negocio online de Falabella continuó disparándose, impulsado por el desempeño de Linio, que durante el cuarto trimestre creció un 83 %, alcanzando los USD 75 millones y una participación de los ingresos de la compañía del 2,15%. Perú, Chile y Colombia registraron los mayores montos transados desde la adquisición de Linio. Es importante la inversión que ha hecho Falabella en medio de la economía colombiana según las cifras expuestas.

Dafiti	10 años	98.630	Dafiti empresa importante en medio de la economía colombiana obtuvo un crecimiento significativo de ventas de 70% durante el día sin IVA. Abrieron una bodega de 12.000 metros cuadrados para mejorar servicio, además que A nivel regional tenemos Brasil, Colombia, Argentina y Chile. En el tercer trimestre tuvimos un crecimiento en ventas de 56%. Esto se vio reflejado también en Colombia. Clientes activos en la región tenemos 7,3 millones, que representó un crecimiento de 31%. En tercer trimestre de 2019 teníamos 5,6 millones de clientes. (Palacios, 2020)
--------	------------	--------	--

Competidores indirectos

Los competidores indirectos en la empresa Personal Jacket se presentan en la compra de insumos y materiales para llevar a cabo la fabricación y terminación del producto que son los siguientes:

Materiales e insumos:

Los materiales requeridos para elaborar las chaquetas de los competidores indirectos son:

- Tela por rollos metros cuadrados
- Cremalleras
- Hilo

Medios publicitarios utilizados:

Las empresas que son competidores indirectos utilizan medios publicitarios ya los cuales son el internet, televisión, periódico, volantes, y demás medios de publicidad los cuales con estas estrategias atraen al cliente para poder satisfacer sus necesidades.

Ventajas competitivas

1. Las ventajas competitivas de estas empresas son las variables que tienen de los productos los cuales como zapatos camisas chaquetas gorras y demás artículos
2. Las empresas están ubicados en puntos de venta como en almacenes y centros comerciales reconocidos
3. Ellas tienen diferentes precios en los productos
4. Contratos a largo plazo con los clientes
5. La calidad del producto
6. Lo original y novedoso que es el producto

Canales de distribución utilizados

Los canales de distribución de la empresa se pueden realizar la mayoría de ellas se hacen en automóvil, avión o simplemente terrestre

Canales de distribución implementados

Los canales de distribución que vamos a implementar en la organización la más asertiva sería la terrestre a base de llamadas a domicilios a los puntos de venta del cliente en donde se encuentre ubicados se pactará una cita otra forma sería en el negocio de punto de venta ya que la distribución se hará de forma personal al cliente

Matriz de perfil competitivo

FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	PERSONAL JACKET			DAFITI			FALABELLA		
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría
Cientes										
servicio al cliente	0,08	4	0,32	Reto: lealtad de los clientes	3	0,24	ventaja: servicio al cliente	3	0,24	ventaja: servicio al cliente
diseños personalizados	0,08	3	0,24		1	0,08		1	0,08	
lealtad del cliente	0,09	2	0,18		1	0,09		2	0,18	
Mercado										
facilidad de pago	0,07	2	0,14	Ventaja: tiempos de entrega	3	0,21	Ventaja: facilidad de pago	4	0,28	Ventaja: facilidad de pago
tiempos de despacho	0,07	3	0,21		2	0,14		2	0,14	
logística	0,07	1	0,07		3	0,21		4	0,28	
Producto										
precio competitivo	0,10	4	0,40	precios bajos	2	0,20	poca innovación	2	0,20	precios altos
Innovación	0,10	3	0,30		1	0,10		2	0,20	
Calidad	0,10	3	0,30		3	0,30		3	0,30	
Empresa										
infraestructura	0,08	1	0,08	baja capacidad financiera	4	0,32	solvencia financiera	4	0,32	recordación de marca
capacidad financiera	0,08	2	0,16		4	0,32		4	0,32	
marca	0,08	2	0,16		3	0,24		3	0,24	
	1,00		2,56			2,45			2,78	

Tabla 6 Matriz perfil competitivo

Descripción del producto o servicio

Prenda (chaqueta antifluido) diseñada por los clientes a través de un programa (software) en donde podrá especificar el color, el número y tamaño de los bolsillos, botones, cremalleras, estampados y aquellas otras características que se determina en el programa de diseño, con el diseño facilitado que se va a brindar, el software calcula un costo de la materia prima que se necesita para la creación de la prenda y un 60% adicional de ganancia por cada producto, para poder brindarle al cliente un precio inmediato, de la misma manera darle al cliente todos los medios de pago para posteriormente poderla pasar a producción.

Dicho lo anterior se establece un espacio de trabajo diseñado para que las madres cabezas de familia que se contrataran se dispongan en su puesto de trabajo para la ejecución de la prenda indicada a especificación del cliente. Finalmente se establece un proceso de logística para la distribución de la prenda.

Perfil del Cliente

En el sector de la localidad de Usme predomina la clase socioeconómica media-baja, se presentan los estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 de tal forma que se toma toda la población para el estudio del proyecto.

Personal Jackets, ofrecerá chaquetas al público en general de todas las edades, también a personas que realizan compras de chaquetas en lugares no comunes, que no tienen tiempo para desplazarse o prefieren conservar el distanciamiento social, su objetivo principal la calidad en el producto más que un bajo precio.

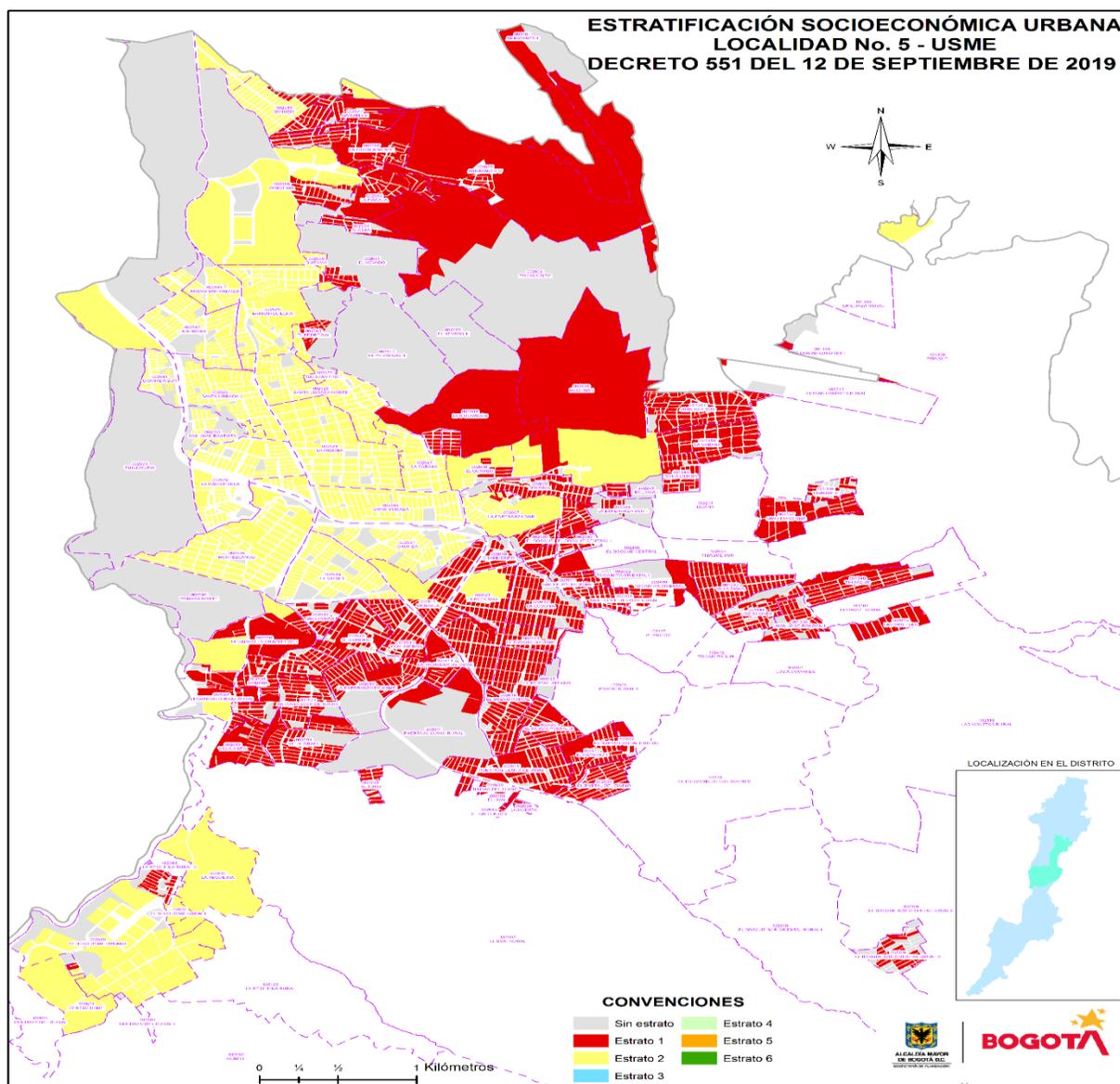


Ilustración 9 Estratificación socioeconómica localidad Usme

FACTORES SOCIOECONÓMICOS		FACTORES FÍSICOS GEOGRÁFICOS		FACTORES PSICOLÓGICOS	
Edad:	Entre 20 y 50 años	L ocalidad	Us me	Exp eriencias:	Personas con cultura de autocuidado y protección
Sexo:	Masculino y femenino				Personas que salen en familia a comprar ropa
Tamaño de Familia:	Personas solas o				*Personas que necesiten chaquetas
	Familias con integrantes en edades entre 20 y 45 años			*Gusto por la ropa.	
Ingresos:	Ingresos equivalentes a un salario mínimo			Inte reses/Gusto s:	*Gusto por un diseño de chaquetas distinto a todos.
Ocupación:	Estudiantes,	U PZ	Gra n Yomasa.		*Gusto por las chaquetas con diseños distintos a los del mercado.
	Trabajadores formales o informales			Com portamiento	*Personas responsables

Educación:	Bachillerato	B	San ta Librada	os/ personalidad:	*Personas descomplicadas		
	Universitario				*divertidas		
Estado Civil:	Casados				*amigables		
	unión libre				*curiosas		
	Solteros				*arriesgadas		
Religión:	Es indiferente.						*se adapta a los cambios
Nacionalidad:	Es indiferente.						Estilo de vida:
Estrato Social:	1,2, 3, 4, 5 y 6				*Soltero		

Tabla 7 Factores clientes potenciales

Fuente propia Personal Jacket

Módulo 8. Marketing

Política de Producto

El producto que se va a vender tiene como característica principal la novedad, tomando como herramienta primordial la tecnología, La moda es una de las particularidades de consumo en la sociedad y disponer de una nueva tecnología para adquirir lo que se quiere y como se

quiere, es en forma de complacer al cliente en donde se le permite interactuar con sus gustos, creatividad y economía se busca ofrecer lo que se necesita, como se lo imagina y justo y a su medida.

- Chaqueta



Ilustración 10 Bosquejo Chaqueta

Las características de la chaqueta antifluido a detalle son expresadas por cada cliente, sin embargo, tiene una base inicial, la cual es el tipo de tela y el molde dependiendo del sexo del cliente.

- Página Web.

La página Web que se le da al procedimiento será de la siguiente manera:

Fase 1: inicio de la creación de la prenda por medio de una página que replica los gustos de los clientes, este a su vez genera el costo de manera interna y aumenta la ganancia, dándole el precio y la forma de pago.

Fase 2: la prenda se pasa a producción con las madres cabezas de hogar con las características de la prenda requeridas por el cliente.

Fase 3: Después de finalizada la prenda se da a la parte logística para su respectiva entrega y finalización del proceso.

- Diseño

El diseño en cuanto al programa del software va encaminado a la facilidad y entretenimiento de crear un diseño personalizado, con las características necesarias para hacerla. El diseño de la chaqueta es a imagen y semejanza del usuario final sin dejar a un lado que tiene una composición inicial y unas personalizaciones sugeridas.

- Calidad

La calidad del producto final entregado al cliente es en un material bastante resistente, que difícilmente se rompe. Resistente a todas las temperaturas naturales que la hace de un producto de excelente atributo.

- Empaque

Las chaquetas son entregadas al cliente final en bolsas ecológicas para brindar al cliente un mensaje de ayuda ecológica con nuestro logo expuesto en ellas.

- Embalaje.

A grandes términos de envío, el embalaje se debe determinar para proteger los artículos de todo aquello que pueda dañar o deteriorar el producto. Este no debe ser tan ostentoso, ya que el producto no se deteriora en rango de tiempo extenso y tampoco los ambientes naturales lo hacen. El embalaje se hará en cajas de cartón primario, secundario y de ser necesario terciario

Política de Precios

El precio de lanzamiento del producto va de la mano con el estudio del coste de cada prenda, un análisis de los precios que maneja la competencia directa, por un valor de 60.000 ya

que se va a introducir el producto en el mercado con la intención de captar rápidamente a los compradores con un precio bajo

- Precios que cubran los gastos y costos de producción y comercialización para la correspondiente utilidad
- Precios fijos iguales para todos los hogares clientes
- El pago se hará de contado entre la empresa y el cliente
- Formas de pago por medio de plataformas bancarias

Política de Promociones

En los últimos tiempos se logra visualizar que a la llegada de la tecnología las personas se ven interesadas por conseguir un medio de comunicación que a través de este obtengan internet al ser así se crea un beneficio tanto para el cliente como para la empresa al crear páginas de internet contribuyen para promocionar los productos de manera factible, eficiente, eficaz y de menor costo.

Se considera que por medio de campañas promocionales con una finalidad específica logran llamar la atención del cliente para que efectuara su compra de manera satisfactoria.

- Creación de página publicitaria de chaquetas
- Cartel publicitario de la empresa de chaquetas
- Evento de inauguración de la empresa de chaquetas
- Creación de aplicación

Política de Distribución

Los canales de distribución a utilizar son los siguientes:

- Por intermedio de empresas dedicadas a la entrega de encomiendas. el valor de la entrega estará incluido en el valor de la chaqueta.
- Entregas personales en el punto de venta.

Política de Servicio al Cliente

Ofrecer al cliente una experiencia agradable desde el contacto inicial para conocer el producto que ofrece Personal Jackets hasta el servicio posventa, que incluya:

- Atención personalizada y oportuna por parte de personal con pleno conocimiento del proyecto para atender los requerimientos del cliente.
- Brindar indicaciones sobre el uso de la plataforma
- Indicar los beneficios y atributos de la tela antiluido
- Indicar tiempos de fabricación y fechas de entrega
- Realizar seguimiento a los envíos por empresas de transporte hasta confirmar el recibido por parte del cliente.
- Realizar una encuesta de satisfacción con el fin de identificar las oportunidades de mejora.

Garantías del servicio:

Las chaquetas confeccionadas por Personal Jacket tienen garantía de 6 meses por malas costuras, esto brinda al cliente confianza para unas próximas compras, ya que la calidad en una prenda de vestir es lo que muchos clientes siempre buscan.

Proyección de ventas

Proyección de ventas en pesos colombianos \$

<i>Proyeccion ventas Peso colombiano</i>					
<i>Producto</i>	<i>Año 2021</i>	<i>Año 2022</i>	<i>Año 2023</i>	<i>Año 2024</i>	<i>Año 2025</i>
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	\$ 648.000.000	\$ 685.436.702	\$ 718.207.705	\$ 752.949.279	\$ 789.787.172

Año 1	Proyección de Ventas (Pesos colombianos)			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	109.402.597,40	235.636.363,64	302.961.038,96	648.000.000,00
Total Ventas Año	\$ 109.402.597	\$ 235.636.364	\$ 302.961.039	\$ 648.000.000

Año 2	Proyección de Ventas (Pesos colombianos)			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	123.027.100,36	246.054.200,73	316.355.400,94	685.436.702,03
Total Ventas Año	\$ 123.027.100	\$ 246.054.201	\$ 316.355.401	\$ 685.436.702

Año 3	Proyección de Ventas (Pesos colombianos)			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	128.909.075,24	257.818.150,49	331.480.479,20	718.207.704,92
Total Ventas Año	\$ 128.909.075	\$ 257.818.150	\$ 331.480.479	\$ 718.207.705

Año 4	Proyección de Ventas (Pesos colombianos)			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	135.144.742,38	270.289.484,75	347.515.051,82	752.949.278,95
Total Ventas Año	\$ 135.144.742	\$ 270.289.485	\$ 347.515.052	\$ 752.949.279

Año 5	Proyección de Ventas (Pesos colombianos)			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	141.756.671,87	283.513.343,74	364.517.156,23	789.787.171,83
Total Ventas Año	\$ 141.756.672	\$ 283.513.344	\$ 364.517.156	\$ 789.787.172

Tabla 8 Proyección ventas en pesos colombianos

Análisis:

La empresa personal Jacket determino la proyección de ventas teniendo en cuenta la información arrojada por el según el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) a la industria colombiana con el crecimiento del PIB para el año 2020 para el primer año y la proyección de los siguientes años con el crecimiento del PIB de los últimos 10 años disminuyendo una décima para que el crecimiento sea proporcional con las variaciones de año tras año.

Personal Jacket principalmente tomo los gastos de administrativos y de ventas con el fin que las ventas del año 2021 a 2025 puedan suplir los pagos y cubrir los gastos que debe soportar mensualmente.

Tal como lo refleja la siguiente grafica podemos visualizar que las ventas tendrán un aumento año tras año, dado a que el crecimiento del PIB se ha establecido negativamente, pero se

considera que a través del tiempo aumente la cifra de modo que se generen ganancias a futuro y contar con un flujo de efectivo que cubra los gastos administrativos de ventas y costos de producción

Proyección de ventas en unidades

Año 1	Proyección de Ventas			
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total Anual
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	1.823	3.927	5.049	10.800
Total Ventas Año	1.823,38	3.927,27	5.049,35	10.800,00
Año 2				
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total Anual
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	2.032	4.065	5.226	11.323
Total Ventas Año	2.032,36	4.064,73	5.226,08	11.323,17
Año 3				
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total Anual
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	2.106	4.211	5.414	11.731
Total Ventas Año	2.105,53	4.211,06	5.414,22	11.730,80
Año 4				
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total Anual
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	2.177	4.354	5.598	12.130
Total Ventas Año	2.177,12	4.354,23	5.598,30	12.129,65
Año 5				
Producto	1 er Cuatrimestre	2 do Cuatrimestre	3 er Cuatrimestre	Total Anual
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	2.247	4.494	5.777	12.518
Total Ventas Año	2.246,78	4.493,57	5.777,45	12.517,80

Tabla 9 Proyección ventas unidades



Gráfico 21 Proyección ventas Unidades

Análisis

El año 1 inicia con una estimación de ventas de 10.800 unidades, esta base corresponde a un promedio de ventas mes de 900 unidades mes.

El ejercicio de proyección de ventas evidencia crecimiento constante a partir del año 1. La estimación de ventas en unidades presenta un incremento del 5% a partir del año 2. Incrementando sus ventas a 11.323 y para el año 3 un 4% con unidades de 11.730 y para los siguientes años se estima que solo será del 3%, contando con los siguientes resultados y previendo que el precio del producto es bajo y de adquisición frente a los clientes potenciales, se puede determinar que es un negocio viable y sustentable a futuro

Año	Unidades / venta año	Incremento
1	10.800,00	-
2	11.323,00	5%
3	11.730,00	4%
4	12.130,00	3%
5	12.518,00	3%

Tabla 10 Incremento ventas anuales

También se evidencia el crecimiento proporcional en pesos como lo muestra la gráfica anterior. El resultado de la proyección en ventas permite concluir la viabilidad del proyecto, todo esto teniendo en cuenta el mercado potencial estudiado.

Módulo 9. Plan Operativo

Requerimientos:

Muebles y enseres

La siguiente tabla muestra el detalle, cantidad y valor de los muebles y enseres mínimos requeridos para el inicio de la operación:

Tabla muebles y enseres requeridos: Tabla

Descripción	Un.	Cantid	Valor	Valor
	Medida		ad	Unitario
Mesa de corte	Uni	1	700.0	700.000
	d.		00	
Sillas Operarias	Uni	6	54.50	327.000
	d.		0	
Extintor 10 libras	Uni	2	36.90	73.800
	d.		0	
Maniqués	Uni	5	30.00	150.000
	d.		0	
Botiquín	Uni	1	54.90	54.900
	d.		0	
Teléfono inalámbrico	Uni	1	179.9	179.900
	d.		00	
Avisos de Seguridad	Uni	6	70.00	420.000
	d.		0	
Vitrina exhibidora	Uni	1	800.0	800.000
	d.		00	
Estantes	Uni	2	269.0	538.000
	d.		00	
Caneca de Basura -	Uni	2	123.8	247.600
Punto ecológico	d.		00	
Archivador	Uni	1	295.0	295.000
	d.		00	

Alarma	Uni	1	349.900	349.900
	d.			
			Total	4.136.100

Tabla 11 Muebles y enseres

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Mesa de Corte Textil	Mesa De Corte Textil confección De Ropa	Mesa de corte textil Para confección de prendas de vestir,	Medidas: 4,50 metros de largo y 1,80 metros de ancho, Con porta rollo de tela.
	Proveedor Mercado Libre		
	Ubicación Bogotá		
	Precio Unitario \$ 700.000		
	Forma de pago Anticipado		

Ilustración 11 Características Mesa corte

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Silla	Silla Operativa	Sillas fijas Refaccionadas	Tapizado en malla
Presentación	Proveedor Mercado Libre		Estructura metálica resistente polvo de lado.
	Ubicación Bogotá		
	Precio Unitario \$54.500		
	Forma de pago Contra entrega		

Ilustración 12 Características silla

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Extintor	Extintor Multipropósito		
Presentación	Proveedor Mercado libre	De 10 Libras + Señal + Soporte	MEDIDAS: alto: 51 cm diámetro: 13 cm
	Ubicación Bogotá		Garantía de 1 año
	Precio Unitario \$ 36.900		
	Forma de pago Contra entrega		

Ilustración 13 Características Extintor

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Maniquí Presentación 	Maniquí - exhibidor Proveedor Mercado Libre Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 30.000 Forma de pago Contra entrega	Maniqués exhibidor prendas para toda la familia	Material: Polietileno de Alta Densidad. Uso: Exhibidor de Ropa para Dama y mucho más. Colores: Piel, Negro y Blanco. Dimensiones:- Alto: 77cm - Ancho: 34 cm - Peso: 1.840gr

Ilustración 14 Características maniquí

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Botiquín Presentación 	Botiquín para primeros auxilios Proveedor Mercado Libre Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 54.900 Forma de pago Contra entrega	Botiquín Metálico Pequeño Dotado 18 Productos + Señal medidas: ancho 23cm alto 28 cm profundidad 11cm	Productos alcohol guantes algodón pito agua oxigenada venda elástica gasa aplicadores curas baja lenguas acetaminofén esparadrapo preservativo bisturí toalla higiénica jeringa tapa bocas agua mineral

Ilustración 15 Características Botiquín

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Vitrina	Vitrina exhibidor	Vidrio y aluminio	Vitrina de pared con medidas: 1.85 cm de alto x 2 mts de largo x 40 de fondo con 6 entrepaños.
Presentación	Proveedor Mercado Libre Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 800.000 Forma de pago Anticipado		
			

Ilustración 16 Características Vitrina

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Punto Ecológico	Punto Ecológico de 3 50 Lts Juego De 3 Canecas	Juego de canecas de 35 litros	Rectangulares ideales locales comerciales.
Presentación	Proveedor Mercado libre Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 89.900 Forma de pago Contra entrega		medidas de caneca alto 52 cm ancho 30 cm profundo 37 cm
			

Ilustración 17 Características punto ecológico

(Mercado Libre, 2021)

Maquinaria y equipo

La tabla numero 12 contiene el listado de la maquinaria necesaria para la producción de chaquetas en tela antiluido:

Tabla maquinaria y equipo requerido

Descripción	Un. Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
-------------	---------------	----------	-------------------	-------

Máquina		2		
Collarín	Unid.		3.509.000	7.018.000
Máquina		2		
Plana	Unid.		2.400.000	4.800.000
Máquina		1		
Cortadora	Unid.		1.279.000	1.279.000
Máquina		2		
Fileteadora	Unid.		2.913.990	5.827.980
Máquina		1		
Bordadora	Unid.		1.790.000	1.790.000
Tijeras de		3		
costura 10"	Unid.		136.999	410.997
Caja		1		
Registradora	Unid.		498.900	498.900
Computador		3		
	Unid.		1.699.000	5.097.000
			Total	
				26.721.877

Tabla 12 Maquinaria y equipo

Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Collarín	Collarín Industrial Kansew Ks 600 01 Cilíndrica Coser	Maquinas Ajuste Semi industrial	- Largo de puntada de 5 y 7 mm - Lubricación automática - Barra de aguja cubo grueso - Motor de 1/2 caballo, 3450 RPM - Hasta 5000 puntadas por minuto. - Electricidad: 110 V
Presentación	Proveedor Commercio shop máquinas titus		
	Ubicación Bogotá		
	Precio Unitario \$ 3.509.000		
	Forma de pago Anticipado		

Ilustración 18 Características maquina collarín

(Mercado Libre, 2021)

Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Cortadora de tela	Cortadora de Tela Vertical Jontex Czd 108 5 Maquina Corte	Base de perfil bajo, pulido y afilado para disminuir la fricción y distorsión. Sistema concentrado de lubricación y de uso sencillo. Sistema de enfriamiento a base de aire por succión en la parte trasera de la máquina.	Cortadora recta para telas de algodón, tricot, panal, seda, lona, cuero y otros tejidos. Subclases: Para materiales medios - 550W 110 ó 220V 50/60 Hz Voltaje 110V. Afilador automático integrado de accionamiento sencillo.
	Proveedor Mercado Libre		
	Ubicación Bogotá		
	Precio Unitario \$ 1.279.000		
	Forma de pago Anticipado		

Ilustración 19 Características maquina cortadora

(Mercado Libre, 2021)

Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Fileteadora	Singer 14sh654 Finishing Maquina Coser Fileteadora 4-3 Hilos	Capacidad de rosca de 43 que proporciona una amplia selección de opciones de puntadas para todo tipo de proyectos con resultados profesionales en todo momento velocidad de costura.	Velocidad de costura máxima de 1,300 puntadas por minuto. Amplia gama de opciones de puntadas. Incluye variedad de accesorios con pie multiuso, juego de agujas, pinzas, esparcidor, destomilladores, bolsillo limpio, cuchillo de corte de repuesto, tapas de carrete, red de rosca antideslizante, engrasador, cepillo, adaptadores de cono, cubierta de polvo de lado.
Presentación	 <p>Proveedor Singer Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 2.913.990 Forma de pago Anticipado</p>	Garantía limitada de 25 años.	

Ilustración 20 Características maquina fileteadora

(Mercado Libre, 2021)



Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Maquina plana	Máquina Plana Jack A4. Tipo de máquina Industrial. Proveedor Mercado Libre Ubicación Bogotá Precio Unitario \$ 2.400.000 Forma de pago Anticipado	Iluminación Sí Principales estilos de costuras Punto cadena Tipos de alimentación Corriente directa Cantidad de puntadas por minuto 5000. Tecnología convencional, requiere de una sola aguja. Cama plana. Funciona como pedal y rodillera	Es una de las maquinas más comunes en las plantas porque en ellas se utilizan varias funciones: pegar aletilla, pespuntear, forro de bolsillo, pegar bolsillos parches, pegar partes.

Ilustración 21 Características maquina plana

Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Bordadora	Maquina Bordadora Brother Rpe525 70 Diseños + Personalizados	Conectividad directa a PC, puede importar diseños directos de su computador.	70 diseños incorporados 120 Patrones de marcos 5 estilos de fuente campo de bordado 4 x 4
Presentación	Proveedor Mayoreo y soluciones	Contenido de 5,000 diseños en iBroidery	pantalla LCD pantalla táctil memoria incorporada puerto USB enhebrado automático
	Ubicación Bogotá	ajuste de fuente.	Medidas: largo 32 cm x ancho 15 cm x alto 24 cm.
	Precio Unitario \$ 1.790.000		
	Forma de pago Anticipado		

Ilustración 22 Características maquina Bordadora

(Mercado Libre, 2021)

Máquina	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Tijeras para confección	Tijeras De Costura 10 Pulgadas - Tijeras Para Confección	Tijeras de corte y confección de tela Tapicería	* Peso del Producto: 9.9 onzas * largo: 26 Centímetros
	Proveedor Mercado Libre	Tijeras de oficina para sastres	* Ancho: 8 Centímetros
	Ubicación Bogotá	Modistas, lo mejor para cortar tela	* Alto: 3 Centímetros
	Precio Unitario \$ 136.999	Cuero Papel	
	Forma de pago Anticipado	Materias primas Acero resistente de alto carbono diestro	

Ilustración 23 Características tijeras confección

(Mercado Libre, 2021)

Mobiliario	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Máquina registradora	Caja Registradora Casio Pcr-t273	Caja registradora Casio PCR-T273	Es un modelo numérico, con más de 999 precios programables, personaliza ticket.
Presentación	Proveedor Ferretería Hércules Colombia		
	Ubicación Bogotá		Cuenta con 4 compartimentos para billetes y 5 compartimentos para monedas.
	Precio Unitario \$ 498.900		
	Forma de pago Contra entrega		

Ilustración 24 Características máquina registradora

(Mercado Libre, 2021)

Equipo	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Computador	Portátil Lenovo	s145 AMD A9 RAM 8GB Disco Sólido 256GB 14" Pulgadas Gris	Procesador: AMD A9 -9425 3.1G 2C MB 3,1GHZ
Presentación	Proveedor Alkosto		Sistema Operativo: W10 HOME EM
	Ubicación Bogotá		Memoria RAM: 8GB
	Precio Unitario \$ 1.699.000		Disco Sólido: 256GB
	Forma de pago Anticipado		Pantalla:14" Pulgadas

Ilustración 25 Características computador

(Mercado Libre, 2021)

Procesos de Producción

Proceso	Acción realizada	Tiempos minutos
Inicio de producción	Inicio - fin	
compra materia prima	Proceso	180
Trazado	Proceso	5
Corte de las piezas de la chaqueta	Proceso	5
Bordado (máquina bordadora)	Proceso	5
Pegado bolsillos (máquina plana)	Proceso	10
Unión piezas (máquina fileteadora)	Proceso	10
Pespunte mangas (máquina plana)	Proceso	10
Pegado cremallera (máquina collarín)	Proceso	10
Puesta tancas	Proceso	5
Puesta cordón caucho	Proceso	5
Control de calidad	Proceso	5
Etiqueta y empaque	Proceso	5
Almacenamiento	Almacenaje	5
Fin de producción	Inicio - fin	
	Total,	260
	minutos utilizados	

Tabla 13 Proceso de producción en tiempo

Diagrama de flujo de la producción

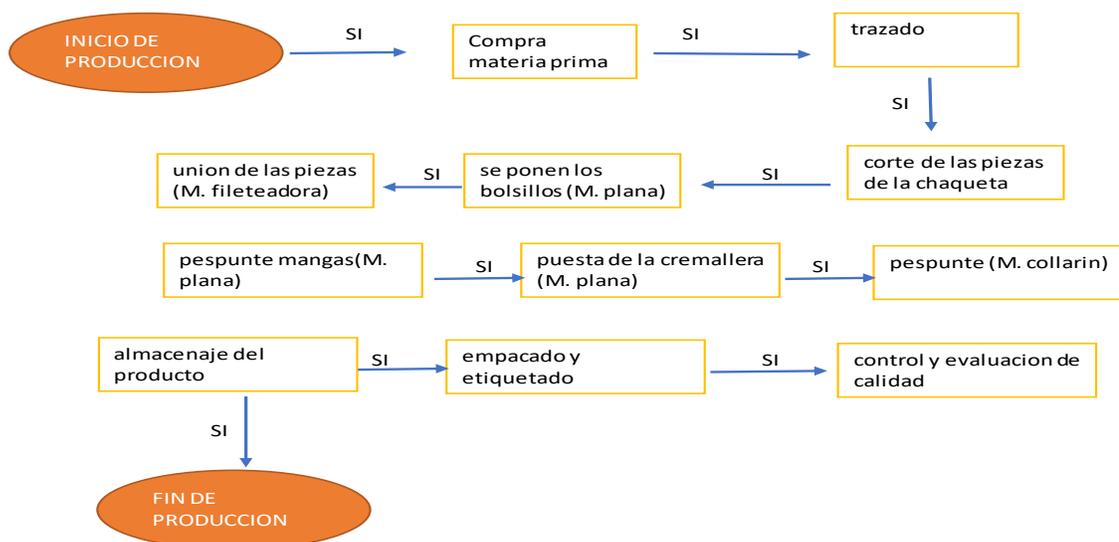


Ilustración 26 Diagrama flujo de producción

Proceso de producción

La tabla 14 muestra las actividades necesarias para el proceso de producción:

Actividad	Fase	Tiempo en minutos
compra materia prima	Planeación	180
Trazado	Transformación	5
Corte de las piezas de la chaqueta	Transformación	5
Bordado (máquina bordadora)	Transformación	5
Pegado bolsillos (máquina plana)	Transformación	10
Unión piezas (máquina fileteadora)	Transformación	10
Pespunte mangas (máquina plana)	Transformación	10
Pegado cremallera (máquina collarín)	Transformación	10
Puesta tancas	Transformación	5
Puesta cordón caucho	Transformación	5
Control de calidad	Salida	5
Total, minutos utilizados		250

Tabla 14 Proceso producción -transformación

Descripción del proceso de producción.

El proceso para realizar la confección de chaquetas en tela antifluido se compone de diferentes pasos, todos importantes y necesarios para obtener como producto final una prenda de vestir que cumpla con las especificaciones de la ficha técnica, el siguiente es el paso a paso del proceso:

1. Compra de la materia prima, proceso fundamental e importante para contar con materiales de calidad, a buen precio y a tiempo.
2. Trazado de los moldes (esto permite seguir una secuencia en el momento del corte).
3. El corte de las piezas se realiza con la máquina de corte y corresponde a un proceso de mucho cuidado, ya que de la forma en que se acomodan los moldes se optimiza el área de la tela a cortar.
4. Lo siguiente es unir los bolsillos en la máquina collarín.
5. Se continúa con la unión de las piezas en la máquina fileteadora.
6. Se realiza el pespunte de las mangas y puesta de cremallera con la máquina plana.
7. Se realiza el pespunte de toda la chaqueta.
8. Ajuste de la chaqueta en la parte de abajo con caucho (tanca que se adecua al cliente y dos tancas en la capota)

Proveedores

El objetivo es establecer relaciones comerciales con proveedores reconocidos por la calidad de sus productos, y en sus valores corporativos como cumplimiento, responsabilidad y trayectoria.

Para la confección de las chaquetas se requiere de materiales: telas, hilos, cremalleras y tanca,

Por ser una empresa nueva, los proveedores contactados exigen el pago de contado anticipado o contra entrega, situación que afecta el flujo de caja, pero beneficia la consecución de precios favorables.

Tabla proveedores

Descripción	Proveedor	Calidad	Forma de pago	Forma de entrega
Tela antifluido	Lafayette	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda
Tela antifluido	Lafayette	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda
Hilo x 25 yardas	Hilos Búfalo Ltda	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda
	Hilanaler	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda
Cremalleras invisibles	Hilanaler	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda
Tanca por 100 metros	Hilanaler	Buena	Contra entrega	Recoge en tienda

Tabla 15 Proveedores

Localización

El proceso de ubicación del lugar adecuado para instalar una planta industrial requiere el análisis de diversos factores, y desde los puntos de vista económico, social, tecnológico y del mercado entre otros.

El proyecto se desarrollará en Colombia:

Ciudad: Bogotá D.C.

Localidad 5 Usme (Localidad 5)

UPZ Santa librada (Unidad de Planteamiento Zonal).

La localización maximiza la rentabilidad del proyecto en los siguientes aspectos:

- Zona de estrato 1 y 2 lo que permite acceder al canon de arrendamiento mensual de un inmueble económico.
- Sector comercial rodeado de establecimientos de diferentes comercios y bancos.
- Sector comercial con precio promedio de servicios públicos bajos
- Vías de acceso por la avenida Boyacá y avenida Caracas
- Alto flujo de transporte público.
- Facilidad de acceso para el equipo de trabajo.

Distribución de áreas de operación

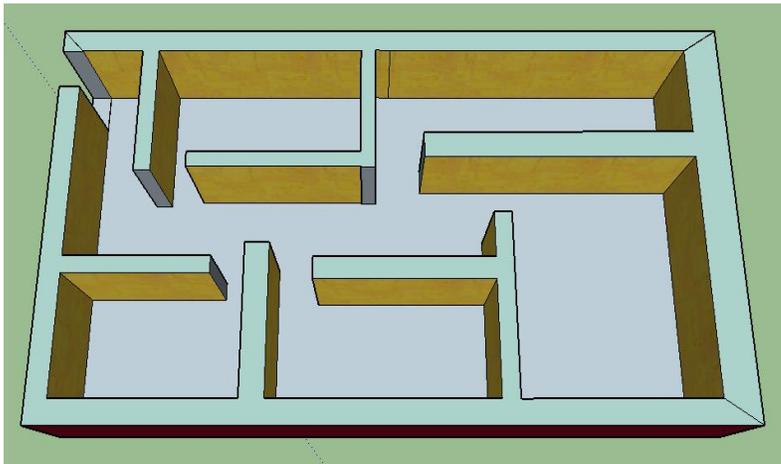


Ilustración 27 Áreas de operación

Distribución de planta

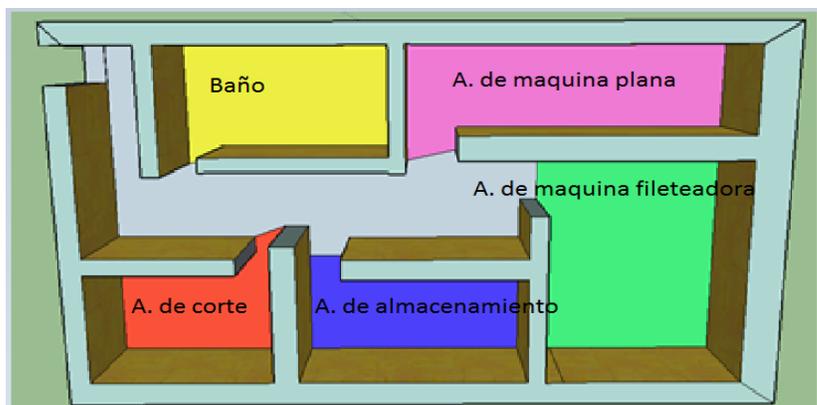


Ilustración 28 Distribución planta

La distribución del equipo o maquinaria, el diseño de la planta y la selección del equipo son factores importantes para tomar en cuenta para optimizar recursos económicos y físicos.

Las siguientes imágenes muestra la distribución física de la planta de producción

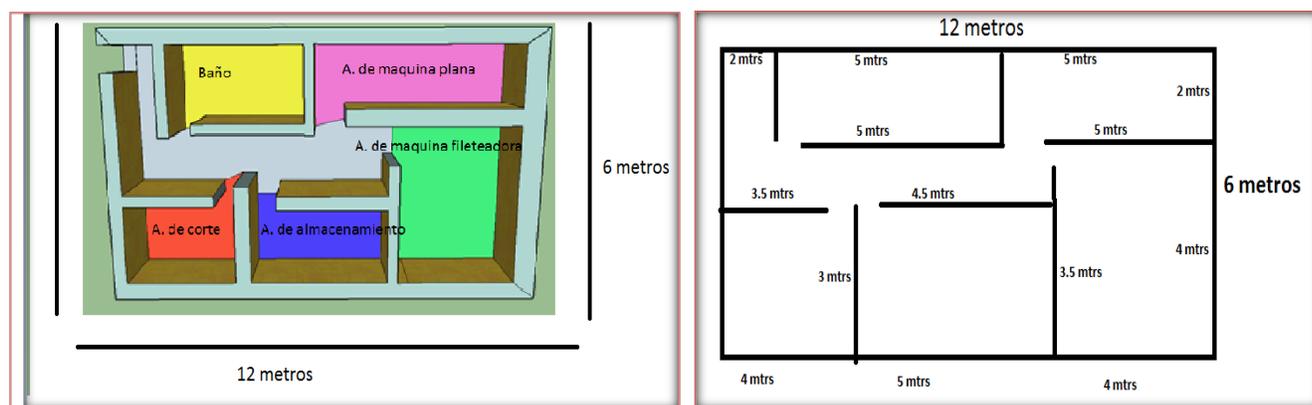


Ilustración 29 Distribución medidas planta

El área de trabajo es de 60 m², (12 metros de largo por 6 metros de ancho).

Distribución del equipo de trabajo

Corte: Una (1) persona es la encargada de realizar el proceso de corte de las piezas de la chaqueta (mangas, frente y espalda).

Almacenamiento: Bodega de paso del producto terminado para entrega. También se ubica el operario de collarín.

Maquina plana: En esta área un operario une las partes de la chaqueta.

Fileteadora: Una persona realiza el proceso de filetear las chaquetas.

Zonas de peligro unidad productiva

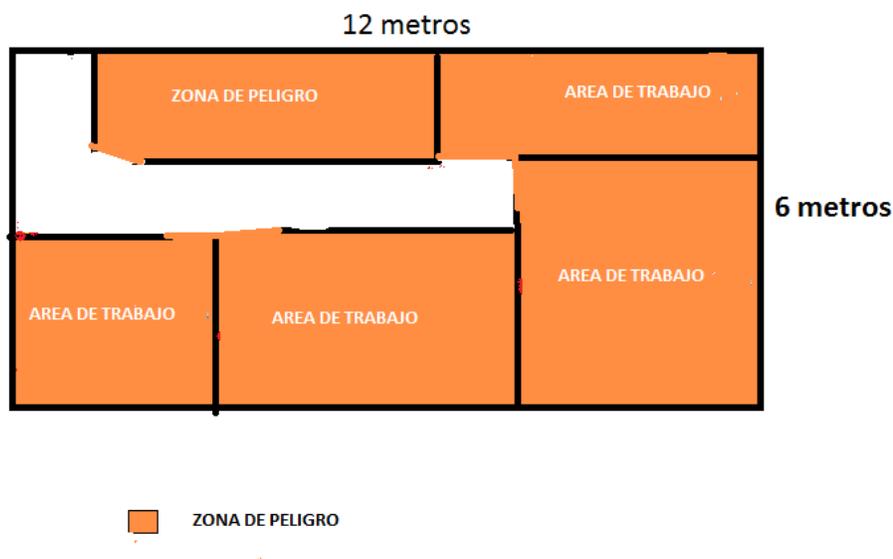


Ilustración 30 Zonas de peligro

Análisis: Las zonas en naranja corresponden a las identificadas como de peligro, corresponden a las áreas de producción en las cuales se almacena materia prima y se encuentra la maquinaria requerida.

Salida de emergencia



Ilustración 31 Rutas de evacuación

Análisis: En verde se evidencia la ruta de evacuación en caso de emergencia desde el área de producción hacia el exterior de la edificación.

Ficha Técnica Del Producto

Ficha técnica del producto	
Producto	Chaquetas confeccionadas en tela antifluido con tapa bocas incluido
Material Tela antifluido	Composición: 100.00 % filamento de poliéster Acabado textil que repele líquidos y salpicaduras accidentales actuando como un escudo protector, que hace más fácil su cuidado. Tecnología que desde la construcción del textil evita el rasgado. Tecnología de alta protección del color a la luz, lavado y frote garantizando durabilidad con el paso del tiempo.

Accesorios	Cremallera central de Nylon diente No. 5, unitono con la tela o color relacionado con el estampado.
Confección	Confección con hilo poliéster calibre 75. Con cremallera central y dos bolsillos delanteros con cierre en cremallera de nylon y con cubre cremallera Incluye capucha y tapabocas.
Empaque	En bolsa transparente y cajas de cartón para que estén protegidas.
Beneficios	Protege del contacto con líquidos involuntarios que pueden ser biológicos contaminantes El material liviano proporciona libertad de movimiento y comodidad Moderna, Juvenil

Tabla 16 Ficha técnica del producto

Equipo	Nombre técnico	Características	Especificaciones
Tela Anti fluido	Tela Anti fluido	Material: Poliéster 100%	Fabricante: Nacional
Presentación	Proveedor	Composición: 80 gr	Repele agua en 90%
	Tienda Weyshop	Medidas Ancho 1.5 m	No destiñe Cuidados:
	Ubicación	Largo 1 m	- Lavar a mano o en máquina.
	Bogotá	Unidad de venta metro	- Utilice lavadora en ciclo normal
	Precio Metro		- No utilice blanqueador o productos con cloro
	\$ 13.500 – Estampada \$ 10.900 - Unicolor		- No requiere ser planchada
	Forma de pago Anticipado		

Ilustración 32 Características Tela antifluido

(Mercado Libre, 2021)

Ficha técnica de la fabricación del producto

Ficha técnica de la fabricación del producto

Producto

**Chaquetas confeccionadas en tela
antifluido con tapa bocas incluido**

**TIEMPO DE LA
PRODUCCIÓN**

40 minutos

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FÍSICAS, QUÍMICAS Y DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Confección: 100% Tela antifluido

Unión de partes como lo son mangas espalda y delanteros a través de la maquina fileteadora

Realizar respunte en las mangas y cremallera con la maquina plana

Ultima parte del proceso: Poner caucho en la parte de debajo de la chaqueta y puesta de la tanca

EQUIPO HUMANO REQUERIDO	COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO
Operaria Máquina Cortadora	Curso básico de confección y manejo de la maquinaria empleada en producción.
Operaria Máquina Fileteadora	
Operaria Máquina Bordadora	
Operaria Máquina Plana	
Operaria Máquina Collarín	
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA UTILIZAR PARA LA PRODUCCION	TIEMPO REQUERIDO EN EL PROCESO
Operaria Máquina Cortadora	10 minutos
Operaria Máquina Plana	10 minutos
Operaria Máquina Fileteadora	5 minutos
Operaria Máquina Collarín	10 minutos
Operaria Máquina Bordadora	5 minutos
TIEMPO TOTAL MÁQUINA	40 minutos
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS REQUERIDOS	CANT. EXPRESADA EN MTRS
Tela antifluido	1,5
Caucho	1,2
Tanca	1
Hilo	0,2
Hilaza	0,2
Cremallera	1
Estampado	1

Tabla 17 Ficha técnica fabricación producto

Módulo 10. Aspectos legales y recursos humanos

Personal requerido

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL
Objetivo del cargo	Responsable y líder de procesos administrativos y de finanzas, debe tener la capacidad de planear, dirigir, coordinar, negociar e identificar las mejores opciones de inversión y tomar decisiones asertivas que garanticen el cumplimiento de los objetivos de los clientes internos, externos y de los accionistas, velar por el funcionamiento en general de la organización.
Funciones del cargo	Administrar los recursos financieros y materiales de la empresa
	Regular las políticas de crédito a clientes y a proveedores
	Realizar negociaciones de venta y comercialización del producto
	Asegurar la fabricación de productos elaborados bajo estándares de calidad
Relaciones de trabajo	Interno: todo personal
	Externo: proveedores, clientes y distribuidores
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Profesional en Administración de empresas o contaduría pública con especialización.
Experiencia profesional	Mínima de 2 años en cargos administrativos y gerenciales
Competencias requeridas	Capacidad de toma de decisiones
	Capacidad de trabajo en equipo

	Conocimiento en técnicas de negociación
	Capacidad de negociación
	Conocimiento en la administración y gerencia
Habilidades personales	Proactivo
	Líder
	Capacidad de trabajar bajo presión
	Organizado
	Habilidad en la comunicación escrita y oral
	Con iniciativa

Tabla 18 Manual de funciones Gerente General

NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE PRODUCCION
Objetivo del cargo	Planear, organizar y asegurar un proceso de fabricación eficiente y productiva que cumpla los requerimientos de los clientes, coordinar y dirigir las áreas de producción y bodega.
Funciones del cargo	Supervisar las líneas de producción y asegurar el proceso con el cumplimiento de estándares de calidad.
	Planificar y gestionar los materiales requeridos asegurando el presupuesto de costos
	Seguimiento de órdenes de producción y presentación de informes
	Manejo de personal de producción
Relaciones de trabajo	Interno: Personal de producción
	Externo: proveedores
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Profesional en áreas de ingeniería industrial o administrador de empresas

Experiencia profesional	Mínima de 2 años como jefe de producción
Competencias requeridas	Capacidad de toma de decisiones
	Capacidad de trabajo en equipo
	Liderazgo y competitividad
	Relaciones interpersonales
Habilidades personales	Proactivo
	Líder
	Capacidad de trabajar bajo presión
	Organizado
	Con iniciativa

Tabla 19 Manual de funciones jefe de producción

NOMBRE DEL CARGO	OPERARIA MAQUINA COLLARIN
Funciones del cargo	Persona responsable de la fabricación del producto específicamente en el respunte de el resorte y la puesta de los bolsillos
Funciones específicas	Manejo de la máquina collarín de para confecciones y realización del producto
Requerimientos académicos	Primaria o Bachillerato, curso de manejo de maquina collarín
Requerimientos de experiencia	Amplia experiencia en proceso de corte y confección de prendas de vestir.

Tabla 20 Manual de funciones Operaria maquina collarín

NOMBRE DEL CARGO	OPERARIA MAQUINA FILETEADORA
Funciones del cargo	la persona que se ocupe de este cargo tendrá la responsabilidad directamente de la fabricación del

	producto específicamente la unión de las partes de la chaqueta
Funciones específicas	Manejo de la máquina fileteadora para confecciones y realización del producto
Requerimientos académicos	Primaria o Bachillerato, curso de manejo de maquina fileteadora
Requerimientos de experiencia	Amplia experiencia en proceso de corte y confección de prendas de vestir.

Tabla 21 Manual de funciones Operaria maquina fileteadora

NOMBRE DEL CARGO	OPERARIA MAQUINA PLANA
Funciones del cargo	la persona que se ocupe de este cargo tendrá la responsabilidad directamente de la fabricación del producto específicamente en el pespunte de las piezas de la chaqueta
Funciones específicas	Manejo de la máquina plana de para confecciones y realización del producto
Requerimientos académicos	Primaria o Bachillerato, curso de manejo de maquina plana
Requerimientos de experiencia	Amplia experiencia en proceso de corte y confección de prendas de vestir.

Tabla 22 Manual de funciones Operaria maquina plana

NOMBRE DEL CARGO	COMERCIAL
Objetivo del cargo	Responsable de impulsar y comercializar las chaquetas en tela antiluido fabricadas de línea y acompañar al cliente en el uso de la aplicación web para que realicen su propio diseño y toma del pedido,

	asegurando el cumplimiento de las metas establecidas en el presupuesto de ventas
Funciones específicas	Conocer ampliamente la ficha técnica y de producción de las chaquetas antifluido
	Asesorar al cliente en cuanto a necesidades y requerimientos para que concrete la compra de la chaqueta
	Búsqueda, seguimiento y fidelización de clientes
	Realizar negociaciones con el cliente
Relaciones de trabajo	Interno: jefe de producción, Gerente general, coordinador recursos humanos, asistente administrativa
	Externo: Clientes
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Profesional en áreas administrativas. (técnico o tecnólogo homologable con experiencia en empresas del sector textil)
Experiencia profesional	Experiencias mínimo 2 años en empresas del sector textil.
Competencias requeridas	Orientación al cliente y calidad en el servicio
	Capacidad de trabajo en equipo
	Capacidad de trabajar bajo presión
	Con iniciativa
Habilidades personales	Organizado
	Capacidad de comunicación
	Empatía e inteligencia emocional
	Capacidad resolutive
	Proactivo

Tabla 23 Manual de funciones comercial

NOMBRE DEL CARGO	Asistente Administrativa
Objetivo del cargo	Asegurar el buen funcionamiento de la empresa siendo el puente de comunicación entre las áreas de gerencia, contabilidad y recursos humanos, realizando funciones de archivar, atender y direccionar llamadas telefónicas.
Funciones del cargo	Atención del conmutador, archivo, elaboración de documentos.
	Ser el puente de comunicación y apoyar funciones específicas de otras áreas.
	Recibo y envío de correspondencia
	Manejo de caja menor.
Relaciones de trabajo	Interno: Gerente general, contador, coordinador recursos humanos
	Externo: Clientes, proveedores, entidades servicios públicos
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Técnico o tecnólogo
Experiencia profesional	Mínimo dos años en funciones similares
Competencias requeridas	Trabajo en equipo
	Resolución de conflictos
	trabajo sobre presión
	Organizado y capaz de manejar el tiempo adecuadamente
Habilidades personales	Adaptabilidad al cambio
	Comunicarse claramente
	Identificar y atender prioridades

	Detallista y meticuloso
	Responsable

Tabla 24 Manual de funciones Asistente administrativa

NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR
Objetivo del cargo	Coordinar, registrar los movimientos contables de la empresa, que le permitan proporcionar la información financiera, contable y fiscal a las áreas de gerencia y producción que permitan la toma de decisiones asertivas para el buen funcionamiento de la empresa.
Funciones del cargo	Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y demás documentos contables
	Preparar y presentar informes financieros cumpliendo con las normas internacionales de información financiera
	Generar libros oficiales
	Liquidar y presentar los impuestos a cargo de la empresa oportunamente
	Cumplir con las obligaciones y requerimientos a la DIAN, SHD y otras entidades que lo requieran.
	Realizar la renovación de la CCB
	Elaborar y presentar medios magnéticos
	Demás actividades inherentes al cargo de contador
	Elaborar y presentar informe financiero al gerente
	Recomendaciones de ajustes a procedimientos y normas
	Contabilización de los recursos de operación inversión y financiación.
	Contador público titulado con tarjeta profesional.

Relaciones de trabajo	Interno: Gerente general, jefe de producción, coordinador recursos humanos, asistente administrativa
	Externo: Entidades administrativas de impuestos, clientes, proveedores
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Profesional en contaduría pública con tarjeta profesional vigente
Experiencia profesional	Mínima de 2 años ejerciendo el cargo de contador, firmando estados financieros.
Competencias requeridas	Capacidad de toma de decisiones
	Capacidad de trabajo en equipo
	Conocimiento en la administración y gerencia
habilidades personales	Proactivo
	Líder
	Capacidad de trabajar bajo presión
	Organizado
	Con iniciativa

Tabla 25 Manual de funciones Contador

NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADOR RECURSOS HUMANOS
Objetivo del cargo	Ser el punto de enlace entre la administración y el personal de la empresa, responsable de la selección y contratación del personal de acuerdo a los requerimientos de las áreas internas, velar por el cumplimiento de la normatividad legal.
Funciones del cargo	Administrar los recursos financieros y materiales de la empresa
	Regular las políticas de crédito a clientes y a proveedores

	Realizar negociaciones de venta y comercialización del producto
	Asegurar la fabricación de productos elaborados bajo estándares de calidad
Relaciones de trabajo	Interno: todo personal
	Externo: proveedores, clientes y distribuidores
Género	Indiferente
Nivel académico requerido	Profesional en carreras industriales, o administrador de servicios, o administrador de empresas
Experiencia profesional	Mínima de 2 años en cargos similares
Competencias requeridas	Capacidad de toma de decisiones
	Capacidad de trabajo en equipo
	Liderazgo en el equipo de trabajo
	Conocimiento en la administración y gerencia
habilidades personales	Proactivo
	Líder
	Capacidad de trabajar bajo presión
	Organizado
	Con iniciativa

Tabla 26 Manual de funciones Administrador recursos humanos

Organigrama

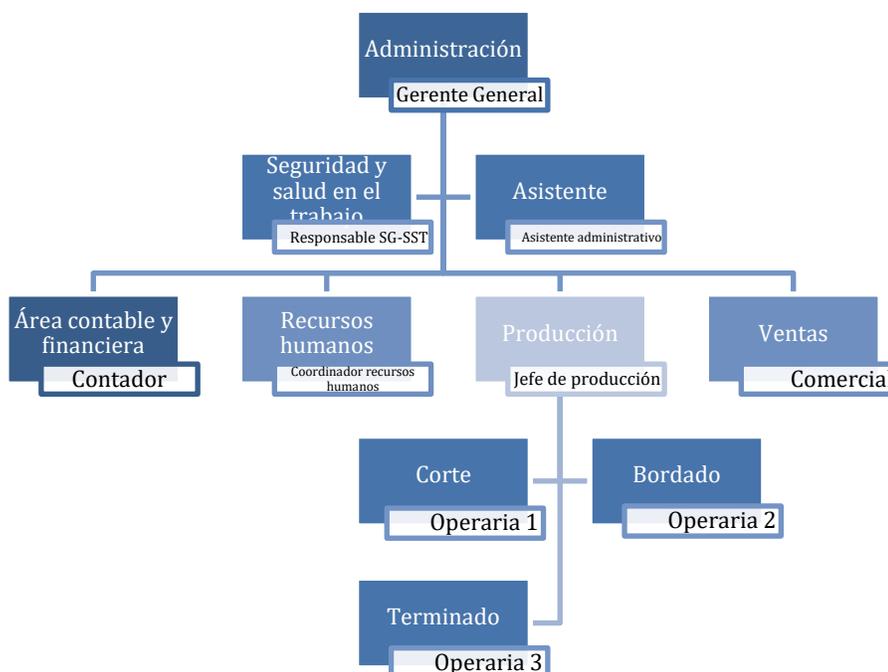


Ilustración 33 Organigrama

Condiciones de trabajo y remunerativas

Tipo de obligación	Entidad donde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
Realizar contrato de trabajo	Empresa en que se vincula al trabajador	1. Que la persona tenga la mayoría de edad, o autorización respectiva 2. Presentar los documentos necesarios, como cédula, examen médico, certificado de antecedentes de la policía y de la procuraduría	En el momento que el trabajador es vinculado a la compañía por medio del contrato de trabajo.

Tipo de obligación	Entidad donde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
Afiliar a los trabajadores a EPS	Ante las entidades promotoras de salud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diligenciar el formulario que permita la afiliación de los trabajadores. 2. Presentar fotocopia de la cédula de los trabajadores y la del representante legal 3. Para que el trabajador vincule a sus beneficiarios debe presentar documentos como registro de matrimonio y cédula del cónyuge si son casados o extra-juicio con menos de 30 días si viven en unión libre, registro civil y tarjeta de identidad para los hijos, si son mayores de edad, cedula y certificado de estudio 	Después de que se realice la vinculación del trabajador a la empresa y antes que él empiece actividades en la compañía
Afiliar a los trabajadores a la Aseguradora de Riesgos Laborales (ARL)	Ante la entidad de riesgos laborales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llenar la solicitud de vinculación de la empresa por parte del empleador, esta solicitud la otorga gratuitamente la ARL 2. Se debe establecer una tarifa de riesgo la cual es asumida por el empleador 	Después de la contratación del trabajador y antes que él empiece labores en la compañía

Tipo de obligación	Entidad donde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
		3. Registrar a cada trabajador, diligenciando las vinculaciones a la ARL, se debe presentar fotocopia de la cédula, del contrato de trabajo, y de la afiliación a la EPS	
Proveer de dotación a los trabajadores	Se les debe entregar en la empresa	<p>1. Que el trabajador devengue hasta dos (2) S.M.M.L.V.</p> <p>2. Que el trabajador lleve mínimo tres meses laborando en la empresa</p> <p>3. La dotación debe ser acorde a la labor desempeñada por el empleado</p> <p>4. El empleador debe hacer firmar una constancia de la entrega realizada a cada trabajador</p>	Se debe realizar cada cuatro meses a más tardar el 30 de abril, 30 de agosto y 30 de diciembre

Tipo de obligación	Entidad donde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
Afiliar a los trabajadores al fondo de pensiones y cesantías	En el fondo de pensiones y cesantías correspondiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. El empleador debe llenar un formulario de afiliación. 2. Entregar certificado de cámara y comercio 3. Suministrar a la entidad la fotocopia de la cédula tanto del representante legal, como del trabajador 	Después de la respectiva vinculación a la empresa y antes de que el trabajador empiece a laborar
Realizar los aportes a caja de compensación familiar	En las cajas de compensación familiar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Afiliar en primera instancia a la empresa, enviando la respectiva solicitud de vinculación. 	Cuando se vincule el trabajador a la organización
(Los aportes a SENA e ICBF son obligatorios si la empresa tiene empleados con salarios mayores a 10 S.M.L.M.V)		<ol style="list-style-type: none"> 2. Presentar certificado de existencia expedido por la Cámara de Comercio. 	
Diseñar un programa de salud ocupacional	En la compañía a partir de la conformación de un comité de salud ocupacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Este documento debe considerar datos concernientes a prevención de accidentes, y evaluación médica de los empleados 2. Debe registrarse el programa 	Este reglamento se debe realizar cuando una empresa tenga mínimo 25 empleados. Si la

Tipo de obligación	Entidad donde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
		ante el ministerio de protección social	empresa tiene menos de 25 empleados se hace comité paritario de seguridad y salud en el trabajo
Redactar un reglamento de higiene	Presentarlo al Ministerio de Protección Social para su aprobación	Presentar la respectiva copia del reglamento al ministerio de protección social, teniendo como plazo los cinco días siguientes a la radicación	A partir del momento que la empresa tenga más de 25 trabajadores
Elaborar el reglamento de trabajo	Presentarlo al Ministerio de Protección Social para su aprobación	Entregar copia del respectivo reglamento al sindicato de la empresa, delegados del personal y comités, y paritarios de higiene y seguridad social	Cuando la empresa tenga más de cinco trabajadores

Tabla 27 Condiciones de trabajo

Provisión de Nómina

Gastos de Personal						
Cargo	Salario	Cantidad	Auxilio transporte	Carga prestacional, parafiscal y seguridad social	Valor Unitario	Total
Gerente General	1.800.000,00	1,00	-	\$ 933.336	\$ 2.733.336	\$ 2.733.336
Jefe de produccion	1.500.000,00	1,00	106.454,00	\$ 835.200	\$ 2.335.200	\$ 2.335.200
Operarias	908.526,00	3,00	319.362,00	\$ 505.867	\$ 1.414.393	\$ 4.243.180
Comercial	1.500.000,00	1,00	106.454,00	\$ 777.780	\$ 2.277.780	\$ 2.277.780
Asistente Administrativa	1.200.000,00	1,00	106.454,00	\$ 668.160	\$ 1.868.160	\$ 1.868.160
Contador	1.500.000,00	1,00	106.454,00	\$ 777.780	\$ 2.277.780	\$ 2.277.780
Coordinador RR HH	1.500.000,00	1,00	106.454,00	\$ 777.780	\$ 2.277.780	\$ 2.277.780
				\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -	\$ -	\$ -
Total Mensual Gastos de Personal						\$ 18.013.216

Tabla 28 provisión Nomina

La nómina incluye:

El personal requerido para conformar el área administrativa está compuesto por un gerente general, un contador y un coordinador de RRHH, adicional una persona de apoyo a la gerencia, una asistente administrativa.

En la parte operativa el equipo de trabajo está conformado por el siguiente personal:

Un jefe de producción, 3 operarias y una persona dedicada a la venta del producto y encargada de desarrollar la actividad comercial.

Los gastos de personal incluyen: salario base, auxilio de transporte (hasta máximo dos SMLV), prestaciones sociales, parafiscales y de seguridad social tal y como se muestra en las siguientes graficas informativas:

Cargas prestacionales	
Cesantias	8,33%
Prima de servicios	8,33%
Vacaciones	4,17%
Intereses sobre las cesantias	1%
Total	21,83%

Ilustración 35 Cargas legales prestacionales

Aporte parafiscal	
SENA	2%
ICBF	3%
Caja de Compensacion Familiar	4%
Total	9%

Ilustración 34 Cargas legales parafiscales

Seguridad social	
Salud	
Empresa	8,5%
Empleado	4%
Pension	
Empresa	12%
Empleado	4%
ARL	
Empresa Riesgo1	0,522%
Empresa Riesgo2	1,044%
Empresa Riesgo3	2,436%
Empresa Riesgo4	4,350%
Empresa Riesgo5	6,960%
Total Empresa Administrativo	21%
Total Empresa Operativo	25%
Total Empleado	8%

Ilustración 36 Cargas legales Seguridad social

Tipo de sociedad:

Personal Jacket se constituirá como una compañía Pyme (pequeña o mediana empresa) lo anterior en base a los ingresos presupuestados, así como el patrimonio inicial y número de empleados, se establecerá como Sociedad por acciones simplificada (SAS), dado que mediante este tipo de sociedad se garantiza que a pesar del crecimiento no es necesario hacer cambios en cuanto al tipo. Las SAS se caracterizan por ser flexibles y requerir menos costos, ofrecen beneficios respecto a las normas societarias dependiendo de los intereses de los socios involucrados en la compañía, así como tampoco es indispensable que tenga junta directiva.

- La actividad: 1410 “Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel” esta actividad económica representa la actividad principal de la compañía, teniendo en cuenta que su excepción esta correcta ya que no se maneja ninguna materia prima que se derive de los animales.

- Actividad 4751 “Comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados” actividad económica secundaria, ya que Personal Jacket realiza el proceso completo de fabricación y comercialización.
- Actividad 4662 “Comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados” personal Jacket espera tener ventas al por mayor demandado por personas jurídicas.
- Una vez definidas las actividades económicas que se desarrollaran se procede a realizar el registro del activo real y así verificar el valor de matrícula, en el caso de personal Jacket y teniendo en cuentas las tarifas registradas por la cámara de comercio de Bogotá el valor de la matricula oscilaría entre los \$1.511.000 y los \$1.901.000.
- El documento de constitución expresa el porcentaje accionario de cada uno de los socios, la fecha que se determina para el inicio de las actividades comerciales, el capital autorizado, suscrito y pagado.

Permisos y Licencias:

(corporation, 2018) Tal como lo explica debemos tener los siguientes requisitos para el debido funcionamiento de la empresa.

- **Obtención del Certificado de Uso del Suelo**

Con este requisito queda regulado el carácter del establecimiento donde puede operar según su dirección o locación. La empresa debe aplicar al formulario consignando sus datos personales y los del lugar donde va a desarrollar su actividad empresarial, pagar la tasa de solicitud y presentar el recibo de Predial (el impuesto que grava los inmuebles) o copia de este.

Este trámite debe realizarse en el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, en su Subdirección de Ordenamiento Urbanístico antes de que el establecimiento comercial inicie su actividad.

- **Certificado de Seguridad**

Certifica el cumplimiento de las condiciones mínimas de seguridad (sistema antiincendios, existencia de vías de evacuación y salidas de emergencia, señalización correcta, etc.).

Ha de solicitarse la visita del inspector en la Tesorería Municipal adjuntando copia del certificado de la Cámara de Comercio y del Registro Único Tributario (RUT), así como cancelar el valor de la inspección si se aprueba la solicitud.

Debe realizarse este trámite tras la matriculación del establecimiento en la Cámara de Comercio y su registro en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), y ante el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de la localidad

- Concepto Sanitario

Debe obtenerse antes de iniciar operaciones; Para acreditar que se cumplen las normas elementales de salubridad. Se solicitará la visita de la Secretaría de Salud Municipal al establecimiento comercial y se presentará el certificado de la Cámara de Comercio, el de fumigación y la notificación de visita del inspector.

También debe ser cumplimentado este trámite antes de que entre en funcionamiento el establecimiento comercial, ante la Secretaría de Salud Municipal.

- Concepto Ambiental

Se presentará el certificado de la Cámara de Comercio actualizado y el certificado de Uso de Suelo, así como se cancelará el valor respectivo de las estampillas requeridas según el caso.

Ha de ejecutarse este requisito tras la obtención del certificado de Uso del Suelo y ante la entidad competente designada por el Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA) o por la Corporación Autónoma Regional (CAR).

Esta licencia da garantía en cuanto al cumplimiento de obligaciones que se establecen frente a la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales del proyecto.

- Certificado de Sayco – Acinpro

Se tramita cuando en el establecimiento se pretende hacer uso público de obras musicales o en video. Es el relacionado con los derechos de autor. Requiere la presentación de fotocopia de la certificación de la inscripción ante la Cámara de Comercio adjuntando carta de solicitud de visita previa al establecimiento para verificar la no utilización de la música.

Obligaciones Tributarias:

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)	DIAN	Diligenciamiento del formulario oficial.	Una vez realizado el registro mercantil ante la Cámara de Comercio
		Realizar la formalización de la inscripción.	
Facturación Electrónica: Decreto 1349 del 2016, Circulación de la facturación electrónica como título valor	DIAN	Estar registrado en le RUT.	De acuerdo con la resolución 042 de 2020, a partir del 01 de Julio de 2020
		Contar con un software de Facturación Electrónica	
		Tener un Certificado de Firma Digital	
Presentar declaración del IVA Tarifa 19%	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	<i>«Declaración y pago bimestral para aquellos responsables de este impuesto, grandes contribuyentes y aquellas personas jurídicas y naturales cuyos ingresos brutos a 31 de diciembre del año gravable anterior sean</i>	En la fecha del respectivo vencimiento según calendario tributario, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
		<i>iguales o superiores a noventa y dos mil (92.000) UVT y para los responsables de que tratan los artículos 477 y 481 de este Estatuto.»</i>	
Presentar declaración del Impuesto de Renta y Complementarios. Artículo 24 E.T., Tarifa: 32% año 2020, 31% año 2021 y 30% a partir del año 2022.	Entidades financieras autorizadas para recibir la presentación o pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	La declaración de Renta deberá presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN y deberá contener la información del artículo 596 del E.T.	Presentación anual según calendario tributario y teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Autorenta, con la promulgación de la Ley 1819 del 2016 (reforma tributaria) se creó la autorretención al impuesto sobre la renta. Tarifa 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, ubicadas en el territorio nacional.	La autorretención debe presentarse en el formulario 350	Mensual

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados 0,40%			
Presentar declaración por Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, la Tesorería del municipio y centros de Atención Local Integral C.A.L.I.	El impuesto ICA debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la Secretaría de Hacienda Municipal (SHM) y según lo dispuesto por cada municipio.	Anual según resolución del Departamento Administrativo de Hacienda Municipal y teniendo en cuenta las fechas límite para su declaración y pago, y el último dígito del NIT.
Presentar declaración mensual de retenciones en la fuente por impuestos nacionales, esto es por renta, IVA y Ganancias Ocasionales.	En los bancos y demás entidades autorizadas para recaudar, ubicadas en el territorio nacional.	Deberá presentarse en el formulario oficial de la DIAN. La declaración deberá contener la información del artículo 606 del E.T.	Mensualmente, en la fecha de vencimiento, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
<p>Presentar declaración mensual de retenciones en la fuente por ICA (Este es un mecanismo de recaudo de un impuesto de carácter municipal por lo que las condiciones y características pueden variar para cada caso)</p>	<p>Entidades financieras autorizadas para recibir el pago de esta obligación, la Tesorería del municipio y centros de Atención Local Integral C.A.L.I.</p>	<p>Deberá contener:</p> <p>*Formulario diligenciado (en Cali la presentación de la declaración se realiza virtualmente) * Nombre o razón social y NIT</p>	<p>Mensualmente, en la fecha del respectivo vencimiento.</p>
		*Dirección	
		*Base sobre la cual se efectuó la retención	
		*Valor de las retenciones efectuadas en el período	
		*Liquidación de las sanciones cuando fuere el caso.	
		*Firma del representante legal y revisor fiscal (en caso de ser obligatorio dependiendo de cada municipio)	
<p>Libros de Contabilidad</p>	<p>Cámara de Comercio</p>	<p>El Decreto Ley 019 de enero del 2012, también conocida como la Ley Anti-trámites,</p>	<p>Los que se acostumbraban a registrar: libro diario, libro mayor, el de</p>

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuando se debe realizar
		habla de que ya no hay obligación de llevar a registrar libros de contabilidad ante la Cámara de Comercio. El Decreto Ley 019 modificó el Código de Comercio, en el que determinó cuáles son los libros que deben registrarse. Así quedó claro que los libros de contabilidad ya no son necesario regístralos	inventarios y balance, ya no es obligación hacerlo.
Libros de Actas de Socios	Cámara de Comercio	Registro mediante libro preimpreso u hojas numeradas en la Cámara de Comercio	De acuerdo con el número de hojas utilizable

Tabla 29 Obligaciones tributarias

Limitaciones

En Colombia cerca del 90% de empresas corresponde al segmento de Mi Pymes las principales limitaciones a las que se enfrentan tienen que ver fundamentalmente con los siguientes factores: falta de planeación del negocio a través de un plan estructurado y diseño estratégico, informalidad en el desarrollo de sus actividades, carencia de ventajas competitivas por sus bajas inversiones en innovación tecnológica e insuficiencia en la infraestructura para investigación y desarrollo.

Para el caso del proyecto de emprendimiento Personal Jacket; las principales limitaciones están ligadas a la dificultad para establecer procesos de industrialización y producción lo que repercute en una fuerte limitación para enfrentar la competencia y dificultades para permanecer en el mercado.

Otra limitante importante es el acceso al sector financiero, así como las posibles variaciones en el entorno económico, social y político que representa un riesgo constante.

La limitación al acceso de crédito trae como consecuencia afrontar situaciones de crisis, invertir para modernizar o contar con fuentes de financiación formales dado que el crédito es una herramienta financiera básica para potencializar el crecimiento y apalancamiento de la empresa.

Inicialmente se busca acceder a crédito formal para la consecución de capital de trabajo, cubrir gastos en los meses en que las ventas y/o ingresos no son suficientes y más adelante el financiamiento estará enfocado en inversión para la ampliación del negocio.

Módulo 11. Plan de inversión y Financiación

Inversión Inicial:

<i>Infraestructura</i>		
Concepto	Valor	Total
Adecuaciones	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000
Muebles y Enseres	\$ 4.136.100	\$ 4.136.100
Maquinaria y Equipo	\$ 26.721.877	\$ 26.721.877
Total Gastos Preoperativos	\$ 32.107.977	\$ 32.107.977

Tabla 30 Gasto Infraestructura

Detalle inversión inicial

<i>Gastos de Constitución</i>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Registro Mercantil	Un.	\$ 421.000	\$ 421.000
Permisos y Licencias	Un.	\$ -	\$ -
Total Año		\$ 421.000	\$ 421.000

Tabla 31 Gasto Constitución

Análisis: Los valores programados respecto al registro mercantil están basados en el valor de los activos que la compañía adquirirá por medio de la financiación, de la misma manera teniendo en cuenta la tabla de tarifas de la Cámara de comercio de Bogotá **Fuente especificada no válida.**

<i>Adecuaciones</i>			
<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
		<i>Unit.</i>	
Adecuaciones Eléctricas	1,00	550.000,00	550.000,00

Adecuaciones			
Local	1,00	700.000,00	700.000,00
Total			1.250.000,00

Tabla 32 Gasto Adecuaciones

Análisis: los gastos iniciales de adecuaciones eléctricas están basadas en cotizaciones solicitadas a ingenieros de electricidad y construcción.

<i>Muebles y Enseres</i>				
Descripción	Un. Medida	Cant.	Valor Unit.	Total
Mesa de corte	Und	1	700.000	700.000
Sillas Operarias	Und	6	54.500	327.000
Extintor 10 lbs	Und	2	36.900	73.800
Maniquies	Und	5	30.000	150.000
Botiquín	Und	1	54.900	54.900
Telefono inalambrico	Und	1	179.900	179.900
Avisos de Seguridad	Und	6	70.000	420.000
Vitrina exhibidora	Und	1	800.000	800.000
Estantes	Und	2	269.000	538.000
Caneca de Basura - Punto ecologico	Und	2	123.800	247.600
Archivador	Und	1	295.000	295.000
Alarma	Und	1	349.900	349.900
			Total	4.136.100

Tabla 33 Gasto Muebles y enseres

Análisis: el valor de los activos iniciales respecto a los muebles y enseres se proyectó con base en información suministrada por confeccionistas del sector textil. Teniendo en cuenta que el proyecto se desarrollará a nivel de microempresa dado el número de empleados y la capacidad de producción. Los valores que se representan en cada activo de muebles y enseres también fueron cotizados por medio de páginas virtuales.

Maquinaria y Equipo				
Descripción	Un. Medida	Cantidad	Valor Unit.	Total
Máquina Collarin	Und.	2	3.509.000	7.018.000
Máquina Plana	Und.	2	2.400.000	4.800.000
Máquina Cortadora	Und.	1	1.279.000	1.279.000
Máquina Fileteadora	Und.	2	2.913.990	5.827.980
Máquina Bordadora	Und.	1	1.790.000	1.790.000
Tijeras de costura 10"	Und.	3	136.999	410.997
Caja Registradora	Und.	1	498.900	498.900
Computador	Und.	3	1.699.000	5.097.000
			Total	26.721.877

Tabla 34 maquinaria y equipo

Análisis: Los activos necesarios para la maquinaria y el equipo son basados en experiencia de personal que se desempeña en el sector textil, las maquinas relacionadas son las requeridas para todo el proceso de producción de la chaqueta, respecto a las necesidades ya planteadas.

Costos y gastos Iniciales

Costo Producción Insumos Unidad									
Materia Prima e Insumos	Un. Medida	Consumo	Valor Un.	Total Unitario	Total Unit. Año 1	Total Unit. Año 2	Total Unit. Año 3	Total Unit. Año 4	Total Unit. Año 5
TELA ANTIFLUIDO	Metro	1,50	8.500	\$ 12.750	\$ 12.750	\$ 13.424	\$ 14.139	\$ 14.895	\$ 15.696
CAUCHO	Metro	1,20	70	\$ 84	\$ 84	\$ 88	\$ 93	\$ 98	\$ 103
TANCA	Unidad	1,00	120	\$ 120	\$ 120	\$ 126	\$ 133	\$ 140	\$ 148
HILO	cono	0,20	3.000	\$ 600	\$ 600	\$ 632	\$ 665	\$ 701	\$ 739
HILAZA	cono	0,20	3.000	\$ 600	\$ 600	\$ 632	\$ 665	\$ 701	\$ 739
CREMALLERA	Unidad	1,00	2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.106	\$ 2.218	\$ 2.336	\$ 2.462
ESTAMPADO	Unidad	1,00	5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.265	\$ 5.545	\$ 5.841	\$ 6.155
				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total				\$ 21.154	\$ 21.154	\$ 22.273	\$ 23.458	\$ 24.713	\$ 26.043

Tabla 35 Costo de producción Unidad

Análisis: Los costos de materia prima fueron extraídos de cotizaciones con empresas como Facol y Lafayette las cuales se caracterizan por proveer insumos económicos con altos estándares de calidad. Lo anterior con el fin garantizar una apropiada gestión empresarial generando un margen de utilidad.

Gastos de Ventas	
Concepto	Total Año
Gastos de Personal de Ventas	27.333.360,00
Catalogo	420.000,00
Tarjeteria	160.000,00
implementacion servidores	1.200.000,00
Bolsas	1.200.000,00
Desarrollo interfaz visual de usuario final	5.200.000,00
Desarrollo API backend	7.650.000,00
Mantenimiento	250.000,00
Dominio de aplicación	555.000,00
Total Gastos de Ventas	43.968.360,00

Tabla 36 Gastos de ventas

Análisis: Como valor agregado el proyecto busca personalizar sus diseños para lo cual se llevará a cabo la implementación de tecnología con el objeto de innovar y presentar un producto exclusivo que genere mayor demanda y que lo haga único a nivel de mercado.

Financiación

INVERSION	\$	32.528.977
PROVISION DE GASTOS	\$	72.085.767
INVERSION	\$	104.614.744
% de Financiacion		100%
SOLICITUD DE CREDITO	\$	104.614.744
CAPITAL SOCIAL	\$	-
Interese Mensual		2,02%
Plazo Meses		36
Tasa Efectiva		27,12%
Tasa Nominal		24,24%

CUOTA No.	VR. CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO
1	\$ 4.117.529	\$ 2.113.218	\$ 2.004.311	\$ 102.610.432
2	\$ 4.117.529	\$ 2.072.731	\$ 2.044.799	\$ 100.565.634
3	\$ 4.117.529	\$ 2.031.426	\$ 2.086.103	\$ 98.479.530
4	\$ 4.117.529	\$ 1.989.287	\$ 2.128.243	\$ 96.351.288
5	\$ 4.117.529	\$ 1.946.296	\$ 2.171.233	\$ 94.180.054
6	\$ 4.117.529	\$ 1.902.437	\$ 2.215.092	\$ 91.964.962
7	\$ 4.117.529	\$ 1.857.692	\$ 2.259.837	\$ 89.705.125
8	\$ 4.117.529	\$ 1.812.044	\$ 2.305.486	\$ 87.399.640
9	\$ 4.117.529	\$ 1.765.473	\$ 2.352.057	\$ 85.047.583
10	\$ 4.117.529	\$ 1.717.961	\$ 2.399.568	\$ 82.648.015
11	\$ 4.117.529	\$ 1.669.490	\$ 2.448.039	\$ 80.199.976
12	\$ 4.117.529	\$ 1.620.040	\$ 2.497.490	\$ 77.702.486
13	\$ 4.117.529	\$ 1.569.590	\$ 2.547.939	\$ 75.154.547
14	\$ 4.117.529	\$ 1.518.122	\$ 2.599.407	\$ 72.555.139
15	\$ 4.117.529	\$ 1.465.614	\$ 2.651.915	\$ 69.903.224
16	\$ 4.117.529	\$ 1.412.045	\$ 2.705.484	\$ 67.197.740
17	\$ 4.117.529	\$ 1.357.394	\$ 2.760.135	\$ 64.437.605
18	\$ 4.117.529	\$ 1.301.640	\$ 2.815.890	\$ 61.621.715
19	\$ 4.117.529	\$ 1.244.759	\$ 2.872.771	\$ 58.748.945
20	\$ 4.117.529	\$ 1.186.729	\$ 2.930.801	\$ 55.818.144
21	\$ 4.117.529	\$ 1.127.527	\$ 2.990.003	\$ 52.828.141
22	\$ 4.117.529	\$ 1.067.128	\$ 3.050.401	\$ 49.777.741
23	\$ 4.117.529	\$ 1.005.510	\$ 3.112.019	\$ 46.665.722
24	\$ 4.117.529	\$ 942.648	\$ 3.174.882	\$ 43.490.840
25	\$ 4.117.529	\$ 878.515	\$ 3.239.014	\$ 40.251.826
26	\$ 4.117.529	\$ 813.087	\$ 3.304.442	\$ 36.947.383
27	\$ 4.117.529	\$ 746.337	\$ 3.371.192	\$ 33.576.191
28	\$ 4.117.529	\$ 678.239	\$ 3.439.290	\$ 30.136.901
29	\$ 4.117.529	\$ 608.765	\$ 3.508.764	\$ 26.628.137
30	\$ 4.117.529	\$ 537.888	\$ 3.579.641	\$ 23.048.496
31	\$ 4.117.529	\$ 465.580	\$ 3.651.950	\$ 19.396.547
32	\$ 4.117.529	\$ 391.810	\$ 3.725.719	\$ 15.670.828
33	\$ 4.117.529	\$ 316.551	\$ 3.800.979	\$ 11.869.849
34	\$ 4.117.529	\$ 239.771	\$ 3.877.758	\$ 7.992.091
35	\$ 4.117.529	\$ 161.440	\$ 3.956.089	\$ 4.036.002
36	\$ 4.117.529	\$ 81.527	\$ 4.036.002	\$ -0

Tabla 37 Financiación

Análisis: el proyecto de personal Jacket se presentará ante el fondo emprender con el fin de obtener financiación del 100% de los recursos para la puesta en marcha del proyecto, sin embargo, teniendo en cuenta que supera los 80 salarios mínimos legales vigentes y este debe pasar por unos procesos de aceptación y requisitos básicos, Se proyecto bajo una financiación por parte de una entidad bancaria en caso de no tener acceso a los beneficios del fondo emprender.

A través de este financiamiento se cubrirán los gastos y costos necesarios para el funcionamiento durante los dos primeros meses previendo que al inicio del proyecto no se generarán utilidades.

Presupuesto

PRESUPUESTO					
COSTOS FIJOS					
	Concepto	1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Total Año
Gastos Preoperativos	Registro Mercantil	140.333,33	140.333,33	140.333,33	\$ 421.000
	Permisos y Licencias	-	-	-	\$ -
	Adecuaciones	83.333,33	83.333,33	83.333,33	\$ 250.000
	Muebles y Enseres	137.870,00	137.870,00	137.870,00	\$ 413.610
	Maquinaria y Equipo	1.781.458,47	1.781.458,47	1.781.458,47	\$ 5.344.375
	SUB TOTAL	\$ 2.142.995	\$ 2.142.995	\$ 2.142.995	\$ 6.428.985
Gastos de Ventas	Gastos de Personal de Ventas	9.111.120,00	9.111.120,00	9.111.120,00	\$ 27.333.360
	Catalogo	140.000,00	140.000,00	140.000,00	\$ 420.000
	Tarjeteria	160.000,00	-	-	\$ 160.000
	implementacion servidores	400.000,00	400.000,00	400.000,00	\$ 1.200.000
	Bolsas	400.000,00	400.000,00	400.000,00	\$ 1.200.000
	Desarrollo interfaz visual de usuario final	5.200.000,00	-	-	\$ 5.200.000
	Desarrollo API backend	7.650.000,00	-	-	\$ 7.650.000
	Dominio de aplicación	200.000,00	200.000,00	155.000,00	\$ 555.000
	SUB TOTAL	\$ 23.261.120	\$ 10.251.120	\$ 10.206.120	\$ 43.718.360
	Gastos de Personal	Gerente General	10.933.344,00	10.933.344,00	10.933.344,00
Jefe de produccion		9.340.800,00	9.340.800,00	9.340.800,00	\$ 28.022.400
Operarias		16.972.719,32	16.972.719,32	16.972.719,32	\$ 50.918.158
Comercial		9.111.120,00	9.111.120,00	9.111.120,00	\$ 27.333.360
Asistente Administrativa		7.472.640,00	7.472.640,00	7.472.640,00	\$ 22.417.920
Contador		9.111.120,00	9.111.120,00	9.111.120,00	\$ 27.333.360
Coordinador RR HH		9.111.120,00	9.111.120,00	9.111.120,00	\$ 27.333.360
SUB TOTAL		\$ 72.052.863	\$ 72.052.863	\$ 72.052.863	\$ 216.158.590
Gastos Administrativos		Arrendamientos y Admon	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00
	Servicios Públicos	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	\$ 6.000.000
	Papeleria	200.000,00	200.000,00	200.000,00	\$ 600.000
	Aseo e Higiene	200.000,00	200.000,00	200.000,00	\$ 600.000
	mantenimiento de maquinas	60.000,00	60.000,00	60.000,00	\$ 180.000
	aceite de maquina	20.000,00	20.000,00	20.000,00	\$ 60.000
	SUB TOTAL	\$ 8.480.000	\$ 8.480.000	\$ 8.480.000	\$ 25.440.000
	TOTALES	\$ 105.936.978	\$ 92.926.978	\$ 92.881.978	\$ 291.745.935
	COSTOS DE PRODUCCIÓN (Materia Prima)				
	Concepto	1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Total Año
	CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	\$ 38.571.709	\$ 83.077.527	\$ 106.813.964	\$ 228.463.200
	TOTALES	\$ 38.571.709	\$ 91.150.167	\$ 106.813.964	\$ 228.463.200
COSTOS DE PRODUCCIÓN (Mano de Obra)					
	Concepto	1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Total Año
	CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	\$ 5.580.353	\$ 12.019.222	\$ 15.453.285	\$ 33.052.860
	TOTALES	\$ 5.580.353	\$ 12.019.222	\$ 15.453.285	\$ 33.052.860
TOTAL EGRESOS		\$ 150.089.041	\$ 196.096.368	\$ 215.149.227	\$ 561.334.635
INGRESOS POR VENTAS					
	Concepto	1er Cuatrimestre	2do Cuatrimestre	3er Cuatrimestre	Total Año
	CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	\$ 109.402.597	\$ 235.636.364	\$ 302.961.039	\$ 648.000.000
	TOTALES	\$ 109.402.597	\$ 235.636.364	\$ 302.961.039	\$ 648.000.000
TOTAL INGRESOS		109.402.597	235.636.364	302.961.039	648.000.000
SALDO DE CAJA		\$ -40.686.443	\$ 39.539.996	\$ 87.811.812	\$ 86.665.365

Tabla 38 Presupuesto

Análisis:

El presupuesto permite determinar los recursos que se emplearan para el desarrollo de las metas planteadas, de modo que sea viable y óptimo para su ejecución y posteriores resultados. A través de éste se evidencia que se cubren los gastos preoperativos: como el registro mercantil por

un valor de 421.000 adecuaciones eléctricas y del local por valor de 1.250.000, muebles y enseres 4.136.100 y maquinaria y equipo por un valor de 26.721.877.

La maquinaria y equipo representa uno de los valores más altos en la inversión inicial, dicho recurso cobra principal relevancia teniendo en cuenta que el objeto primordial es la elaboración y producción de chaquetas; con dicho recurso se pretende llevar a cabo la realización del producto.

Los gastos de ventas incluyen el salario de la persona encargada de la parte comercial quien será responsable de las ventas presenciales, así como de la administración de las ventas a través de la página, en ese sentido deberá informar al jefe de producción los pedidos solicitados indicando características de diseño requeridos por los diferentes clientes

Loa gastos de ventas incluyen las estrategias de promoción y oferta; factores determinantes en la generación de estrategias para identificar clientes potenciales, reconocimiento y posicionamiento del producto, así como de la marca a nivel local y en el futuro a nivel nacional.

La proyección de los siguientes 5 años se realiza con indicadores macroeconómicos que miden el comportamiento general y el crecimiento de la economía del país como son: la inflación, IPC y el PIB. Estas proyecciones fueron tomadas con base a la información publicada por (Bancolombia , 2021)

Perspectivas de mediano plazo

Tabla de resumen de nuestras principales proyecciones económicas de mediano plazo

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021py	2022py	2023py	2024py	2025py
Crecimiento del PIB (var. % anual)	2,1%	1,4%	2,6%	3,3%	-8,8%	4,7%	3,5%	3,6%	3,4%	3,2%
Balance del Gobierno Nacional (% PIB)	-4,0%	-3,7%	-3,1%	-2,5%	-8,2%	-8,0%	-8,2%	-5,6%	-4,7%	-4,0%
Balance en cuenta corriente (% PIB)	-4,2%	-3,3%	-3,9%	-4,3%	-3,3%	-3,7%	-3,9%	-3,7%	-3,6%	-3,5%
Tasa de desempleo urbano (% PEA, promedio año)	10,0%	10,6%	10,8%	11,2%	18,4%	16,5%	15,3%	14,1%	13,0%	12,0%
Inflación al consumidor (var. % anual, fin de año)	5,75%	4,09%	3,18%	3,80%	1,62%	2,4%	3,0%	3,5%	3,7%	3,1%
Tasa de referencia BanRep (% anual, fin de año)	7,50%	4,75%	4,25%	4,25%	1,75%	2,00%	3,25%	4,00%	4,50%	4,75%
DTF 90 Días (% anual, fin de año)	6,92%	5,28%	4,54%	4,52%	1,93%	2,29%	3,16%	4,05%	4,63%	5,14%
IBR Overnight (% E.A, fin de año)	7,50%	4,69%	4,24%	4,26%	1,74%	1,93%	3,26%	4,00%	4,49%	4,74%
Tasa de cambio USDCOP (promedio de año)	\$ 3.053	\$ 2.951	\$ 2.957	\$ 3.282	\$ 3.691	\$ 3.550	\$ 3.530	\$ 3.570	\$ 3.640	\$ 3.730
Tasa de cambio USDCOP (promedio 4T)	\$ 3.016	\$ 2.986	\$ 3.161	\$ 3.411	\$ 3.680	\$ 3.570	\$ 3.530	\$ 3.570	\$ 3.640	\$ 3.730
Devaluación nominal (% promedio año)	11,2%	-3,3%	0,2%	11,0%	12,5%	-3,8%	-0,6%	1,1%	2,0%	2,5%
Precio promedio del petróleo (Ref. Brent, USD por barril)	\$ 45,0	\$ 54,8	\$ 71,5	\$ 64,2	\$ 43,2	\$ 58	\$ 63	\$ 64	\$ 63	\$ 63

Fuente: Grupo Bancolombia, DANE, Ministerio de Hacienda, Banco de la República, Eikon Reuters.

Ilustración 37 Proyecciones económicas

Balance general inicial

PERSONAL JACKET SAS
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
(Cifras expresadas en pesos colombianos redondeadas a Und.)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA Y BANCOS	\$ 150.504.664	\$ 198.584.028	\$ 251.066.102	\$ 304.116.450	\$ 407.636.398
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 150.504.664	\$ 198.584.028	\$ 251.066.102	\$ 304.116.450	\$ 407.636.398
ACTIVO NO CORRIENTE					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 32.107.977	\$ 32.107.977	\$ 32.107.977	\$ 32.107.977	\$ 32.107.977
MENOS DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 6.007.985	\$ 12.015.971	\$ 18.023.956	\$ 24.031.942	\$ 30.039.927
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 26.099.992	\$ 20.092.006	\$ 14.084.021	\$ 8.076.035	\$ 2.068.050
TOTAL ACTIVO	\$ 176.604.655	\$ 218.676.035	\$ 265.150.123	\$ 312.192.485	\$ 409.704.448
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
PROVISION IMPUESTO DE RENTA	\$ 23.756.671	\$ 29.676.899	\$ 34.212.416	\$ 38.671.142	\$ 42.216.762
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 26.912.258	\$ 34.211.646	\$ 43.490.840	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 50.668.929	\$ 63.888.544	\$ 77.703.256	\$ 38.671.142	\$ 42.216.762
PASIVOS NO CORRIENTE					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 77.702.486	\$ 43.490.840	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 77.702.486	\$ 43.490.840	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 128.371.415	\$ 107.379.384	\$ 77.703.256	\$ 38.671.142	\$ 42.216.762
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDADES RETENIDAS		\$ 48.233.241	\$ 111.296.650	\$ 187.446.867	\$ 273.521.344
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 48.233.241	\$ 63.063.409	\$ 76.150.217	\$ 86.074.477	\$ 93.966.342
TOTAL PATRIMONIO	\$ 48.233.241	\$ 111.296.650	\$ 187.446.867	\$ 273.521.344	\$ 367.487.686
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 176.604.655	\$ 218.676.035	\$ 265.150.123	\$ 312.192.485	\$ 409.704.448
DIFERENCIA	\$ -				

Tabla 39 Estado de situación financiera

Análisis

El balance general muestra que para el primer año 2021 en la cuenta del efectivo el valor ascenderá a la suma de \$150.504.664. Disponibles para realizar inversiones en: materia prima, maquinaria y equipo de cómputo, muebles y enseres y demás gastos principales para el desarrollo del proyecto, el activo no corriente está conformado por: muebles y enseres por valor de \$32.107.977 y su respectiva depreciación anual por \$6.007.985, para finalizar con un activo total de \$176.604.655.

Los pasivos corrientes están conformados por la deuda adquirida para la puesta en marcha del proyecto anteriormente planteado; por un valor de 26.912.258 y la provisión del impuesto de renta del 33% para el primer año por un valor de 23.756.671

Como pasivos no corrientes superior a un año se conforma por una obligación financiera por valor de 77.702.486.

Al final del ejercicio durante el primer año, el proyecto cierra con una utilidad neta por valor de \$48.233.241.

Estado de resultados

Estado de Resultados

PERSONAL JACKET SAS					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL					
(Cifras expresadas en pesos colombianos redondeadas a Und.)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS	\$ 648.000.000	\$ 685.436.702	\$ 718.207.705	\$ 752.949.279	\$ 789.787.172
COSTO DE VENTAS	\$ 261.516.060	\$ 277.355.745	\$ 291.488.929	\$ 306.503.168	\$ 322.117.107
UTILIDAD BRUTA	\$ 386.483.940	\$ 408.080.956,97	\$ 426.718.776,22	\$ 446.446.110,99	\$ 467.670.064,65
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS DE PERSONAL	\$ 216.158.590	\$ 222.643.348	\$ 230.435.865	\$ 238.961.992	\$ 246.369.814
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 25.440.000	\$ 26.203.200	\$ 27.120.312	\$ 28.123.764	\$ 28.995.600
DEPRECIACION	\$ 6.007.985	\$ 6.007.985	\$ 6.007.985	\$ 6.007.985	\$ 6.007.985
TOTAL GASTOS DE ADMON	\$ 247.606.575	\$ 254.854.533	\$ 263.564.162	\$ 273.093.741	\$ 281.373.399
GASTOS DE VENTAS					
GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS	\$ 43.968.360	\$ 45.287.411	\$ 46.872.470	\$ 48.606.752	\$ 50.113.561
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 43.968.360	\$ 45.287.411	\$ 46.872.470	\$ 48.606.752	\$ 50.113.561
TOTAL GASTOS	\$ 291.574.935	\$ 300.141.943,86	\$ 310.436.632,41	\$ 321.700.492,35	\$ 331.486.960,06
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 94.909.005	\$ 107.939.013,11	\$ 116.282.143,81	\$ 124.745.618,64	\$ 136.183.104,58
INGRESOS NO OPERACIONALES					
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS NO OPERACIONALES					
	\$ 22.919.093,07	\$ 15.198.705,22	\$ 5.919.510,87	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 71.989.911,57	\$ 92.740.307,89	\$ 110.362.632,94	\$ 124.745.618,64	\$ 136.183.104,58
PROVISION DE IMPUESTOS	\$ 23.756.670,82	\$ 29.676.898,52	\$ 34.212.416,21	\$ 38.671.141,78	\$ 42.216.762,42
UTILIDAD NETA	\$ 48.233.240,75	\$ 63.063.409,36	\$ 76.150.216,73	\$ 86.074.476,86	\$ 93.966.342,16
PROMEDIO MENSUAL	\$ 4.019.436,73	\$ 5.255.284,11	\$ 6.345.851,39	\$ 7.172.873,07	\$ 7.830.528,51
IMPUESTO A LA RENTA	33%	32%	31%	31%	31%

Tabla 40 Estado de resultados integral

Análisis: de acuerdo con las proyecciones en ventas los gastos y costos estimados, así como las proyecciones en el flujo de caja y con base a las cifras de los principales estados financieros y de sus indicadores, el proyecto generará utilidades desde el primer año de funcionamiento. Por lo anterior se concluye que será viable en su ejecución y desarrollo durante los próximos 5 años.

Gracias al apalancamiento de financiación inicial del 100% del proyecto, con una tasa interés promedio en el sector financiero correspondiente a 27.12% Efectiva anual, se garantiza el sostenimiento y funcionamiento durante los tres primeros años a partir de la puesta en marcha

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LA MEZCLA DE PRODUCTO					
Año 1					
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	COSTO UNITARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO	PARTICIPACION	COSTOS FIJOS
CHAQUETAS ANTIFLUIDOS	\$ 60.000	\$ 24.214	\$ 8.153	100%	\$ 291.745.935,36
TOTAL				100%	\$ 291.745.935,36

Tabla 41 Punto de equilibrio

Análisis: Personal Jacket requiere vender 8153 chaquetas anuales para poder cubrir todos sus costos fijos, lo cual se cumple según la proyección de ventas analizada anteriormente.

Para el primer año se planea una venta de 10.800 prendas, dicho comportamiento se situó de acuerdo con la estacionalidad del portafolio, a la calificación de los estudios realizados en la localidad de Usme y según estudios anteriores, como la encuesta realizada por Brandstrat publicada en la revista La República (Arango, 2019) en donde se muestra cuando los colombianos compran más ropa.

En contexto con lo anterior Personal Jacket promete buenas expectativas respecto a su llegada al punto de equilibrio en el primer año.

Flujo de caja

PERSONAL JACKET SAS					
FLUJO DE CAJA					
(Cifras expresadas en pesos colombianos redondeadas a Und.)					
<i>PERIODO</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA		\$ 150.504.664	\$ 198.584.028	\$ 251.066.102	\$ 304.116.450
INGRESOS					
VENTAS	\$ 648.000.000	\$ 685.436.702	\$ 718.207.705	\$ 752.949.279	\$ 789.787.172
APORTE DE SOCIOS	\$ -				
PRESTAMO	\$ 104.614.744				
TOTAL INGRESOS	\$ 752.614.744	\$ 685.436.702	\$ 718.207.705	\$ 752.949.279	\$ 789.787.172
EGRESOS					
PAGO COMPRAS	\$ 261.516.060	\$ 277.355.745	\$ 291.488.929	\$ 306.503.168	\$ 322.117.107
GASTOS DE PERSONAL ADMITIVO	\$ 25.440.000	\$ 26.203.200	\$ 27.120.312	\$ 28.123.764	\$ 28.995.600
GASTO DE PERSONAL DE VENTAS	\$ 43.968.360	\$ 45.287.411	\$ 46.872.470	\$ 48.606.752	\$ 50.113.561
GASTOS DE PERSONAL	\$ 216.158.590	\$ 222.643.348	\$ 230.435.865	\$ 238.961.992	\$ 246.369.814
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 22.919.093	\$ 15.198.705	\$ 5.919.511	\$ -	\$ -
PAGO IMPUESTO DE RENTA		\$ 23.756.671	\$ 29.676.899	\$ 34.212.416	\$ 38.671.142
OBLIGACIONES FINANCIERAS		\$ 26.912.258	\$ 34.211.646	\$ 43.490.840	\$ -
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	\$ 32.107.977				
TOTAL EGRESOS	\$ 602.110.080	\$ 637.357.337	\$ 665.725.631	\$ 699.898.931	\$ 686.267.224
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 150.504.664	\$ 198.584.028	\$ 251.066.102	\$ 304.116.450	\$ 407.636.398

Tabla 42 Flujo de caja

Módulo 12. Análisis de Riesgos

Riesgo de Mercado

Personal Jacket se dedica a la confección, producción y comercialización de chaquetas antifluído con diseños innovadores y materiales que proporcionan bioseguridad. Logrando con ello satisfacer la necesidad de los consumidores y ofreciendo productos con altos estándares de calidad, variedad de diseños que los mismos tendrán opción de proponer a marca personal a través de una página web. De lo anterior se analiza que la misión se centra en chaquetas con tela antifluído principalmente para el cuidado del virus Covid-19, sin embargo, Personal Jacket esta

consiente que este virus desaparecerá con el paso del tiempo ya sea por medio de una vacuna que se implemente y fortalezca el cuerpo humano de dichos anticuerpos o simplemente nuestro propio cuerpo evolucione y aprenda a vivir con este virus de manera que ya no sea perjudicial para la salud.

No obstante, no se debe desechar la idea de nuevos virus que también necesiten protección de este tipo de tela, adicional a tener en cuenta que además de brindar los beneficios anteriormente mencionados la tela generalmente también se utiliza para hacer ejercicio en la vida cotidiana o simplemente se acomoda al gusto del cliente.

Si se disminuyesen las ventas puesto que los clientes objetivos requerirán la chaqueta para su cuidado frente a este virus el marketing adecuado es implementar estrategias que demuestren que no solo protege este virus Covid-19, sino de otros que también evolucionen y lleguen al paso del tiempo o simplemente virus como la gripe que no desaparecerá nunca.

Riesgo SG-SST

Siguiendo la normativa vigente (MINISTERIO DE TRABAJO, 2014)“por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). El presidente de la República, en ejercicio de sus facultades legales, en especial de las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y el artículo 1° de la Ley 1562 de 2013”

Dicho decreto exige de manera preventiva a las empresas poseer e implementar un sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, el cual muestre los objetivos generales en prevención a los riesgos laborales que se puedan presentar en la actividad económica que se desempeñe la compañía y de la misma manera teniendo en cuenta todos los posibles riesgos de las diferentes áreas de trabajo.

En mención al decreto Personal Jacket reconoce la normativa, de esta manera la implementación del SG-SST será apropiada y será llevará a cabo en su correcto momento.

Se debe tener en cuenta los siguientes documentos para su implementación:

REQUERIMIENTO	CARACTERISTICAS
MANUAL DEL SISTEMA DE GESTION	Manual debe contener: <ul style="list-style-type: none"> • Organigrama general de la compañía • Elementos del SG-SST

DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico inicial del sistema SG-SST • Planificación del sistema SG-SST • Política de seguridad y salud en el trabajo • Objetivos del sistema SG-SST • Política de transporte y seguridad vial • Roles y responsabilidades de cada uno de los empleados • Identificación de los riesgos y peligros con su respectiva evaluación y valoración. • Plan de capacitación anual a empleados • Control de cada uno de los riesgos • Vigilancia en salud (exámenes de ingreso, periódicos y de egreso) • Gestión del cambio • Inspecciones de seguridad • Investigación de accidentes e incidentes de trabajo • Acciones preventivas y correctivas del SG-SST
REGISTRO DE CAPACITACION	Datos del personal capacitado y el temario de la capacitación dada.
EXAMENES OCUPACIONALES	Se deben archivar de manera confidencial los registros médicos de cada uno de los empleados y deben realizarse no solo de ingreso si no periódico y de egreso
VIGIA Y COPASS	Se debe realizar un acta de nombramiento de vigía y equipo de Copass

LISTA DE CHEQUEO	<ul style="list-style-type: none"> • Lista del proceso de SG-SST
ACCIONES PREVENTIVAS	Se debe anexar un formato de cada una de las acciones preventivas y correctivas de cada caso dado en riesgo.
PAUSAS ACTIVAS	Formatos con la asistencia de las pausas activas de cada empleado.
FORMATOS DE INSPECCIÓN	<p>Se deben tener formatos de inspección de los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia extintores • Existencias en botiquín • Inspección gerencial • Ambiental • Orden y aseo
MATRIZ DE RIESGOS	<p>La matriz de riesgos debe tener lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso • Zona • Actividad • Tarea • Peligro • Efectos posibles • Controles existentes • Evaluación del riesgo • Valoración del riesgo • Criterios de control • Medidas de intervención

Tabla 43 Requerimientos para implementación SG-GGT

Personal Jacket ve necesario inicialmente determinar los posibles riesgos en calidad de Seguridad y salud en el trabajo estableciendo una matriz básica con dichos riesgos.

MATRIZ DE RIESGOS

RIESGO	CARACTERISTICAS	Probabilidad (Ocurrencia)	Gravedad (Impacto)	Valor del Riesgo	Nivel de Riesgo
Biomecánico	Cansancio muscular, fatiga muscular, enfermedades osteomusculares de miembros superiores	3	3	9	Importante
Condiciones de Seguridad	Caidas, traumas, golpes, heridas en el cuerpo. Reacciones al estrés, cansancio, fatiga	3	4	12	Importante
Psicosocial	Reacción al estrés, desmotivación, trastornos mentales, insomnio, accidentes con lesiones	1	2	2	Marginal
Físico	Hipoacusia, sordera, cefaleas, trastornos de comportamiento, irritabilidad	2	3	6	Apreciable
Extenos	Incendios, terremotos, atrapamientos o inundaciones	1	5	5	Apreciable
Sobreesfuerzos	Caidas, heridas cuerpo, sordera, inhalacion de polvos o quimicos	2	3	6	Apreciable

Tabla 44 Matriz de riesgos

LEYENDA						
		GRAVEDAD (IMPACTO)				
		MUY BAJO	BAJO	MEDIO	ALTO	MUY ALTO
		1	2	3	4	5
PROBABILIDAD	MUY ALTA	5	10	15	20	25
	ALTA	4	8	12	16	20
	MEDIA	3	6	9	12	15
	BAJA	2	4	6	8	12
	MUY BAJA	1	2	3	4	5

	Riesgo muy grave. Requiere medidas preventivas urgentes. No se debe
	Riesgo importante. Medidas preventivas obligatorias. Se deben controlar
	Riesgo apreciable. Estudiar económicamente si es posible introducir medidas
	Riesgo marginal. Se vigilará aunque no requiere medidas preventivas de

Calculo de la gravedad de impacto y probabilidad de sucesos tomados de **Fuente especificada no válida.**

Ilustración 38 Impacto matriz de riesgo

Riesgo Financiero

En todo negocio existen riesgos financieros que son llevados en su mayoría por la toma de una mala decisión, entre estos tipos de riesgo encontramos los siguientes:

- **Riesgo de crédito:** El riesgo de este tipo para Personal Jacket es grande, ya que el 100% de su inversión inicial es financiado y el riesgo está en no poder cumplir con las proyecciones dadas según los estudios realizados frente a las ventas, esto afectaría el ingreso y de esta manera afectaría el pago del gasto bancario y de crédito.
- **Riesgo de liquidez:** Si las proyecciones se dan frente a lo calculado, Personal Jacket no se afectaría frente a liquidez para cancelar proveedores, financieros, nomina, otros.

- **Riesgo de mercado:** El riesgo frente a tipo de mercado es poco probable para personal Jacket, inicialmente la empresa no proyecta exportación ni tampoco importación de prendas textiles, esto disminuye el riesgo en cuanto a cambio de divisa.
- **Riesgo operacional:** Siempre existe riesgo operacional en cualquier compañía y esto es dado a la toma de malas decisiones en áreas afectadas, los errores humanos siempre van a existir y este puede darse en la parte operacional, cartera, tesorería, nomina, recursos humanos, compras, ventas entre otros.

Módulo 13. Resumen Ejecutivo

Personal Jacket es un plan de negocio que se caracteriza por la innovación tecnológica, la innovación en materia textil, de moda y por su aporte social al especular en generar empleo para madres cabeza de hogar, El estudio realizado a demostrado viabilidad en el proyecto para la localidad de Usme para un número de clientes potenciales de 348.334 y de los cuales se obtuvieron los siguientes análisis a los diferentes estudios de mercado:

Bajo el número de clientes potenciales y bajo la Ciclicidad de ventas en unidades personal Jacket procedió inicialmente a darle una calificación de estacionalidad por mes, según una tabla de calificación muy alto, alto, normal, bajo y sin ventas, al comportamiento de ventas que se da de manera hipotética tomando en cuenta la encuesta (Colombianos, 2019) realizada y registrada en la revista LR La República y también las costumbres de los Colombianos llegando a unos resultados recomendables en ventas y bajo estos índices esperando obtener de manera inicial un punto de equilibrio aceptable.

Se realizó una planeación estratégica en donde se ejecutó un análisis externo con la herramienta POAM “Perfil de oportunidades y amenazas del medio” brandada por la Corporación universitaria minuto de Dios y un análisis interno con la herramienta también brindada por la universidad, PIC “Perfil de capacidad interna” donde se identificaron fortalezas y debilidades de la idea de negocio, seguida de una matriz DAFO, en donde se analizaron de igual manera las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que generan a su vez unos retos estratégicos y unas estrategias para llegar a solucionar los desafíos planteados. Demostrando la oportunidad que tiene la idea de negocio para tener una buena viabilidad en el mercado teniendo en cuenta siempre sus características de innovación.

La investigación de mercados se llevó a cabo en compañía de teorías administrativas como la de las relaciones humanas desarrollada por Elton Mayo, la teoría neoclásica, la teoría estructuralista, teoría del comportamiento y bajo unos parámetros importantes como el marco espacial, el marco legal, capando el mercado potencial como inicialmente se mencionó y basándonos con una herramienta fuerte de análisis de mercado como lo es la encuesta teniendo en cuenta el muestreo estratificado, desarrollando dos de las mismas; Una como anteproyecto con estimación de error de 10%, un nivel de confianza del 90% y otra en proyecto continuo con un margen de error de 5% y un nivel de confianza del 95%. Ambas encuestas enfocadas a los gustos, precios, características, entre otros, sin embargo, la segunda encuesta está enfocada a la importancia del cuidado frente a virus Covid-19 y la importancia que el cliente objetivo le da a la prenda.

La investigación también tuvo en cuenta la competencia directa e indirecta, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de estas y de esta manera se generó la Matriz de perfil competitivo en donde se tuvo en cuenta los clientes, el mercado, el producto y las características generales de las empresas en comparación con Personal Jacket, se interpretó por categoría y puntuación analizando su gran oportunidad de penetración en el mercado textil.

No dejando de lado un análisis de marketing en la compañía efectivamente se procede y analizan unas políticas de producto, de diseño, de empaque, embalaje, promociones, distribución, servicio al cliente como también el plan operativo y la proyección de puesta en marcha con una inversión 100% financiada y teniendo en cuenta los riesgos de manera financiera se llega la conclusión de la viabilidad teniendo en cuenta un presupuesto y un flujo de caja con valores positivos desde el primer año y una tasa de retorno de la inversión en 3 años.

Referencias

Arango, T. (2019). cómo y cuándo compran ropa los colombianos. *La Republica*.

Bancolombia . (10 de 03 de 2021). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de

[https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/proyecciones-economicas-colombia-2021-2025#:~:text=Proyecciones%20econ%C3%B3micas%202021%20%E2%80%93%202025&text=Nuestra%20perspectiva%20promedio%20de%](https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/proyecciones-economicas-colombia-2021-2025#:~:text=Proyecciones%20econ%C3%B3micas%202021%20%E2%80%93%202025&text=Nuestra%20perspectiva%20promedio%20de%20)

Bayona, M. d. (28 de 02 de 2020). *America retail*. Obtenido de Colombia: Falabella y

Homecenter logran los mejores resultados de grandes superficies: <https://www.america->

retail.com/colombia/colombia-falabella-y-homecenter-logran-los-mejores-resultados-de-grandes-superficies/

castillero, O. (2020). *Psicología y mente*. Obtenido de

<https://psicologiaymente.com/organizaciones/teoria-de-relaciones-humanas#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20las%20relaciones%20humanas%20es%20una%20teor%C3%ADa%20propia,el%20entorno%20y%20las%20normas>

Colombianos. (01 de 12 de 2019). Muestra cómo y cuándo compran ropa los colombianos. (E. d. BrandStrat, Entrevistador)

corporation, c. l. (20 de 11 de 2018). *colombia legal corporation* . Obtenido de

<https://www.colombialelegalcorp.com/blog/requisitos-imprescindibles-crear-mantener-empresas-colombia/>

Dafiti. (01 de 01 de 2017). *Dafiti*. Obtenido de Dafiti: <https://www.cace.org.ar/socios-dafiti>

Dafiti. (01 de 01 de 2020). *Dafiti*. Obtenido de Dafiti: [https://www.dafiti.com.co/CHAQUETA-PROTECCION-CON-ANTIFLUIDO-BLANCO-](https://www.dafiti.com.co/CHAQUETA-PROTECCION-CON-ANTIFLUIDO-BLANCO-1368405.html?size=XL&gclid=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_70PpLUxnRAIiThFtpTIxrQEWFDTH8IH8vahFZB95G79fDH8rYQCjwaAtg6EALw_wcB)

[1368405.html?size=XL&gclid=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_70PpLUxnRAIiThFtpTIxrQEWFDTH8IH8vahFZB95G79fDH8rYQCjwaAtg6EALw_wcB](https://www.dafiti.com.co/CHAQUETA-PROTECCION-CON-ANTIFLUIDO-BLANCO-1368405.html?size=XL&gclid=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_70PpLUxnRAIiThFtpTIxrQEWFDTH8IH8vahFZB95G79fDH8rYQCjwaAtg6EALw_wcB)

Enciclopedia Economica. (2020). Teoría neoclásica. En E. Economica.

Falabella. (01 de 01 de 1889). Obtenido de Falabella: <https://www.falabella.com.co/falabella-co/page/mas-falabella?staticPageId=13000001>

Falabella. (01 de 01 de 2020). *Falabella*. Obtenido de Falabella:

https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/12436280/Chaqueta-para-mujer-olh-mujeres-antifluidos/12436281?ef_id=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_6WiPJlu6Kj4rfEUTFtCSVS53Wdxs5eMGBw5FYH4udTFpxLLTtUU0UaAjUFEALw_wcB:G:s&s_kwid=AL!703!3!461173788416!!!u!882387

Leopoldo, V. (2019). Así luce el mercado de la moda en el país. *America Retail*.

maps, G. (01 de enero de 2021). *Google maps*. Obtenido de Google maps:

<https://www.google.com/maps/place/Santa+Librada,+Usme,+Bogot%C3%A1/@4.5145441,-74.1168265,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3fa22e5c55547f:0xf58271d7a8e3b533!8m2!3d4.5150005!4d-74.1144529?hl=es>

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://listado.mercadolibre.com.co/bogota-dc/mesa-de-corte-corte-textil_ITEM*CONDITION_2230581#applied_filter_id%3Dstate%26applied_filter_name%3DUbicaci%C3%B3n%26applied_filter_order%3D4%26applied_value_id%3DCO-DC%26applied_value_name%3DBogot%C3%A1+D.C.%

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-569340871-silla-fija-pano-metal-isocoles-_JM?searchVariation=72521777693#searchVariation=72521777693&position=2&type=item&tracking_id=5ef2be99-2323-40ea-a773-81d73b186089

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-570548777-extintor-polvo-quimico-abc-10lb-multiproposito-ganchosenal-_JM#position=1&type=item&tracking_id=20452f50-27df-4853-82ae-43928f119a91

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-481940033-maniquies-dama-2-unidades-_JM?searchVariation=44068784723&quantity=1&variation=44068784723#searchVariation=44068784723&position=1&type=item&tracking_id=b24a4cea-a001-408b-b221-92262c06ca45

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-538227019-botiquin-metalico-pequeno-dotado-18-productos-senal-_JM?quantity=1#position=10&type=item&tracking_id=00c73793-9246-4320-82b7-42a20f67fca5

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-599382587-vitrinas-_JM?searchVariation=71298865430#searchVariation=71298865430&position=18&type=item&tracking_id=00bc64f8-8d7a-4202-ab72-d589eb9f6a21

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-532972490-punto-ecologico-de-30-lts-juego-de-3-canecas-_JM?quantity=1#reco_item_pos=3&reco_backend=machinalis-seller-items&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=339363ef-3a6d-4abe-9

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-560087860-collarin-industrial-kansew-ks-600-01-cilindrica-coser-_JM#position=1&type=item&tracking_id=8b1e075a-e7a7-432e-8e5e-f1c3d91114b1

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-570649254-cortadora-de-tela-vertical-jontex-czd-108-5-maquina-corte-_JM#position=1&type=item&tracking_id=0deebf3d-3d65-402f-9759-a8bfd8347304

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-446200510-singer-14sh654-finishing-maquina-coser-fileteadora-4-3-hilos-_JM?quantity=1#position=2&type=item&tracking_id=397f95a6-bc32-4918-abb3-f79292b59d76

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-563893277-maquina-plana-jack-a4-maquina-de-coser-_JM?searchVariation=56782763268#searchVariation=56782763268&position=4&type=item&tracking_id=687d5bf6-e1ba-423d-b0ac-f341a138304d

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-575934055-maquina-bordadora-brother-rpe525-70-dienos-personalizados-_JM?searchVariation=61609241584#searchVariation=61609241584&position=3&type=item&tracking_id=0053c2b0-3faf-4f14-b0f2-20bee250aa65

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-520303823-tijeras-de-costura-10-pulgadas-tijeras-para-confecio-_JM?quantity=1#position=6&type=item&tracking_id=54b657d6-639e-460e-82a5-61115d4f8aec

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-572629631-caja-registradora-casio-pcr-t273-_JM#position=1&type=item&tracking_id=b30c9ddc-cbcd-496b-9c8d-cd7d13052ee9

Mercado Libre. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://www.alkosto.com/portatil-lenovo-s145-amd-a9-ram-8gb-disco-solido-256gb-14-pulgadas-gris?fuente=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_SMARTGSHP_PEF_CPC_SMA_RTGSHP__AON_COMP_TLP_SmartShopping-Computadores-AON_PAC&keyword=&gclid=CjwKCAjwn9v7BRBqEiwAbq1Ey4Q

- Mercado Libre*. (03 de 04 de 2021). Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-563250725-tela-antifluidos-estampadas-por-metro-uniformes-tapabocas-_JM?quantity=1&variation=56395908388#position=7&type=item&tracking_id=dba12542-fa00-4a0c-8944-86dfe279434a
- MINISTERIO DE TRABAJO. (2014). Decreto 1443 de 2014 Bogotá D. C. 2014 Liberty Orden.
- Minsalud. (01 de 01 de 2020). *CORONAVIRUS (COVID-19)*. Obtenido de CORONAVIRUS (COVID-19): https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19_copia.aspx
- Palacios, K. (26 de 11 de 2020). *America Retail*. Obtenido de En Dafiti pensamos lanzar la categoría de artículos para casa y decoración el próximo año: <https://www.america-retail.com/colombia/en-dafiti-pensamos-lanzar-la-categoria-de-articulos-para-casa-y-decoracion-el-proximo-ano/>
- Rhenals, g. (6 de 11 de 2008). *TEORIA DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. pensamiento administrativo*.
- Secretaria Distrital. (06 de 2020). *Diagosticos Locales. Diagnosticos Locales*. Bogota.
- texdesigncr. (01 de 01 de 2020). *texdesigncr*. Obtenido de texdesigncr: <https://texdesigncr.com/8-ventajas-de-las-telas-antifuidos/>
- UNAD 2019. (2019). Características y principios de la Teoría Estructuralista.
- Universidad Granada. (2018). Calculo de muestra. *Excel calculo de muestra*.

Anexos

Incluye los anexos mencionados en el documento.

Encuesta 1.

1. ¿compra usted chaquetas?
 - a. si
 - b. no
2. ¿qué lugares de la localidad de Usme suele frecuentar para compra de chaquetas?
 - a. santa librada

- b. alta vista
 - c. Alfonso López
 - d. virrey
3. ¿con que frecuencia compra chaquetas?
- a. siempre
 - b. casi siempre
 - c. a veces
 - d. nunca
4. ¿qué nivel de impacto ha generado en usted y en su familia el covid-19?
- a. alto
 - b. bajo
 - c. medio
5. ¿qué aspectos tiene en cuenta al comprar chaquetas?
- a. calidad
 - b. precios bajos
 - c. diseño
6. ¿cómo prefiere los diseños en las chaquetas?
- a. bordado
 - b. estampado
7. ¿qué tipo de colores le gusta en las chaquetas?
- a. colores claros
 - b. colores oscuros
 - c. colores combinados
8. ¿qué le llama la atención de una empresa cuando va a comprar chaquetas?
- a. atención al cliente
 - b. que haya varios muestrarios de chaquetas
 - c. el logo
 - d. que esté limpio y ordenado
 - e. todas las anteriores
9. ¿compraría una chaqueta que ayude a prevenir el covid-19 con tapabocas?
- a. si

b. no

10. ¿cuánto está dispuesto a pagar por las chaquetas para niños que incluyen diseños propios de la empresa, tela de su preferencia y la talla de acuerdo con su necesidad?

a. 40.000 a 50.000

b. 50.000 a 60.000

c. 60.000 a 70.000

d. 75.000 a 80.000

Anexos 1 Encuesta N. 1

Encuesta 2.

1. ¿En qué factor te basas al elegir una chaqueta? *

- ❖ Originalidad
- ❖ Color
- ❖ Material
- ❖ Bolsillos

2. ¿Qué hace que vuelvas a una tienda? *

- ❖ Atención al cliente
- ❖ Precios
- ❖ Calidad y variedad
- ❖ Promociones
- ❖ Otro:

3. ¿Con que frecuencia compras chaquetas? *

- ❖ 1 vez al año
- ❖ 2 veces al año
- ❖ 3 veces al año
- ❖ 4 veces al año

4. ¿Cuánto dinero en promedio inviertes en la compra de una chaqueta? *
- ❖ De \$ 50.000 a \$ 60.000
 - ❖ De \$ 60.000 a \$ 70.000
 - ❖ De \$ 70.000 a \$ 80.000
 - ❖ Más de \$ 80.000
5. En una tienda de chaquetas ¿Qué artículos adicionales te gustaría encontrar para combinarla? *
- ❖ Tapabocas adicional
 - ❖ Bufandas
 - ❖ Accesorios como (apliques, bordados, broches y stickers)
 - ❖ Gorros
6. ¿Utilizarías una página web para realizar el diseño de su chaqueta? *
- ❖ Sí
 - ❖ No
7. ¿Realizaría la compra de su chaqueta de manera virtual, si es de manera segura? *
- ❖ Sí
 - ❖ No
8. ¿El cuidado personal frente al virus Covid-19 es importante en su vida cotidiana? *
- ❖ Sí
 - ❖ No
9. ¿Estaría dispuesto a comprar una chaqueta para fortalecer su cuidado personal frente al Covid-19? *
- ❖ Sí
 - ❖ No
10. ¿Qué beneficios cree que brinda la tela anti fluido? *

- ❖ Repele fluidos y fácil de lavar
- ❖ Es liviana, cómoda y seca rápidamente
- ❖ No se encoge ni estira
- ❖ Todas las anteriores
- ❖ No conozco sus beneficios
- ❖ Otro:

Anexos 2 Encuesta N. 2

Bogotá D.C., 10 de Febrero de 2021

Señores:

Proyecto Personal Jacket

Ciudad Bogota.

REF: Cotización Proyecto Personal Jacket

Cordial saludo,

Por medio de la presente me permito cotizar a ustedes las siguientes actividades para el proyecto de Personal Jacket con las siguientes notas del servicio en la ciudad de Bogotá D.C.

ITEM	DESCRIPCION	\$ VALOR
1.	Desarrollo API backend.	\$7'650.000
2.	Desarrollo interfaz visual de usuario final.	\$5'200.000
3.	Servidores de implementación.	\$100.000/mes
4.	Dominio de las aplicación (DNS).	\$50.000/año
5.	Mantenimiento.	\$250.000

Para un valor total de: \$ 12.850.000 (Doce millones ochocientos cincuenta mil pesos)

Agradezco su amable atención y en espera de sus comentarios

Cordialmente,

Erian Alonso Rincón Abril
 Desarrollador de Software
 C.C. 1.033'748.555
 Tel: 305 351 9853

Anexos 3Cotización software