

**CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS PARA JÓVENES DE LA
COMUNA VI DEL MUNICIPIO DE SOACHA A TRAVÉS DE LA
CONTRATACIÓN A MUJERES CABEZA DE HOGAR**

**GREIZ TATIANA BERNAL BUITRAGO
SANDRA LILIANA CANO RUIZ
MONICA CRISTINA SARMIENTO BASTIDAS**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
TECNOLOGIA EN COSTOS Y AUDITORIA
SOACHA- CUNDINAMARCA
2009**

**CONFECCIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS PARA JÓVENES DE LA
COMUNA VI DEL MUNICIPIO DE SOACHA A TRAVÉS DE LA
CONTRATACIÓN A MUJERES CABEZA DE HOGAR**

**GREIZ TATIANA BERNAL BUITRAGO
SANDRA LILIANA CANO RUIZ
MONICA CRISTINA SARMIENTO BASTIDAS**

TRABAJO DE GRADO

**JAVIER MONGUI
CONTADOR PÚBLICO**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
TECNOLOGIA EN COSTOS Y AUDITORIA
SOACHA- CUNDINAMARCA
2009**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Soacha, Mayo 4 de 2009

DEDICATORIA

Este proyecto al igual que nuestra carrera los dedicamos con mucho amor y confianza en primer lugar a Dios que ha sido la fortaleza constante durante este largo proceso.

A nuestros padres y familiares por ser nuestros principales aliados ya que siempre estuvieron presentes en los momentos difíciles sin dejarnos desfallecer.

A la Corporación Universitaria Minuto de Dios, porque gracias a sus diferentes programas tecnológicos y profesionales y a su excelente planta docente contribuyen a la formación de ciudadanos de bien cuyo fin es destacar y trabajar por las necesidades de la sociedad.

AGRADECIMIENTOS

Existen varias personas a las que tenemos que agradecer por su aporte y constancia durante el desarrollo de este proyecto, pero nuestra principal motivación radica en Dios quien es esa fuerza invisible que siempre estuvo y estará presente en cada momento de nuestras vidas.

A nuestros padres, quienes con su comprensión, y apoyo constantes permitieron que se llevara acabo esta idea.

A la Coordinadora y docente del programa Costos y Auditoría Sra. Diana Marcela Bonilla, quien con su amplia experiencia, conocimiento y oportuna asesoría realizó un aporte decisivo para el desarrollo de este proyecto.

A nuestro Tutor y profesor el Sr. Javier Mongui, por su formación en las áreas que a él respectan.

A todos los docentes que nos acompañaron durante el transcurso de la carrera transmitiéndonos sus conocimientos que enriquecían día a día nuestro intelecto.

A la Universidad Minuto de Dios por brindarnos la oportunidad de crecer y desarrollar nuestras capacidades no solo a nivel intelectual si no también espiritual dos aspectos esenciales para forjar las bases firmes del futuro.

CONTENIDO

	PAG.
1. GENERALIDADES	1
1.1 INTRODUCCION	11
1.2 ANTECEDENTES	12
1.3 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	16
1.4 OBJETIVOS	17
1.4.1 General	17
1.4.2 Específicos	17
1.5 METODOLOGIA	18
1.5.1 Tipo de investigación	18
1.5.2 Fuentes de información	18
1.5.2.1 Fuentes de información primaria	18
1.5.2.2 Fuentes de información secundaria	19
1.5.3 Variables e instrumentos	20

1.6 ALCANCE DEL PROYECTO	21
1.6.1 Beneficios esperados	21
1.6.2 Limitaciones	22
2. ANALISIS DEL CONTEXTO	23
2.1 ANALISIS EXTERNO	23
2.2 ANALISIS INTERNO	23
2.3 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA LA REALIZACION DEL PROYECTO	24
3. ESTUDIO DE MERCADO	25
3.1 OBJETIVO	25
3.2 FASES DEL ESTUDIO DE MERCADO	25
3.2.1 Segmentación del mercado	26
3.2.2 Determinación de la demanda	28
3.2.3 Análisis de la oferta	29
3.3 DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA	29

3.4 DETERMINACION DEL PRECIO	30
3.5 DETERMINACION DE LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION	31
4. ESTUDIO TECNICO	32
4.1 OBJETIVO	32
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	32
4.3 LOCALIZACION DEL PROYECTO	33
4.4 INGENIERIA DEL PROYECTO	34
4.4.1 Descripción del proceso de producción	34
4.4.2 Descripción de la maquinaria	36
4.4.3 Descripción de materias primas e insumos	37
4.4.4 Descripción de la mano de obra	38
4.4.5 Descripción de las construcciones requeridas	39
4.4.6 Propuesta inicial de la distribución de la planta	39
4.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	40

4.5.1 Selección del tipo de sociedad	40
4.5.1.1 Nombre o razón social de la empresa	41
4.5.1.2 Misión	41
4.5.1.3 Visión	41
4.5.1.4 Valores institucionales	42
4.5.2 Organigrama de la empresa	44
4.5.3 Descripción de los cargos principales	45
5. ESTUDIO ECONÓMICO	47
5.1 OBJETIVO	47
5.2 CÁLCULO DE LA INVERSION TOTAL	47
5.3 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS	47
5.4 DETERMINACIÓN DE LOS EGRESOS	50
5.5 DETERMINACIÓN DE LOS BENEFICIOS	57
5.6 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE LA INVERSIÓN	

DIFERIDA	57
5.7 DETERMINACIÓN DE LA INVERSION INICIAL	59
5.8 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	61
5.9 ESTADOS DE RESULTADOS PROFORMA	62
5.9.1 Balance general	62
5.9.2 Estado de pérdidas y ganancias	63
6. ESTUDIO FINANCIERO	64
6.1 OBJETIVO	64
6.2 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN	64
6.3 AMORTIZACION DE CREDITOS Y PAGOS DE INTERESES	64
6.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	65
6.4.1 Flujo de efectivo	65
LISTA DE TABLAS	66
LISTA DE GRAFICAS	67

LISTA DE MAPAS	68
CONCLUSIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	70

INTRODUCCION

Esta propuesta empresarial en el marco de la Economía Solidaria se realizó con la participación de 3 madres cabeza de hogar de la comuna VI del municipio de Soacha – Cundinamarca, dedicadas a la confección

Es indispensable articular la labor desempeñada por las personas que han estado vinculadas a programas educativos de confección por muchos años, y rescatar la experiencia de mujeres en este ámbito, buscando conjuntamente algunas alternativas para mejorar su calidad de vida.

Por otra parte este proyecto busca contribuir al desarrollo de nuevas oportunidades laborales, contrarrestando los índices de desempleo que presenta el municipio, ya que la mano de obra va a estar representada por mujeres cabeza de hogar que cuenten con la formación y herramientas necesarias en el área de confección de tal forma que puedan desempeñarse adecuadamente según la demanda, recursos y metas a alcanzar.

A partir de los hallazgos principales del diagnóstico, se expone una propuesta de organización en el marco de economía solidaria, con la dirección de la Planeación Estratégica, tratando de responder a las necesidades de un entorno dinámico y en cambio permanente que exige respuestas innovadoras y con altos estándares de calidad como lo presenta esta organización.

1. GENERALIDADES

1.2 ANTECEDENTES

La industria de la confección inicia, en su mayor parte, de una actividad artesanal, y muchas veces sin solución de continuidad, es algo que enmascara las auténticas características industriales de esta actividad. La herencia artesana en la industria de la confección no puede contemplarse únicamente como algo negativo; la tradición artesanal es enriquecedora en esta actividad, como en cualquier otra. Lo que resulta negativo y contraproducente, en un gran número de empresas, es la reticencia a aceptar e incorporar, no ya las nuevas tecnologías, que sí suelen ser aceptadas, sino nuevos métodos de producción y comercialización, nuevas estructuras y políticas de mercado, organización de empresa y, lo que es más difícil de cambiar, la poca disposición de muchos empresarios a comprender y valorar la entrada de nuevos profesionales en todos los niveles de la industria. Al lado de conservar las buenas cualidades artesanas, sobre todo en la alta costura, esta industria más que ninguna otra debe permanecer atenta y ágil ante los cambios. La moda es temporada, factor que empuja a su industria a ir contra reloj; el más mínimo retraso puede suponerle la quiebra a una empresa. Lo más penalizado (después de calidad) es el retraso en la entrega de las prendas.

Si algo de esencialmente distinto tiene la industria de la moda es su carácter cíclico y el hecho de que en plazos fijos y relativamente cortos (cada seis meses) las empresas se ven obligadas a producir cuanto se les exige. Cada temporada significa volver a iniciar todo un proceso productivo; ello trae consigo épocas de

sobreabundancia de trabajo y épocas de escasez, con consecuencias desestabilizadoras.

Utilizamos una cita de¹ Margarita Riviére, que establece una división de la moda distinguiendo con ella dos tipos de sociedades que pueblan el planeta: la sociedad que vive la moda y la sociedad apartada de la moda. Geográficamente, estas sociedades dispares están extendidas por las grandes regiones de países desarrollados, la primera, y en los países subdesarrollados o en vías de desarrollo la segunda. Si ahora nos referimos a ello es porque hablando de la industria de la confección cabe establecer un cierto paralelismo: países más desarrollados, que producen vestimenta y moda con los más avanzados sistemas y medios; países menos desarrollados, que confeccionan para el resto del mundo a base de su mano de obra barata. Pero la liberalización mundial del mercado y el perfeccionamiento y Abaratamiento de los sistemas de transporte, junto con los nuevos sistemas tecnológicos basados en la informatización, los sistemas de producción se adaptan con gran rapidez a las necesidades del mercado y son las propias empresas de la confección quienes están impulsando cambios sustanciales en este sentido. Así se da que en países en vías de desarrollo hay potentes centros fabricantes de confección que trabajan con bajos costes de mano de obra y que son subcontratados por empresas de los países más desarrollados del mundo. Es decir, se produce confección de moda con alta tecnología, con mano de obra y materias primas de bajo coste, destinadas al mercado mundial, rompiendo por primera vez las premisas divisorias entre países ricos y países pobres.

En esta primera parte se estudia, a grandes rasgos, la teoría y la historia de un vasto fenómeno social que se llama MODA en toda su extensión. Así pues reúne, de forma abreviada, la materia que en las escuelas superiores conformarían no una sino varias asignaturas (Antropología e Historia de la Cultura, Historia del Traje.

Los profesionales de la industria textil necesitan tener un conocimiento panorámico del proceso completo, para ubicar exactamente su labor como un eslabón en esta cadena.

¹ (C) [EDYM](#), España, 1996-2007

(C) [Maria de Perinat](#), 1997

OBRA TECNOLOGÍA DE LA CONFECCIÓN TEXTIL

La confección es uno de los factores esenciales en la producción de artículos textiles, pero también son fundamentales otros aspectos como la materia prima del tejido, los acabados o la comercialización del producto final; siendo cierto que, conociendo el resto de los factores y procesos que resultan implicados en el resultado ulterior, facilitaremos el manejo de nuestra propia parcela de trabajo. .

Se intenta establecer una teoría para explicarnos brevemente el uso humano del vestido, un compendio de motivaciones individuales y colectivas, subjetivas y objetivas, así como el desarrollo histórico de tal uso. Abordamos ahora el aspecto técnico de la cuestión que nos ocupa. En este sentido tomamos, de todo el razonamiento psico-sociológico expuesto antes, dos matices fundamentales para adentrarnos en los capítulos siguientes: la sensación de comodidad y confort que nos produce utilizar determinadas prendas, no ya por su corte o diseño, por su color o la estampación, sino por la influencia decisiva que tiene la naturaleza de la fibra empleada en la fabricación de esa prenda. Cada fibra existente en la industria textil tiene características determinadas que la hacen más o menos aptas para un uso concreto.

Concluida la exposición teórica de los temas concernientes a la materia prima y a sus primeras transformaciones en manufacturas textiles, nos disponemos a entrar en el estudio de la producción de moda, es decir el proceso industrial en el que con los tejidos hacemos prendas de vestir. En los capítulos de diseño y patronaje no se van a dar una serie de ideas generales sino algo que a nuestro juicio es más importante: la base científica de ambas cuestiones; aspecto éste que interesa no sólo a diseñadores y patronistas sino a todos los profesionales de la moda.

Diseñar es una tarea creativa y a la par sujeta a las leyes del mercado de moda, a las leyes de oferta y demanda, de costos de producción y escándalos. Hay que armonizar y aunar todas las vertientes para hacerlas converger y que sobre ellas se asiente la labor del diseñador, que no debe ser únicamente un artista sino un profesional con sensibilidad artística y con capacidad de dar respuesta con un producto de moda capaz de ser vendido.

El deporte es uno de los principales objetivos de mercado que tiene la empresa, ya que sus practicantes serían nuestros consumidores finales en cuanto a sus uniformes deportivos, por eso cabe resaltar una breve historia de dicha práctica.

Los historiadores han podido comprobar que pueblos muy antiguos ya hacían deporte, los egipcios eran apasionados del tiro con arco y de las luchas navales. Los primeros juegos olímpicos de la antigüedad se celebraron hacia el año 776 a.C. en una ciudad griega: Olimpia. Algunas civilizaciones precolombinas practicaban cierto juego con una pelota (el tlachtli).

²El deporte alcanzó mucha importancia en Europa en la época de la Revolución Industrial. En el siglo XIX nacieron en Gran Bretaña famosas competiciones (en 1829 la Regata Oxford-Cambridge; en 1851, la Copa América de vela) y se inventaron nuevos deportes (el fútbol, el rugby, el tenis).

Los primeros **Juegos Olímpicos** de la era moderna tuvieron lugar en Grecia en 1896. Participaron solo 13 países y casi 300 deportistas, pero fueron un gran acontecimiento. Desde entonces se han celebrado cada cuatro años (excepto durante las dos guerras mundiales). En 1924 nacieron los Juegos Olímpicos de Invierno.

El nacimiento de los Juegos Olímpicos fue muy importante para el gran desarrollo del deporte en el siglo XX. Los diferentes deportes se organizaron en federaciones nacionales e internacionales, y estas crearon nuevas competiciones. Y como dijimos anteriormente, el deporte, que comenzó siendo una simple forma de ejercicio físico, se hizo profesional. Para ganar al contrario, o para alcanzar nuevos récords, los deportistas tuvieron que entrenarse cada vez más y mejor, se crearon nuevos materiales y técnicas... Así, los deportes se convirtieron en una parte muy importante de la sociedad, y algunos deportistas pasaron a ser personajes famosos, muy queridos por sus seguidores. Pero también aparecieron grandes peligros para el deporte y los deportistas: el dopaje (tomar sustancias que mejoran el rendimiento del deportista, pero que perjudican su salud; es decir, lo contrario que pretende el deporte) y la violencia entre seguidores de distintos equipos o deportistas.

Quizá lo más positivo es que, a partir de un momento, las personas y los gobiernos se dieron cuenta de que el ejercicio físico, controlado, es bueno para la salud. Por eso la educación física se convirtió en una asignatura en las escuelas, y los seres humanos decidieron que sería una magnífica idea dedicar parte de su tiempo libre (al volver del trabajo o del colegio) a hacer deporte.

² Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

1.3 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta la importancia y evolución que ha tenido el deporte en nuestra sociedad y el significativo incremento de participantes y aficionados que hacen parte de distintos grupos o ligas tanto en colegios, universidades, instituciones, como en competencias externas e internas que realiza el municipio se detecta una necesidad en cuanto a la fabricación de uniformes con un estándar de calidad propio para deportistas.

Soacha es un municipio que promueve el deporte y los eventos recreativos, de igual manera cada comuna realiza distintas actividades que involucran esfuerzo físico, la comuna VI anualmente recibe la carrera atlética en donde participan mas de 200 atletas de distintos países, teniendo en cuenta la categoría de estas competencias y que un porcentaje significativo dentro de dicha comuna lo ocupan colegios, escuelas, jardines, fábricas, entre otros establecimientos de comercio que requieren uniformes, se confirma que existen pocos sitios en donde fabrican dotaciones y además no cuentan con un control y seguimiento específico del proceso requerido en la elaboración de prendas.

Según los datos arrojados por las encuestas, se identifico que el 78.57% de las mujeres están desempleadas, afectando directamente su calidad de vida y la de sus familias.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Confeccionar uniformes deportivos para la población juvenil de la comuna VI del municipio de Soacha, a través de contratación a mujeres cabeza de hogar.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Seleccionar talento humano calificado en el área de producción, creando una alianza con las estudiantes de instituciones educativas que brindan capacitación en asignaturas afines a la confección.
- Estructurar una propuesta de organización empresarial en el marco de la economía solidaria y diseñar estrategias que permitan a las asociadas conquistar espacios propios del mercado de la confección.
- Generar empleo a mujeres cabeza de hogar, brindando estabilidad económica a través de una justa remuneración, dando la oportunidad de desarrollar el trabajo en casa.

1.5 METODOLOGIA

1.5.1 Tipo de investigación. Durante el desarrollo de este proyecto se aplicaron diferentes tipos de investigación los cuales se discriminan a continuación junto con sus aportes:

- **Investigación de campo:** Aplicada para detectar las necesidades de la población de la Comuna VI del municipio de Soacha y de las madres cabeza de hogar, dentro de un contexto determinado, que para este proyecto fue el empleo a través de la confección de uniformes deportivos. Dentro del ambiente natural en el que viven estas personas fueron desarrolladas 3 tipos de encuesta a través de las cuales se obtuvo la información con variables educativas, culturales, psicológicas, recreativas entre otras, relevantes para dar inicio a una propuesta en pro de la mujer, la economía y la comunidad.
- **Investigación cuantitativa:** Este tipo de investigación fue utilizado para realizar el análisis estadístico de la información obtenida en la investigación de caso (encuestas), la cual permite conocer porcentualmente la problemática y la viabilidad del proyecto a través de los interrogantes planteados en dicho estudio.
- **Investigación cualitativa:** Señala los riesgos detectados en la investigación cuantitativa pero a diferencia de ésta describe de manera narrativa la problemática enfrentada por la comunidad y el desarrollo de los procesos, destacando a la mujer y al joven como integrantes activos de dicha población siendo estos el principal objeto de estudio y para quienes fue creado este proyecto.

1.5.2 Fuentes de información

1.5.2.1 Fuentes de información primaria

- Encuesta Mujeres Cabeza de Hogar
- Encuesta Empresarial

- Encuesta Estudio de Mercado

- Fotografías tomadas en la visita a la Comuna VI
- Acompañamiento a jóvenes en escenarios deportivos
- Visita, entrevista y estudio de la maquinaria a posibles operarias
- Fotografías durante el desarrollo del proceso productivo de las prendas
- Fotografías de la maquinaria requerida para dicho proceso
- Solicitud de cotizaciones con el fin de contribuir a la búsqueda activa de posibles proveedores.

1.5.2.2 Fuentes de información secundarias.

- Historia Antigua
- Manual de Trabajo Comunitario Municipio de Soacha
- Gestión de Mercados
- Hombre y Sociedad
- Dirección y Eficiencia en la Empresa
- Manual de Administración
- Manual Práctico del Microempresario
- La Ciencia su Método y su Filosofía
- Normas ICONTEC Tesis y Trabajo de Grado
- Estadística Comercial
- Matemáticas Financieras
- Servicio una pasión cotidiana
- Mercadeo y Finanzas
- Teoría Organizacional de la Empresa
- Programa Soacha Joven
- Macros en Excel
- Régimen Colombiano Contable
- Una Nueva Ciudad – Soacha
- Periódico Portafolio
- Periódico El Tiempo
- Diario La República
- Guía de Ingeniería del Proyecto
- Guía de Estructura Empresarial

- Marketing Empresarial
- DANE
- Guía práctica de Libros Contables

1.5.2.3 Variables e instrumentos. Las encuestas practicadas a la población de la Comuna VI de Soacha fueron el instrumento de medición utilizado, mediante variables como: nivel educativo, situación laboral, estado civil, preferencia de materiales, periodicidad de compra entre otras que contribuyeron al desarrollo de este proyecto.

1.6 ALCANCE DEL PROYECTO

1.6.1 Beneficios esperados.

1.6.1.1 De Mercado.

- Innovación del producto con el fin de superar las expectativas de los clientes en cuanto a diseño, calidad y economía lo cual permite ser más competitivos en el mercado.
- Obtener una respuesta positiva del consumidor, para la adquisición y posicionamiento del producto en el mercado.

1.6.1.2 Materia prima.

- Garantizar al cliente la duración del producto gracias a la calidad de materiales e insumos utilizados en las prendas.

1.6.1.3 Financieros y económicos.

- Cancelación oportuna de facturas por parte de los clientes de acuerdo a las condiciones de pago ya establecidas por la empresa.
- Identificar el nivel de producción para reducir al máximo los costos e incrementar las utilidades.

1.6.1.4 Mano de obra.

- El proyecto de confección de uniformes deportivos pretende brindar oportunidades laborales a las mujeres cabeza de hogar del municipio de Soacha ofreciéndoles beneficios en cuanto a manejo del tiempo, trabajando desde su hogar, con ello se busca obtener mayor rendimiento y cumplimiento en la producción.

1.6.1 Limitaciones.

1.6.1.1 De Mercado.

- Los precios bajos que ofrece la competencia debido a que su materia prima y mano de obra no cumplen con los estándares de calidad que exige el mercado.

1.6.1.2 Materia prima.

- La inestabilidad de precios que se genera por diversos factores entre ellos, la inflación y la crisis económica mundial.
- La escasez de materia prima por parte de proveedores en algunas temporadas del año en donde se presenta una alta demanda de dichos materiales.

1.6.1.3 Mano de obra.

- Estar expuestos a un posible incumplimiento por parte de los satélites por factores externos que les impida cumplir satisfactoriamente con la producción.

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1 ANÁLISIS DOFA

Tabla 1. Análisis de factores internos y externos

ANÁLISIS INTERNO ↓	ANÁLISIS EXTERNO ↓
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • No existe un reconocimiento de marca debido a que es una empresa nueva en busca de oportunidad y posicionamiento en el mercado. • No se cuenta con una inversión inicial suficiente para la contratación de personal adecuado que cumpla funciones específicas. • Inicialmente se incurrirá en un gasto de materia prima adicional para la realización de pruebas durante el proceso de selección de operarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran número de colegios que tiene el municipio. • Crecimiento de la empresa generando expansión de mercado a nivel departamental. • De acuerdo al estudio de mercado realizado surge la posibilidad de elaborar a futuro uniformes y dotaciones empresariales debido al alto número de establecimientos de comercio y empresas no solo en la comuna VI sino en el municipio de Soacha en general. • Apoyo para las PYMES por parte de las entidades gubernamentales y privadas. • Reconocimiento por el fomento de la responsabilidad social empresarial a través de la contratación de madres cabeza de hogar. • Disminución en los índices de desempleo a madres cabeza de hogar.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad e innovación del producto permanente para la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, logrando objetivos de competitividad, productividad y crecimiento, asegurando estándares de calidad en los procesos de producción y comercialización, con un talento humano comprometido ético e idóneo. • Diversificación de líneas de productos aumentando el cubrimiento de la demanda generando mayor rentabilidad. • Modelo de negocio aplicando el sistema de costeo por órdenes de producción, generando la posibilidad de incrementar las ventas sin incurrir en el aumento de los costos. • Al ser una empresa legalmente constituida se tendrá acceso a créditos y otros beneficios como la posibilidad de participar en diferentes eventos del gremio. 	<ul style="list-style-type: none"> • La confección es un mercado muy desarrollado en la zona, lo que indica que hay una fuerte competencia representando una creciente amenaza para la empresa. • Factores económicos como la inflación, la variación de la moneda extranjera entre otros, provocan en ciertos casos Inestabilidad de precios en la materia prima e insumos. • La importación de materia prima económica pero de baja calidad con la aprobación del TLC resultaría un punto en contra, puesto que la competencia fabricaría a menor precio sin importar la calidad.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 OBJETIVO

Identificar las oportunidades de marketing en la comuna VI de Soacha, especificando las características de los consumidores, cualidades y ventajas competitivas del mercado, analizar la competencia en cuanto a volumen y ofertas para establecer estrategias de mercado, precio, producto, distribución y comercialización incrementando notablemente el volumen de las ventas.

3.2 FASES DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1 Segmentación del mercado. Mediante este proceso se estudia el perfil del consumidor, creando elementos decisivos que precisan la capacidad de segmentar adecuadamente el mercado lo que define a grandes rasgos el éxito de una empresa.

Este proyecto esta enfocado hacia la población juvenil de la comuna VI de Soacha, que según la ley 375/97 o ley de juventud, son las personas comprendidas entre 14 y 25 años, con un nivel socio económico estrato 1 – 2 urbano y suburbano.

Es importante aclarar que si el mercado demanda uniformes o prendas deportivas para población de inferior o mayor edad Eklipc estará en la capacidad de cubrir las necesidades de este segmento, sin discriminar a estas personas por no cumplir con el rango de edad que establece la 375/97 Ley de Juventud.

Tabla 2. Segmentación de mercado.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
3SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	
Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.	
Región:	Andina

País:	Colombia
Departamento:	Cundinamarca
Municipio:	Soacha
Comuna:	VI (seis)
Densidad:	Urbana, suburbana y rural
Clima	Se encuentra a una altitud de 2.556 m y presenta una temperatura cuyo promedio es de 14 °C.

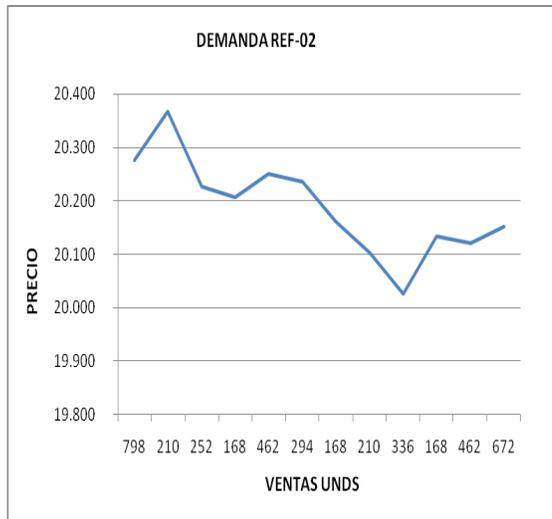
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	
Este tipo de segmentación se relaciona con el comportamiento del consumidor	
Edad:	Población joven entre 14 y 25 años según Ley de Juventud, también se cubrirá la demanda de niños menores de 14 años y adultos mayores de 25 años.
Sexo:	Femenino y Masculino
Ingreso:	Oscila entre uno y dos salarios mínimos legales vigentes
Ocupación:	Deportistas, estudiantes y empleados
Religión:	No es relevante para este tipo de estudio
Raza:	No hay discriminación racial
Educación:	Indefinida
Nacionalidad:	Colombianos
Nivel socioeconómico:	Estratos 1 y 2
Estado civil:	No es relevante para este tipo de estudio

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA - GEODEMOGRÁFICA	
Atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Combina la segmentación geográfica con la demográfica, ayuda a los mercados a desarrollar planes de marketing adaptados a clientes potenciales ubicados en zonas geográficas pequeñas o limitadas.	
Clase social:	Baja/Media
Estilo de vida:	Practicar algún deporte ya sea en escuela o independiente y desarrollar actividades recreativas
Personalidad:	* Jóvenes deportistas, dinámicos en busca de nuevas tendencias * Jóvenes descomplicados que se caracterizan por la comodidad
Grupos de referencia:	* Aficionados a equipos deportivos * Estudiantes de colegios y universidades * Empleados * Integrantes de escuelas deportivas * Grupo familiar
Motivos de compra:	El consumidor responde a la motivación basada en la categorización de sus necesidades básicas.

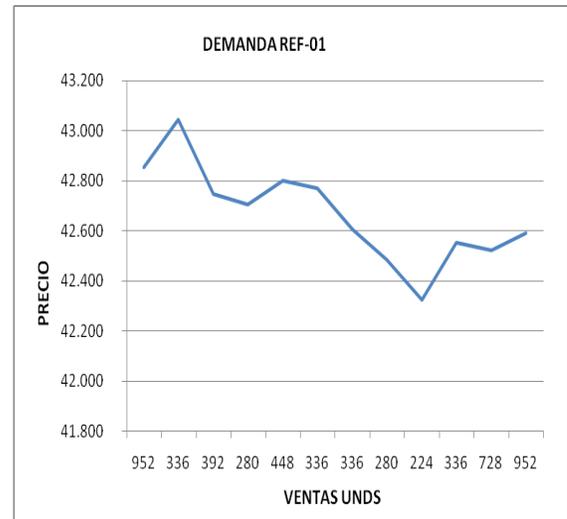
SEGMENTACIÓN POR COMPORTAMIENTO	
Referida al comportamiento sobre el producto	
Frecuencia de compra:	* Trimestral 25% * Semestral 29% * Anual 47%
Ocasión de uso:	* Usuario frecuente Estudiantes y deportistas * Usuario regular Aficionados y Universitarios * Usuario ocasional Empleados y jóvenes no deportistas
Disposición de compra:	* Usuarios dispuestos a la compra 91% * Usuarios indecisos 3% * Usuarios no dispuestos a la compra 6%

3.2.2. Determinación de la Demanda

Gráfica 1. Demanda Ref. 02



Gráfica 2. Demanda Ref 01.



La gráfica 1 y 2 refleja el comportamiento de las ventas en el transcurso del año del uniforme de gimnasia y la sudadera respectivamente, reflejando un pico en el mes de enero y febrero debido a la temporada escolar.

Teniendo en cuenta que el municipio de Soacha cuenta con un amplio número de población adolescente y juvenil se identificó la necesidad de adquirir prendas o uniformes reglamentados por instituciones, educativas, deportivas y recreativas.

Así mismo se detectó mediante encuestas el gran interés por el deporte y una tendencia por la comodidad, Eklipc satisface esta expectativa según los estilos de la moda.

Por ser una empresa nueva en el mercado Productos Líderes tiene variaciones dependiendo del precio y temporada del año como se demuestra en... gráfica 1 y gráfica 2... según el aumento del IPC mensual del año anterior (2008)

Según el estudio de mercado realizado en el mes de octubre de 2008, se determinó que los ingresos dependen de dos fuentes, la primera de los padres de familia y la segunda de empleos, varía entre uno y dos salarios mínimos

mensuales, con conductas de compra en busca de economía, calidad, comodidad y moda.

De 150 personas encuestadas el 92% piensan que es buena idea una empresa en el sector, y sobresalen las cualidades por cercanía y calidad.

25 madres cabezas de hogar fueron encuestadas para determinar la viabilidad de la contratación de cada una de ellas en donde arrojó un resultado positivo, enmarcado en la cultura de economía solidaria.

Los jóvenes siendo nuestro principal objetivo, quieren una moda fresca, cómoda, creativa, innovadora, con estilo y algo de vanguardia.

3.2.3. Análisis de la oferta. Eklipc, no solo ofrece una prenda, cuenta con atención personalizada. Asesoría, descuentos a mayorista, entrega oportuna de pedidos,

Teniendo gran cubrimiento en la comuna VI en barrios como: El sol, San Carlos, San Humberto, El paraíso, Los libertadores, Doce de marzo, Llano grande, entre otros

La calidad de las prendas ofrecidas superan la calidad de marcas reconocidas, logrando con esto alta competitividad y posicionamiento de marca en el sector en aras del fortalecimiento y crecimiento constante de la empresa, brindado garantías reales.

3.3. DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha esta cuantificada en las zonas, en donde se requieren más de 200 uniformes para 1 o 2 días, teniendo en cuenta que Eklipc trabaja en modalidad de satélite y con un sistema de costos por orden de producción, para ello se están creando estrategias que permitan atender este tipo de contingencias, como lo son el aumento de la productividad y mayor contratación de mujeres cabeza de hogar disponibles en cualquier momento, estas se ejecutaran con la puesta en marcha del proyecto.

3.4. DETERMINACION DEL PRECIO

Para la fijación del precio se tienen en cuenta aspectos como: costos de producción, análisis de oferta y demanda de productos similares que ofrece la competencia, el segmento de mercado escogido y sus necesidades.

Se determinaran dos tipos de precios, uno para el distribuidor o intermediario como colegios, establecimientos comerciales, entidades que promueven actividades deportivas y de recreación entre otros, a quienes por el volumen de compra se les otorgara un descuento que les permita manejar un margen de intermediación. El consumidor final tendrá un precio establecido para ventas al detal.

Tabla 3. Costos por referencias.

PRODUCTOS	REFERENCIA	COSTO	\$ DE VENTA	\$ DE VTA POR DOCENA
SUDADERA	REF-01/14	\$ 30.289	\$ 42.404	\$ 508.847
SUDADERA	REF-01/16	\$ 30.994	\$ 43.392	\$ 520.699
SUDADERA	REF-01/S	\$ 33.400	\$ 46.760	\$ 561.120
SUDADERA	REF-01/M	\$ 34.528	\$ 48.339	\$ 580.070
SUDADERA	REF-01/L	\$ 35.706	\$ 49.988	\$ 599.861
SUDADERA	REF-01/XL	\$ 36.834	\$ 51.568	\$ 618.811
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/14	\$ 14.331	\$ 20.064	\$ 240.765
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/16	\$ 15.500	\$ 21.700	\$ 260.400
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/S	\$ 17.000	\$ 23.800	\$ 285.600
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/M	\$ 18.000	\$ 25.200	\$ 302.400
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/L	\$ 19.000	\$ 26.600	\$ 319.200
UNIFORME DE GIMNASIA	REF-02/XL	\$ 20.000	\$ 28.000	\$ 336.000

Esta tabla muestra el costo de cada referencia con su respectivo precio de venta por unidad y por docena.

3.5 DETERMINACION DE LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de distribución en el que se enmarca la estrategia de comercialización es directo. Es un negocio que puede catalogarse como tradicional debido a que se implementara un sistema de comercialización personalizado el cual maneja propuestas, mediante catálogos, muestreo y publicidad.

Siendo la publicidad un factor importante y decisivo para el desarrollo comercial de una compañía, en esta empresa se aplicará para diversos propósitos tales como la construcción de la marca y divulgación sobre la venta del producto.

La promoción comprende una gran variedad de instrumentos diseñados para el estímulo de una respuesta en el mercado objetivo, por esta razón se pretende otorgar descuentos comerciales para compradores mayoristas,

Se determino que la forma de pago tanto al por mayor como al detal será de un 50% inicial y el restante contra entrega.

4. ESTUDIO TECNICO

4.1 OBJETIVO

Plantear técnicas para el desarrollo productivo de la empresa, involucrando recursos tales como: talento humano, materias primas, tecnología, maquinaria, capital entre otros, que interactúan con el fin de cubrir y satisfacer la demanda del mercado.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.2.1 Número de empleados. Inicialmente se contará con:

- La mano de obra de tres operarias, el aumento en la contratación dependerá de la demanda del producto.
- Supervisor de calidad.
- Gerente Financiera.
- Gerente de Recursos Humanos y Control de calidad.
- Gerente de Mercadeo y Ventas.

4.2.2 Volumen de producción. De acuerdo al presupuesto del presente año se estableció que el volumen de producción mensual en pesos oscila en \$19.788.487, cifra que varía obedeciendo a la demanda periódica del mercado frente a la capacidad de oferta.

4.2.3 Unidades especiales.

4.2.3.1 Capacidad de producción. Teniendo en cuenta la oferta avaluada en pesos por \$19.788.487, corresponde a una producción de 467 uniformes promedio mensuales, es de resaltar que las épocas en que aumente la demanda, se realizarán nuevas contrataciones para cubrir pedidos e incrementar nuestra capacidad de producción.

4.2.3.2 Valor de la inversión. Este proyecto cuenta con una inversión inicial total

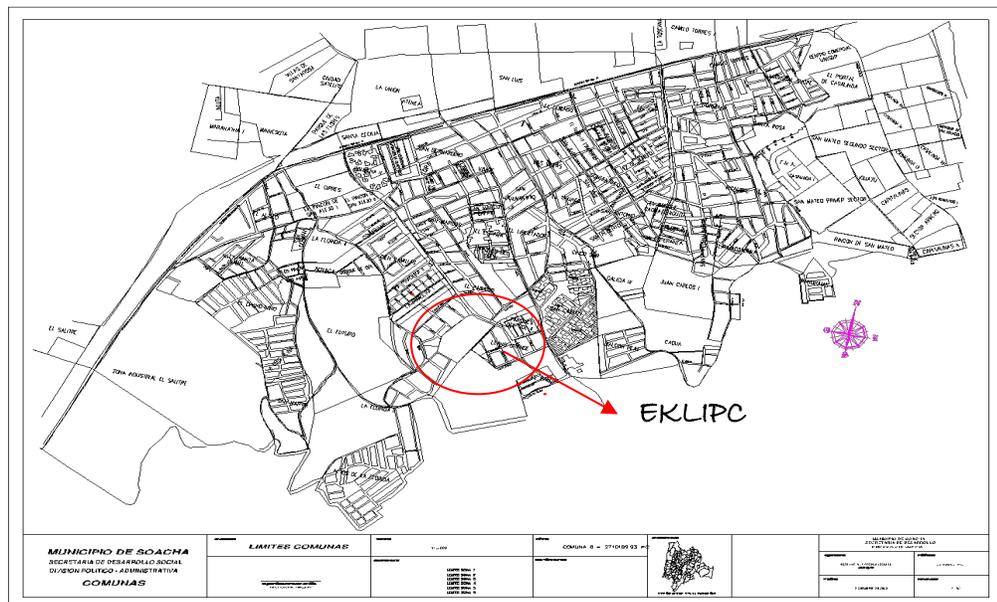
de \$12.560.000, distribuido así:

- Efectivo: \$6.000.000
- Maquinaria y equipo de oficina \$6.560.000

4.3 LOCALIZACION

El proyecto se llevará a cabo en la comuna VI del municipio de Soacha.

Mapa 1. Comunas de Soacha



4.4 INGENIERIA DEL PROYECTO

4.4.1 Descripción del proceso productivo

Tabla 4. Proceso de corte.

CORTE

PROCESO (50 Tendidos)	TIEMPO
Se realiza un tendido sencillo de tela sobre la mesa de corte	2 Horas
Se ubican los moldes correspondientes sobre la tela	1 Hora
Se realiza el trazo de acuerdo al molde y sobre la capa sencilla del tendido	1 Hora
Teniendo ya listo el trazo sobre la primera capa de tela, se mide el resto teniendo en cuenta la cantidad de sudaderas que se van a cortar	1 Hora
Se debe cuadrar de manera exacta de acuerdo a la medida del trazo el resto del tendido con las capas de tela que se necesitaran para el número de unidades requeridas	1 Hora
Se hace el corte	1 Hora
Se codifican las piezas cortadas	1 Hora

Tabla 5. Proceso de confección pantalón.

CONFECCION PANTALON

PROCESO	TIEMPO
Se inicia cerrando los delanteros	1 minuto
Embolsillar delanteros	6 minutos
Si el diseño va con sesgos, se procede a cerrar laterales con el sesgo	4 minutos
Se termina de armar el pantalón	3 minutos
Encauchar cintura y pegar la respectiva talla	5 minutos
Repisar costuras de cintura y botas en máquina Collarín	5 minutos
TOTAL TIEMPO ELABORACION PANTALON	24 minutos

Tabla 6. Proceso de confección chaqueta.

CONFECCION CHAQUETA

PROCESO	TIEMPO
Embolsillar delanteros	15 minutos
Si el diseño tiene cortes, escudos u otros accesorios se procede a pegarlos	6 minutos
Se cierran hombros, delanteros y espaldas	3 minutos
Se pegan cuellos, talla y falsos	6 minutos
Se pega la cremallera	5 minutos
Se pegan mangas	3 minutos
Se cierra toda la chaqueta	2 minutos
Se hace dobladillo o se pega resorte según diseño de la chaqueta en máquina collarín (el resorte puede ser de algodón, poliéster o lana)	2 minutos
TOTAL ELABORACION CHAQUETA	42 minutos

Tabla 7. Proceso de confección camiseta.

CONFECCIÓN CAMISETA

PROCESO	TIEMPO
Se inicia cerrando hombros	1 minuto
Se pegan mangas	3 minutos
Cerrar la camiseta	2 minutos
Pegar resorte en el cuello y talla	3 minutos
Hacer dobladillos a mangas y parte inferior de la camiseta	4 minutos
TOTAL TIEMPO ELABORACION CAMISETA	13 minutos

Tabla 8. Proceso de confección pantaloneta.

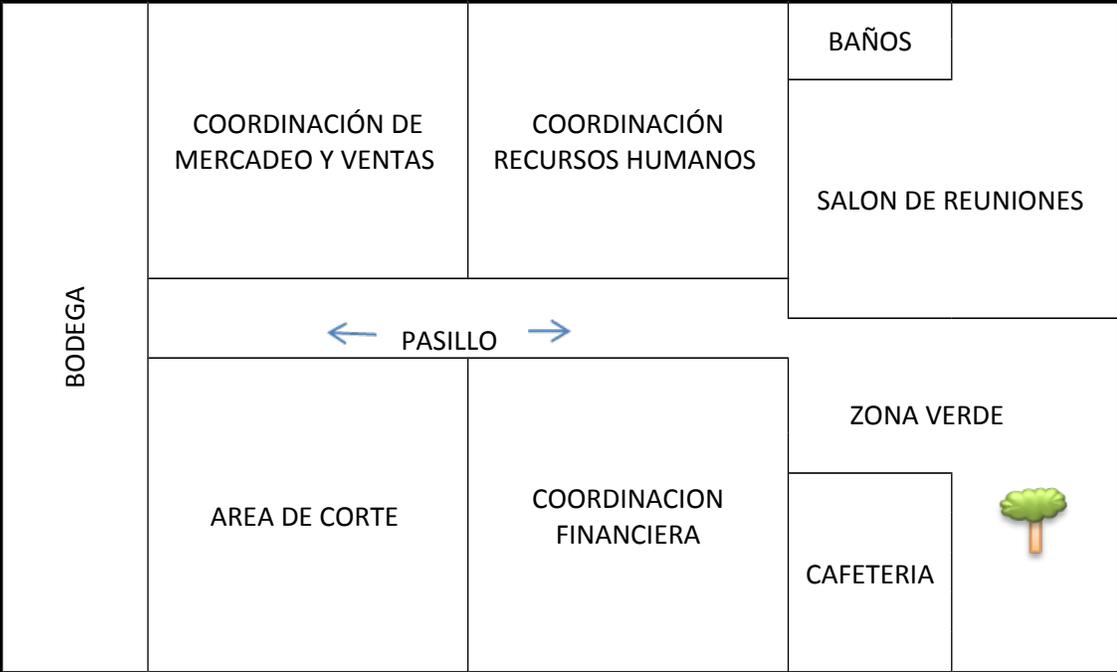
CONFECCION PANTALONETA

PROCESO	TIEMPO
Pegar sesgo si el diseño lo requiere y se cierran costados	5 minutos
Se cierra la parte trasera y delantera	3 minutos
Pegar resorte y talla	4 minutos
Hacer dobladillos	3 minutos
TOTAL TIEMPO ELABORACION PANTALONETA	15 minutos

4.4.2 Descripción de la maquinaria. Siendo la empresa la encargada del trazo y corte de las prendas y el punto central de reuniones, cuenta con:

- 3 Máquinas cortadoras manuales Ref WDJ8-1
- 1 Máquina cortadora industrial
- 1 Mesa de corte de 2.50 mts de largo X 1.50 mts de ancho.
- 1 Tablero acrílico
- 10 Sillas Rimax (para reuniones)

4.4.6 PROPUESTA INICIAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



4.5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.5.1 Selección del tipo de sociedad. Empresa Asociativa de Trabajo “E.A.T”

CONFECCIONES EKLIPC EAT.

Las E.A.T son organizaciones económicas productivas, cuyos asociados aportan su capacidad laboral, por tiempo indefinido y algunos además entregan al servicio de la organización una tecnología o destreza y otros activos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa (Ley 10 de 1991, art 1°).

La responsabilidad de los socios de las E.A.T es solidaria e ilimitada según lo establece la ley.

Existen 4 tipos de aportes que pueden hacer los socios que son: laborales, laborales adicionales, en activos y en dinero. Eklipc EAT contará con tres de estos aportes los cuales están representados en maquinaria y equipo de oficina, aportes económicos y asesorías en la parte de diseño de prendas.

De igual manera es requisito indispensable que toda persona que quiera hacer parte de una Empresa Asociativa de Trabajo “E.A.T”, debe tomar un curso de Cooperativismo para que de esta forma conozca cómo funciona, cuáles son sus políticas y en general todos los aspectos legales y las oportunidades que ofrece este tipo de sociedad.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, dará capacitación asistencia técnica y consultoría en aspectos organizativos de gestión empresarial y tecnología. Sin perjuicio de la labor del SENA las EAT pueden ser apoyadas por otras entidades no gubernamentales como fundaciones, universidades y otros centros de formación.

Las EAT tendrán derecho a participar en la línea de crédito “BID” coordinado por el Departamento Nacional de Planeación a través del plan nacional de desarrollo de la empresa

El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, representado en la Subdirección de Trabajo Asociativo e Informal, a través de las Direcciones Regionales de Trabajo y Seguridad Social, vigilará que las Empresas Asociativas de Trabajo cumplan con las disposiciones de la Ley 10 de 1991, las del presente Decreto y los respectivos estatutos.

Para esos efectos, los funcionarios del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, podrán solicitar informes, balances, libros y demás documentos que consideren necesarios para su labor y practicar visitas a las Empresas Asociativas de Trabajo, cuando lo consideren necesario.

4.5.1.1 Nombre o razón social de la empresa.

RAZON SOCIAL: **CONFECCIONES EKLIPC E.A.T**

SLOGAN: **Moda Fenomenal**

4.5.1.2 Misión. Satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes en la producción y distribución de prendas deportivas, brindando altos estándares de calidad acompañados de una atención efectiva y oportuna con la mejor actitud y disposición de servicio, con el compromiso de realizar un aporte al desarrollo de nuestro municipio.

Motivar y apoyar en sus deseos de progreso personal, laboral y profesional a la mujer, destacando a las madres cabeza de hogar a través de su contratación para desarrollar las labores operativas de la empresa, mejorando así su calidad de vida.

4.5.1.3 Visión. Ser una organización líder en el mercado, proyectando para los próximos cinco años el reconocimiento a nivel departamental por nuestra alta competitividad enmarcada en una cultura de calidad y economía.

Crear oportunidades de empleo que promuevan el desarrollo y la satisfacción a las necesidades de las mujeres cabeza de hogar, contribuyendo a prestar un mejor servicio en beneficio de nuestros clientes.

QUIENES SOMOS

Somos una Empresa Asociativa de Trabajo, que contribuye al desarrollo económico e integral de las mujeres cabeza de hogar con un enfoque de liderazgo en su comunidad.

Contamos con una administración moderna altamente competitiva y capacitada para ejercer proactivamente estándares de calidad permitiendo ofrecer un producto que supere las expectativas de nuestros clientes.

Trabajamos por la construcción de un modelo empresarial basado en personal estratega con cualidades únicas que nos permitan proyectarnos al futuro y resolver el presente en tiempo real, proporcionando un valor agregado al producto a través de:

- Asesoría y servicio personalizado.
- Cumplimiento de a los principios de igualdad, oportunidad en recepción y entrega de pedidos a clientes y proveedores.
- La calidad y eficacia son una de las principales características por las que nos esforzamos, trabajando día a día para alcanzar la excelencia.

VALORES INSTITUCIONALES

Los valores y principios son factores determinantes en la cultura de nuestra empresa y son altamente destacados por clientes, accionistas y público en general, considerándolos como una parte vital de nuestra gestión, creando preferencia en el mercado por los productos de nuestra marca y con el tiempo pretende construir una imagen que represente un activo estratégico en el segmento.

De acuerdo a esto, nuestros valores institucionales son:

- Responsabilidad
- Solidaridad
- Honestidad
- Lealtad
- Calidad
- Trabajo en equipo
- Servicio
- Liderazgo

NUESTROS SERVICIOS

CONFECCIÓN Y DISEÑO:

Fabricamos uniformes deportivos en el diseño, color, y material que nuestro cliente elija, puede ser un modelo de línea ya existente o un diseño especial creado por nosotros o por el cliente directamente, además se puede incluir el nombre o logo personal con costo adicional.

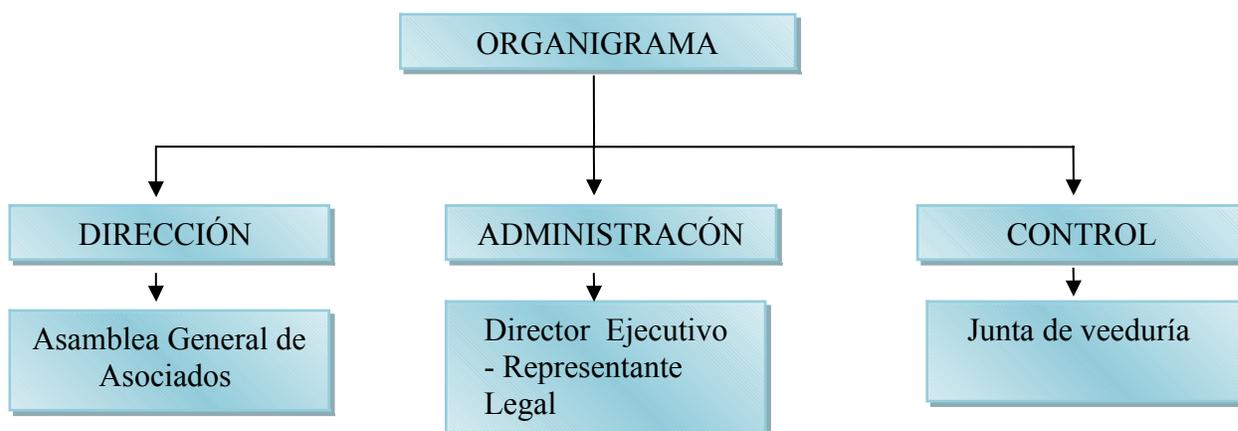
Contamos con una asesora de modas quien desarrolla una labor eficiente, oportuna y personalizada en el mejoramiento de diseños y/o calidad del uniforme de la Institución o cliente que lo considere necesario.

NUESTROS CLIENTES

Somos fabricantes de uniformes para colegios, escuelas deportivas, universidades, empresas, aficionados a equipos deportivos, empleados, grupo familiar, entre otros.

4.5.2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Gráfica 3. Organigrama.



4.5.3 DESCRIPCION DE LOS CARGOS PRINCIPALES

Tabla 11. Descripción cargo Coordinadora Comercial.

CONFECCIONES EKLIPC E.A.T	
Nombre:	Mónica Cristina Sarmiento Bastidas
Cargo:	Coordinadora Comercial
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer relaciones comerciales con entidades o instituciones que requieran los productos deportivos de Eklipc. • Realizar la facturación y otorgar los descuentos comerciales • Manejar la cartera de clientes y realizar los recaudos correspondientes al pago de los pedidos. • Crear estrategias de publicidad que dan a conocer la marca y el portafolio de productos. • Presentar y sugerir las diversas alternativas de productos de acuerdo a la necesidad de cada institución. 	

- Ejecutar el análisis de la competencia periódicamente para aplicar constantes innovaciones a los productos que le proporcionen valor agregado.
- Efectuar una evaluación post-venta con el fin de fidelizar a los clientes

Tabla 12. Descripción cargo Coordinadora Recursos Humanos.

CONFECCIONES EKLIPC E.A.T
Nombre: Sandra Liliana Cano Ruiz
Cargo: Coordinadora de Talento Humano
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la selección del las madres cabeza de hogar que se contratarán para la confección de las prendas. • Llevar a cabo el proceso de contratación y admisión mediante las pruebas de confección con el apoyo del supervisor de calidad. • Atender las necesidades del personal. • Asignar las funciones del personal con el fin de obtener personas proactivas y eficaces en sus labores. • Preparar y efectuar el entrenamiento y la motivación del personal. • Planear capacitación permanente en compañía del supervisor de calidad con el fin de instaurar los procesos con altos estándares de calidad. • Planear y dirigir el trabajo de las madres cabeza de hogar

Tabla 13. Descripción cargo Coordinadora Financiera y Administrativa.

CONFECCIONES EKLIPC E.A.T
Nombre: Greiz Tatiana Bernal Buitrago
Cargo: Coordinadora financiera y administrativa

FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de presupuestos • Control y manejo de dinero • Análisis de costos • Registro de cuentas • Relaciones con los bancos • Tesorería

Tabla 14. Descripción cargo Supervisor de Calidad.

CONFECCIONES EKLIPC E.A.T
Nombre: Héctor Julio Sarmiento Bastidas
Cargo: Supervisor de Calidad
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Velar por la aplicación de los altos estándares de calidad en las prendas de Eklipc en los procesos de corte, confección y acabados de la prenda. • Controlar de acuerdo a los parámetros de calidad la entrega de piezas cortadas a las señoras y de igual forma la recepción de prendas elaboradas. • Aprobar la compra de materia prima teniendo en cuenta que cumplan con las normas de calidad. • Realizar las capacitaciones y asesorías permanentes al personal dedicado a la confección de las prendas.

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 Objetivo

Identificar y Justificar la viabilidad económica de Eklipc, determinando el impacto económico potencial en las madres cabeza de hogar del municipio de Soacha, así mismo la auto sostenibilidad de la empresa y realidad económica.

5.2 Calculo de la Inversión Total.

La inversión inicial para la puesta en marcha de la empresa de trabajo asociado fue de: \$12.560.000.

Representados así:

- \$6.000.000 aportes de capital
- \$6.560.000 maquinaria y equipo de oficina

5.3 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

5.3.1 Ingresos Mensuales

Los ingresos mensuales son el resultado del promedio realizado en ventas anuales según cedula de ventas, para su mayor comprensión, se discrimina mes a mes del año 2009 y con proyección a 2010 tomando como punto de referencia el indicador económico de ³Deposito a Terminio Fijo (DTF), del 1er trimestre del año en curso para la cantidad en ventas, y el Índice de Precios al Consumidor (IPC) del mismo periodo para el incremento en precios.

Tabla 15. Ingresos Mensuales 1ª año Ref-001

MES	REF 001 SUDADERAS			
	%	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA TOTAL
ENERO	17%	952	42.405	40.369.714
FEBRERO	17%	952	42.405	40.369.714
MARZO	6%	336	42.405	14.248.134
ABRIL	7%	392	42.405	16.622.823
MAYO	5%	280	42.405	11.873.445
JUNIO	8%	448	42.405	18.997.512
JULIO	6%	336	42.405	14.248.134
AGOSTO	6%	336	42.405	14.248.134
SEPTIEMBR E	5%	280	42.405	11.873.445
OCTUBRE	4%	224	42.405	9.498.756
NOVIEMBRE	6%	336	42.405	14.248.134
DICIEMBRE	13%	728	42.405	30.870.958
TOTAL	100%	5.600		237.468.904

Esta tabla expresa los ingresos mensuales según las ventas de la sudadera del año 2009.

Tabla 16. Proyección Ingresos Mensuales 2º año Ref-001

³ Diario Económico Portafolio Pág. 24

MES	REF 001 SUDADERAS			
	%	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA TOTAL
ENERO	17%	1.025	42.405	43.469.531
FEBRERO	17%	1.025	42.405	43.469.531
MARZO	6%	362	42.405	15.342.187
ABRIL	7%	422	42.405	17.899.219
MAYO	5%	302	42.405	12.785.156
JUNIO	8%	482	42.405	20.456.250
JULIO	6%	362	42.405	15.342.187
AGOSTO	6%	362	42.405	15.342.187
SEPTIEMBR E	5%	302	42.405	12.785.156
OCTUBRE	4%	241	42.405	10.228.125
NOVIEMBRE	6%	362	42.405	15.342.187
DICIEMBRE	13%	784	42.405	33.241.406
TOTAL	100%	6.030		255.703.123

Se refleja los ingresos mensuales del año 2010 de la referencia 1, con una proyección del IPC.

Los ingresos mensuales en promedio para el 2009, son de diecinueve millones setecientos ochenta y ocho mil cuatrocientos ochenta y seis pesos con sesenta y siete centavos moneda corriente (\$19.788.486,67) por concepto de ventas de la primera línea de productos, con proyección de aumento a 2010 por veintitrés millones ciento dos mil quinientos pesos con noventa y cuatro centavos (\$23.102.500,94)

Tabla 17. Ingresos Mensuales 1ª año Ref-002

MES	UNIFORMES DE GIMNASIA			
	%	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA TOTAL
ENERO	16%	672	20.065	13.483.688
FEBRERO	19%	798	20.065	16.011.879
MARZO	5%	210	20.065	4.213.652
ABRIL	6%	252	20.065	5.056.383
MAYO	4%	168	20.065	3.370.922
JUNIO	11%	462	20.065	9.270.035
JULIO	7%	294	20.065	5.899.113

AGOSTO	4%	168	20.065	3.370.922
SEPTIEMBR E	5%	210	20.065	4.213.652
OCTUBRE	8%	336	20.065	6.741.844
NOVIEMBRE	4%	168	20.065	3.370.922
DICIEMBRE	11%	462	20.065	9.270.035
TOTAL	100%	4.200		84.273.048

Tabla 18. Proyección Ingresos Mensuales 2º año Ref-002

MES	UNIFORMES DE GIMNASIA			
	%	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA TOTAL
ENERO	16%	723	20.065	14.511.016
FEBRERO	19%	859	20.065	17.231.832
MARZO	5%	226	20.065	4.534.693
ABRIL	6%	271	20.065	5.441.631
MAYO	4%	181	20.065	3.627.754
JUNIO	11%	497	20.065	9.976.324
JULIO	7%	316	20.065	6.348.570
AGOSTO	4%	181	20.065	3.627.754
SEPTIEMBR E	5%	226	20.065	4.534.693
OCTUBRE	8%	362	20.065	7.255.508
NOVIEMBRE	4%	181	20.065	3.627.754
DICIEMBRE	11%	497	20.065	9.976.324
TOTAL	100%	4.520		90.693.852

Los ingresos mensuales en promedio para el 2009, son de Siete millones veintidós mil trescientos doce pesos con cincuenta centavos (\$7.022.312,50) por concepto de ventas de la segunda línea de productos, con una proyección de aumento a 2010 por ocho millones ciento noventa y ocho mil trescientos cincuenta y dos pesos con diez centavos (\$8.198.352,10)

Para unos Ingresos totales por concepto de ventas es de veintiséis millones ochocientos diez mil setecientos noventa y nueve pesos (\$26.810.799) en el 2009.

5.4 DETERMINACIÓN DE LOS EGRESOS

Los principales egresos son distribuidos en costos fijos, costos variables, gastos operacionales de administración, gastos operaciones de ventas y gastos no operacionales.

5.4.1 Egresos Mensuales

5.4.1.1 Costos

El sistema de costeo aplicado es por ⁴órdenes de producción, teniendo en cuenta que generalmente los uniformes demandados hacen parte de un grupo o lote igual, así los lotes se acumulan para cada orden de producción por separado.

Eklipc cuenta inicialmente con dos lotes de producción REF-01 (Sudaderas) y REF-02 (Uniformes de Gimnasia).

5.4.1.1.1 Elementos

En el sistema de costos por órdenes de producción se utilizan tres elementos básicos discriminados a continuación:

5.4.1.1.1.1 Materiales:

Siendo los principales recursos para la producción, Eklipc se provee de los mejores distribuidores en telas, adornos, botones, cremalleras entre otros, con el fin de mantener los altos estándares de calidad enmarcados en las políticas de la empresa.

✓ Materiales Directos:

Entre los materiales directos encontramos los más relevantes en la confección así mismo los que poseen un costo mas elevado.

Los datos y cifras presentados a continuación se consolidan en los dos Lotes de Producción:

Tabla 19. Unidades de Materia prima directa por mes

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml>

CONSOLIDADO EN UNIDADES								
MES	TELA NAUTICA	CREMALLERA 60 MT	CAUCHO	ESTAMPADO	RIP	TELA LACOSTE	TELA PIKET	SESGO
ENERO	2094,4	952	476	1750	437,5	798	478,8	1750
FEBRERO	739,2	336	168	546	136,5	210	126	546
MARZO	862,4	392	196	644	161	252	151,2	644
ABRIL	616	280	140	448	112	168	100,8	448
MAYO	985,6	448	224	910	227,5	462	277,2	910
JUNIO	739,2	336	168	630	157,5	294	176,4	630
JULIO	739,2	336	168	504	126	168	100,8	504
AGOSTO	616	280	140	490	122,5	210	126	490
SEPTIEMBRE	492,8	224	112	560	140	336	201,6	560
OCTUBRE	739,2	336	168	504	126	168	100,8	504
NOVIEMBRE	1601,6	728	364	1190	297,5	462	277,2	1190
DICIEMBRE	2094,4	952	476	1624	406	672	403,2	1624
PROMEDIO	1026,67	466,67	233,33	816,67	204,17	350,00	210,00	816,67

En promedio, mensualmente se utilizan 1.026,67 metros de tela náutica y 816,67 metros de sesgo, estos hacen parte de las materias primas con mayor uso en la producción, seguido de la tela lacoste con 350 metros.

Tabla 20. Valor en pesos de Materia prima directa por mes

CONSOLIDADO EN PESOS								
MES	TELA NAUTICA	CREMALLERA 60 MT	CAUCHO	ESTAMPADO	RIP	TELA LACOSTE	TELA PIKET	SESGO
ENERO	\$ 20.902.112,00	\$ 571.200,00	\$ 238.000,00	\$ 1.172.500,00	\$ 2.100.000,00	\$ 5.506.200,00	\$ 2.298.240,00	\$ 437.500,00
FEBRERO	\$ 7.377.216,00	\$ 201.600,00	\$ 84.000,00	\$ 365.820,00	\$ 655.200,00	\$ 1.449.000,00	\$ 604.800,00	\$ 136.500,00
MARZO	\$ 8.606.752,00	\$ 235.200,00	\$ 98.000,00	\$ 431.480,00	\$ 772.800,00	\$ 1.738.800,00	\$ 725.760,00	\$ 161.000,00
ABRIL	\$ 6.147.680,00	\$ 168.000,00	\$ 70.000,00	\$ 300.160,00	\$ 537.600,00	\$ 1.159.200,00	\$ 483.840,00	\$ 112.000,00
MAYO	\$ 9.836.288,00	\$ 268.800,00	\$ 112.000,00	\$ 609.700,00	\$ 1.092.000,00	\$ 3.187.800,00	\$ 1.330.560,00	\$ 227.500,00
JUNIO	\$ 7.377.216,00	\$ 201.600,00	\$ 84.000,00	\$ 422.100,00	\$ 756.000,00	\$ 2.028.600,00	\$ 846.720,00	\$ 157.500,00
JULIO	\$ 7.377.216,00	\$ 201.600,00	\$ 84.000,00	\$ 337.680,00	\$ 604.800,00	\$ 1.159.200,00	\$ 483.840,00	\$ 126.000,00
AGOSTO	\$ 6.147.680,00	\$ 168.000,00	\$ 70.000,00	\$ 328.300,00	\$ 588.000,00	\$ 1.449.000,00	\$ 604.800,00	\$ 122.500,00
SEPTIEMBRE	\$ 4.918.144,00	\$ 134.400,00	\$ 56.000,00	\$ 375.200,00	\$ 672.000,00	\$ 2.318.400,00	\$ 967.680,00	\$ 140.000,00
OCTUBRE	\$ 7.377.216,00	\$ 201.600,00	\$ 84.000,00	\$ 337.680,00	\$ 604.800,00	\$ 1.159.200,00	\$ 483.840,00	\$ 126.000,00
NOVIEMBRE	\$ 15.983.968,00	\$ 436.800,00	\$ 182.000,00	\$ 797.300,00	\$ 1.428.000,00	\$ 3.187.800,00	\$ 1.330.560,00	\$ 297.500,00
DICIEMBRE	\$ 20.902.112,00	\$ 571.200,00	\$ 238.000,00	\$ 1.088.080,00	\$ 1.948.800,00	\$ 4.636.800,00	\$ 1.935.360,00	\$ 406.000,00
PROMEDIO	\$ 10.246.133,33	\$ 280.000,00	\$ 116.666,67	\$ 547.166,67	\$ 980.000,00	\$ 2.415.000,00	\$ 1.008.000,00	\$ 204.166,67

En materiales directos tenemos un egreso promedio mensual de quince millones setecientos noventa y siete mil ciento treinta y tres pesos con treinta y tres centavos (\$15.797.133,33)

✓ Materiales Indirectos

Estos aunque tratándose como materiales de poco valor forman parte de los costos generales de fabricación:

Tabla 21. Unidades de Materia prima indirecta por mes

CONSOLIDADO EN UNIDADES					
MES	HILO CALIBRE 120	HILAZA	MARQUILLA	ETIQUETA	EMBONE
ENERO	337.750,00	675.500,00	3.500,00	3.500,00	2.856,00
FEBRERO	110.250,00	220.500,00	1.092,00	1.092,00	1.008,00
MARZO	129.500,00	259.000,00	1.288,00	1.288,00	1.176,00
ABRIL	91.000,00	182.000,00	896,00	0	840,00
MAYO	169.750,00	339.500,00	1.820,00	1.820,00	1.344,00
JUNIO	120.750,00	241.500,00	1.260,00	1.260,00	1.008,00
JULIO	105.000,00	210.000,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00
AGOSTO	96.250,00	192.500,00	980,00	0	840,00
SEPTIEMBRE	98.000,00	196.000,00	1.120,00	1.120,00	672,00
OCTUBRE	105.000,00	210.000,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00
NOVIEMBRE	239.750,00	479.500,00	2.380,00	2.380,00	2.184,00
DICIEMBRE	322.000,00	644.000,00	3.248,00	3.248,00	2.856,00
PROMEDIO	160.416,67	320.833,33	1.633,33	1.633,33	1.400,00

En promedio mensualmente se utilizan 160.416 yardas de hilo y 320.833 yardas de hilaza, estos hacen parte de los materiales indirectos con mayor influencia en el producto, seguido de las marquillas y etiquetas utilizadas en cada una de las prendas.

Tabla 22. Valor en pesos de Materia prima indirecta por mes

CONSOLIDADO EN PESOS					
MES	HILO CALIBRE 120	HILAZA	MARQUILLA	ETIQUETA	EMBONE
ENERO	\$ 337.750,00	\$ 675.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 2.856,00
FEBRERO	\$ 110.250,00	\$ 220.500,00	\$ 1.092,00	\$ 1.092,00	\$ 1.008,00

MARZO	\$ 129.500,00	\$ 259.000,00	\$ 1.288,00	\$ 1.288,00	\$ 1.176,00
ABRIL	\$ 91.000,00	\$ 182.000,00	\$ 896,00	\$ 896,00	\$ 840,00
MAYO	\$ 169.750,00	\$ 339.500,00	\$ 1.820,00	\$ 1.820,00	\$ 1.344,00
JUNIO	\$ 120.750,00	\$ 241.500,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.008,00
JULIO	\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00
AGOSTO	\$ 96.250,00	\$ 192.500,00	\$ 980,00	\$ 980,00	\$ 840,00
SEPTIEMBRE	\$ 98.000,00	\$ 196.000,00	\$ 1.120,00	\$ 1.120,00	\$ 672,00
OCTUBRE	\$ 105.000,00	\$ 210.000,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00	\$ 1.008,00
NOVIEMBRE	\$ 239.750,00	\$ 479.500,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.184,00
DICIEMBRE	\$ 322.000,00	\$ 644.000,00	\$ 3.248,00	\$ 3.248,00	\$ 2.856,00
PROMEDIO	\$ 160.416,67	\$ 320.833,33	\$ 1.633,33	\$ 1.633,33	\$ 1.400,00

En materiales indirectos tenemos un egreso promedio mensual de cuatrocientos ochenta y cinco mil novecientos dieciséis pesos con sesenta y siete (\$485.916,67).

5.4.1.1.1.2 Mano de Obra:

Eklipc cuenta con mano de obra capacitada, con habilidades físicas y mentales para mantener los estándares de calidad en su producción.

- ✓ Mano de Obra Directa

Estos costos son aplicados por productos trabajando tipo satélite.

Tabla 23. Mano de Obra directa mensual Ref-001

MANO DE OBRA DIRECTA MENSUALES AÑO 2009 Ref-001

MES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
ENERO	952	4.300	4.093.600
FEBRERO	952	4.300	4.093.600
MARZO	336	4.300	1.444.800
ABRIL	392	4.300	1.685.600

MAYO	280	4.300	1.204.000
JUNIO	448	4.300	1.926.400
JULIO	336	4.300	1.444.800
AGOSTO	336	4.300	1.444.800
SEPTIEMBRE	280	4.300	1.204.000
OCTUBRE	224	4.300	963.200
NOVIEMBRE	336	4.300	1.444.800
DICIEMBRE	728	4.300	3.130.400
PROMEDIO MENSUAL			2.006.666,67

Tabla 24. Mano de Obra directa mensual Ref-002

MANO DE OBRA DIRECTA MENSUALES AÑO 2009 Ref-002

MES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	TOTAL
ENERO	672	2.000	1.344.000
FEBRERO	798	2.000	1.596.000
MARZO	210	2.000	420.000
ABRIL	252	2.000	504.000
MAYO	168	2.000	336.000
JUNIO	462	2.000	924.000
JULIO	294	2.000	588.000
AGOSTO	168	2.000	336.000
SEPTIEMBRE	210	2.000	420.000
OCTUBRE	336	2.000	672.000
NOVIEMBRE	168	2.000	336.000
DICIEMBRE	462	2.000	924.000
PROMEDIO MENSUAL			700.000,00

Los egresos por mano de obra directa son dos millones setecientos seis mil seiscientos sesenta y seis pesos con sesenta y siete centavos (\$2.706.666.67)

✓ Mano de Obra Indirecta

Para la mano de obra indirecta se cuenta con un supervisor de calidad quien se desempeñará con un salario mensual de \$496.900.

5.4.1.1.1.3 Depreciación:

Tabla 25. Depreciación

DEPRECIACIÓN (Método línea recta)			
ACTIVO	PLACA	VALOR DEPRECIACION ANUAL	VALOR DEPRECIACION MENSUAL
Equipo de Computo	ad	\$ 260.000,00	\$ 21.666,67
Equipo de Computo	ad	\$ 240.000,00	\$ 20.000,00
Equipo de Computo	ad	\$ 220.000,00	\$ 18.333,33
Impresora Multifuncional	ad	\$ 56.000,00	\$ 4.666,67
Impresora Multifuncional	ad	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00
Escritorio	ad	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
Escritorio	ad	\$ 10.000,00	\$ 833,33
20 Sillas Rimax	ad	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00
5 Sillas Secretariales	ad	\$ 50.000,00	\$ 4.166,67
Telefax	ad	\$ 30.000,00	\$ 2.500,00
MESA DE CORTE	Pd	\$ 30.000,00	\$ 2.500,00
CORTADORA	Pd	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA	Pd	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA	Pd	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA	Pd	\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
Tablero acrílico	Pd	\$ 4.000,00	\$ 333,33
TOTAL		\$ 1.062.000,00	\$ 88.500,00

La depreciación mensual de los activos que influyen en la producción es de \$8.500 mensuales.

Depreciación mensual de activos: \$80.000

5.4.1.1.1.4 Energía

Para el consumo básico de energía el costo es de:

- Valor kwh: \$295.4891
- Kwh consumidos: 68

Corresponde a la energía utilizada por las cortadoras en un mes. Por valor de \$20.000

GASTOS:

En gastos de personal, se incluyen los salarios de las diferentes dependencias, como lo son: la coordinación Comercial, Talento humano y Financiera. Discriminados a continuación:

Tabla 26. Nomina Administrativa

NOMINA ADMINISTRATIVA					
NOMBRE	CARGO	SUELDO BASICO	TOTAL DEVENGADO	TOTAL DEDUCIDO	NETO A PAGAR
Bernal Buitrago Greiz Tatiana	Coordinadora financiera	496.900	556.200	39.752	516.448
Cano Ruiz Sandra Liliana	Coordinadora Talento Humano	496.900	556.200	39.752	516.448
Sarmiento Bastidas Mónica Cristina	Coordinadora Comercial	496.900	556.200	39.752	516.448
Sarmiento Bastidas Héctor	Supervisor C.C	496.000	556.200	39.752	516.448
TOTAL			2.224.800	159.008	2065.792

La empresa cuenta con dos Diseñadoras de modas certificadas que brindan asesoría en ésta área, no se incluyen en la nómina ya que ellas aportan a la compañía estos conocimientos, sus ingresos dependen de la producción mensual de prendas, ya que trabajarían igual que las demás operarias como satélite.

Tabla 27. Gastos

GASTOS				
CANT .	UND. DE MED	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
		PAPELERIA -519530		119.975,00
1	Talonario	Recibo de caja menor	1.500,00	
6	Unidades	Carpetas de cartón	1.250,00	
1	Caja x 25	Ganchos legajadores	1.000,00	
2	Resmas	Papel membreteado	18.000,00	
50	Unidades	Sobres para carta membreteado	7.500,00	
25	Unidades	Carpetas de presentación membreteadas	10.000,00	
2	Resmas	Papel	8.500,00	
6	Unidades	Marcadores	1.600,00	
1	Caja x 100	Clip Standard	700,00	

1	Caja x 50	Clip Metálico mariposa	1.525,00	
3	Unidades	Esferos y lápices	2.100,00	
1	Unidad	Toner	40.000,00	
1	Caja	Ganchos para cosedora Standard	2.500,00	
		Fotocopias	20.000,00	
1	Rollo	Papel para fax	3.800,00	
		SERVICIOS-5135		99.000,00
		Servicio de teléfono e internet	54.000,00	
		Servicio de energía	20.000,00	
		Servicio de acueducto y alcantarillado	25.000,00	
		ASEO Y CAFETERIA 519525		20.800,00
6	Rollo	Papel higiénico	4.000,00	
1	1000 grs	Detergente	2.100,00	
1	1000 cc	Desinfectante	2.800,00	
1	1000 cc	Blanqueador	2.100,00	
1	Unidad	Jabón para manos	1.500,00	
1	Libra	Café	4.000,00	
1	Kilo	Azúcar morena	2.500,00	
1	Caja x 50	Aromáticas	1.800,00	
			TOTAL	\$239.775

Total Gastos: \$239.775

Total Egresos: 22.377.126

5.5 Determinación de los beneficios

La utilidad mensual esperada es de \$1.182.061, según el análisis que se efectuó con base a ingresos y egresos según promedio mensual.

5.6 Depreciación y Amortización de la Inversión Diferida

Depreciaciones:

Para cada uno de los activos, se tendrá un control permanente de las depreciaciones reflejado en la cedula de Depreciaciones de Activos fijos, la cual nos arroja datos reales y oportunos.

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

EQUIPO DE COMPUTO

Tabla 28. Depreciación E

Nº PLACA	003
MARCA	COMPAQ PRESARIO
FECHA DE COMPRA	MARZO 2 DE 2009
VALOR	1.100.000,00

AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			1.100.000,00
1	220.000,00	220.000,00	880.000,00
2	220.000,00	440.000,00	660.000,00
3	220.000,00	660.000,00	440.000,00
4	220.000,00	880.000,00	220.000,00
5	220.000,00	1.100.000,00	-

A continuación el consolidado de depreciación

Tabla 29. Depreciación

DEPRECIACIÓN (Método línea recta)			
ACTIVO	PLACA	VALOR DEPRECIACION ANUAL	VALOR DEPRECIACION MENSUAL
Equipo de Computo		\$ 260.000,00	\$ 21.666,67
Equipo de Computo		\$ 240.000,00	\$ 20.000,00
Equipo de Computo		\$ 220.000,00	\$ 18.333,33
Impresora Multifuncional		\$ 56.000,00	\$ 4.666,67
Impresora Multifuncional		\$ 36.000,00	\$ 3.000,00

Escritorio		\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
Escritorio		\$ 10.000,00	\$ 833,33
20 Sillas Rimax		\$ 36.000,00	\$ 3.000,00
5 Sillas Secretariales		\$ 50.000,00	\$ 4.166,67
Telefax		\$ 30.000,00	\$ 2.500,00
Mesa de Corte		\$ 30.000,00	\$ 2.500,00
CORTADORA		\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA		\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA		\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
CORTADORA		\$ 18.000,00	\$ 1.500,00
Tablero acrílico		\$ 4.000,00	\$ 333,33
TOTAL		\$ 1.062.000,00	\$ 88.500,00

Amortización de la inversión diferida

Tabla 30. Amortización de la inversión diferida

RESUMEN DE LA AMORTIZACIÓN DE LA INVERSIÓN DIFERIDA				
Inversión diferida	Valor total	Amortización año 1	Amortización año 2	Amortización año 3
Selección de personal	100.000	50.000	50.000	
Trámites legales	50.000			
Capacitación de personal	648.000	216.000	216.000	216.000
Publicidad	1.200.000	400.000	400.000	400.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	1.998.000	666.000	666.000	616.000

5.7 Determinación de la Inversión Inicial

Por ser una Empresa Asociativa de Trabajo se llevara un registro por separado de los aportes de cada socio como se estipula en el ⁵ artículo 6 del decreto 1100 de 1992.

Tabla 31. Aportes Sociales

CANT.	SOCIOS	APORTES	No PLACA
Mónica Cristina Sarmiento Bastidas			
	Aporte económico	2.000.000	
1	Equipo de computo	1.300.000	001

⁵ http://www.dafp.gov.co/leyes/D1100_92.HTM

1	Impresora multifuncional	280.000	004
1	Escritorio	180.000	005
2	Cortadora de tela	360.000	006
2	Sillas empresariales	200.000	007
5	Sillas Rimax plásticas	90.000	008
Greiz Tatiana Bernal Buitrago			
	Aporte económico	2.000.000	
1	Equipo de computo	1.200.000	002
1	Impresora multifuncional	180.000	009
1	Escritorio	100.000	010
1	Mesa de corte	300.000	011
3	Sillas secretariales	300.000	012
5	Sillas Rimax plásticas	90.000	013
Sandra Liliana Cano Ruiz			
	Aporte económico	2.000.000	
1	Equipo de computo portátil	1.100.000	003
2	Cortadoras	360.000	014
1	Tablero acrílico	40.000	015
10	Sillas Rimax plásticas	180.000	016
1	Telefax	300.000	017
TOTAL APORTES		12.560.000	

5.8 Determinación del punto de equilibrio

Para la determinar el punto de equilibrio se utilizo la siguiente formula:

$$\frac{\text{Costos Fijos} + \text{Gastos Operacionales}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costos Variables}} = \frac{\text{Gastos y Costos}}{\text{Margen de Contribución}} = \text{Punto de Equilibrio}$$

$$\frac{792.578,34 + 2.467.992,93}{26.810.799,17 - 18.989.716,67} = \frac{3.260.571,27}{7.821.082,50} = 0,42$$

$$0,42 \times 26.810.799,17 = 11.177.291,83$$

Gráfica 4. Punto de Equilibrio



Para no ganar ni perder Eklipc tendrá que lograr ventas mensuales de \$11.177.291,83 para un promedio entre las dos referencias de 181 unidades.

5.9 ESTADOS DE RESULTADOS PROFORMA

5.9.1 Balance general

**BLANCE GENERAL
PROYECTADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2022
INCREMENTO TRIMESTRAL**



1 ACTIVO	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
Caja y Bancar	40.494.328	43.733.874	46.568.477	48.998.137
Deudar	20.070.496	21.676.136	23.081.071	24.285.301
Inventaria	514.544	555.707	591.725	622.598
Total activa Corriente	61.079.368	65.965.718	70.241.273	73.906.035
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
Maquinaria y Equipa	1.020.000	1.020.000	1.020.000	1.020.000
Equipa de Oficina	1.940.000	1.940.000	1.940.000	1.940.000
Equipa de Computacion	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Depreciacion	-956.040	-1.032.523	-1.099.446	-1.156.808
Total activa Fija	5.603.960	5.527.477	5.460.554	5.403.192
TOTAL ACTIVO	66.683.328	71.493.194	75.701.827	79.309.227
2 PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
CxP Arrendar	300.000	324.000	345.000	363.000
Proveedores Nacionales	21.794.141	23.537.673	25.063.263	26.370.911
Cuentas x Pagar	802.864	867.093	923.294	971.465
Impuestos Gravamenos y Taras	5.163.672	5.576.766	5.938.223	6.248.043
Obligaciones Laborales	3.297.300	3.561.084	3.791.895	3.989.733
Honorarios	797.000	860.760	916.550	964.370
Sueldos MOD	4.054.400	4.378.752	4.662.560	4.905.824
Seguros	65.000	70.200	74.750	78.650
Parivar Entimadar	118.039	607.482	1.035.745	1.402.828
TOTAL PASIVO	36.392.416	39.783.810	42.751.279	45.294.825
3 PATRIMONIO				
Aportaciones	12.560.000	12.560.000	12.560.000	12.560.000
Reservas	3.546.182	1.914.938	815.622	0
Excedentes del Ejercicio	14.184.729	17.234.446	19.574.926	21.454.403
TOTAL PATRIMONIO	30.290.912	31.709.384	32.950.548	34.014.403
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	66.683.328	71.493.194	75.701.827	79.309.228

Monica Cristina Sarmiento Bartidar
Representante Legal

Greiz Tatiana Bernal Buitrago
Contador Publica

5.9.2 Estado de pérdidas y ganancias

CONFECCIONES EKLIPC E.A.T.
NIT 1030.532.588-0
ESTADO DE RESULTADOS
PROYECTADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2022
INCREMENTO TRIMESTRAL



	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO
41 INGRESOS OPERACIONALES	321.098.468	346.786.346	369.263.238	388.529.146
4135 Ventar	321.741.952	347.481.308	370.003.245	389.307.762
4175 Devaluacion	-643.484	-694.963	-740.006	-778.616
6135 Cartar De Ventar	206.833.132	223.379.782	237.858.101	250.268.089
UTILIDAD BRUTA	114.265.336	*****	131.405.137	138.261.057
51 GASTOS OPERACIONALES	92.101.697	99.469.833	105.916.952	111.443.053
5105 Gantar del Porronal	39.567.598	42.733.006	45.502.738	47.876.794
5110 Hanararar	7.764.000	8.385.120	8.928.600	9.394.440
5115 Impuortar	30.982.035	33.460.597	35.629.340	37.488.262
5120 Arrendamantar	3.600.000	3.888.000	4.140.000	4.356.000
5130 Sequrar	780.000	842.400	897.000	943.800
5135 Serviciar	4.298.400	4.642.272	4.943.160	5.201.064
5140 Leqalar	653.000	705.240	750.950	790.130
5145 Mantanimianto	384.000	414.720	441.600	464.640
5160 Depreciación acumulada	1.062.000	1.146.960	1.221.300	1.285.020
5195 Diverrar	3.010.664	3.251.517	3.462.264	3.642.903
Distribucion de Excedentar			0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	22.163.639	23.936.731	25.488.185	26.818.004
42 INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0
4210 Interiorar	0	0	0	0
4230 Hanararar	0	0	0	0
53 GASTOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0
5305 Interiorar	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	22.163.639	23.936.731	25.488.185	26.818.004
2404 Provisian Impuorta de Ronta	4.432.728	4.787.346	5.097.637	5.363.601
UTILIDAD LIQUIDA	17.730.912	19.149.384	20.390.548	21.454.403
3305 Reserva Legal	3.546.182	1.914.938	815.622	
UTILIDAD META	14.184.729	17.234.446	19.574.926	21.454.403

6.

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 OBJETIVO

Determinar el costo de las inversiones que serán necesarias a futuro para el proyecto y su continuo funcionamiento, a través de entidades financieras que brindan las alternativas de crédito necesarias para ello durante la etapa de operación.

6.2 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

Las alternativas de financiación que se emplearían a futuro en dado caso que la empresa llegase a necesitar un préstamo, serán los créditos de libre inversión para pymes de las corporaciones bancarias como Davivienda y Colpatria, quienes ofrecen tasas de interés bajas y paquetes modulares que permiten escoger el tipo y numero de cuotas a pagar.

6.3 AMORTIZACIÓN DE CRÉDITOS Y PAGO DE INTERESES

Tabla 32. Amortización del Préstamo

VALOR DEL PRESTAMO	\$ 6.000.000,00
MODALIDAD DE CUOTAS	Mensuales
CANTIDAD DE CUOTAS	12
INTERES DEL PRESTAMO (EA)	19%
INTERES DEL PRESTAMO (NM)	1,45%
CUOTA FIJA	\$ 548.368,12

PLAZO EN MESES	12
-----------------------	----

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA
0	\$ 6.000.000,00	\$ 461.368,12	\$ 87.000,00	\$ 548.368,12
1	\$ 5.538.631,88	\$ 468.057,96	\$ 80.310,16	\$ 548.368,12
2	\$ 5.070.573,92	\$ 474.844,80	\$ 73.523,32	\$ 548.368,12
3	\$ 4.595.729,12	\$ 481.730,05	\$ 66.638,07	\$ 548.368,12
4	\$ 4.113.999,07	\$ 488.715,14	\$ 59.652,99	\$ 548.368,12
5	\$ 3.625.283,93	\$ 495.801,50	\$ 52.566,62	\$ 548.368,12
6	\$ 3.129.482,43	\$ 502.990,63	\$ 45.377,50	\$ 548.368,12
7	\$ 2.626.491,80	\$ 510.283,99	\$ 38.084,13	\$ 548.368,12
8	\$ 2.116.207,81	\$ 517.683,11	\$ 30.685,01	\$ 548.368,12
9	\$ 1.598.524,71	\$ 525.189,51	\$ 23.178,61	\$ 548.368,12
10	\$ 1.073.335,19	\$ 532.804,76	\$ 15.563,36	\$ 548.368,12
11	\$ 540.530,43	\$ 540.530,43	\$ 7.837,69	\$ 548.368,12
12	\$ 0,00	\$ 548.368,12	\$ 0,00	\$ 548.368,12

6.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

6.4.1 Flujo de efectivo

FLUJO DE CAJA TRIMESTRAL				
CONFECCIONES EKLIPC "EAT"				
NIT. 1030532588-0				
PROYECCIÓN A 31 DE DICIEMBRE DE 2XXX				
	1er. Trimestre	2do. Trimestre	3er. Trimestre	4to. Trimestre
INGRESOS				
DISPONIBLE				
Saldo inicial de caja	0	\$ 9.082.444	\$ 24.254.551	\$ 13.017.057
Caja y Bancos	\$ 75.417.864	\$ 75.417.864	\$ 75.417.864	\$ 75.417.864
Aportes Sociales (Capital)	\$ 6.000.000			
Deudores	\$ 5.017.624	\$ 5.017.624	\$ 5.017.624	\$ 5.017.624
TOTAL INGRESOS	\$ 86.435.488	\$ 89.517.932	\$ 104.690.039	\$ 93.452.545
EGRESOS				
CUENTAS POR PAGAR				
Compras de Materia Prima	\$ 43.588.283	\$ 29.058.855	\$ 58.117.711	
Pago Proveedores				\$ 21.794.141
Adacuaciones sede Administrativa	\$ 2.500.000	\$ 2.000.000		
Refrigerios y almuerzos de fir junta directiva	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 120.000	\$ 80.000
Publicidad		\$ 350.000	\$ 300.000	\$ 350.000
Nómina	\$ 9.891.900	\$ 9.891.900	\$ 9.891.900	\$ 9.891.900
Mano de Obra Directa	\$ 8.120.000	\$ 8.120.000	\$ 8.120.000	\$ 8.120.000
Arriendos	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Impuestos IVA	\$ 4.571.667	\$ 6.857.501	\$ 6.857.501	\$ 4.571.667
Impuestos ICA	\$ 592.005	\$ 888.008	\$ 888.008	\$ 592.005
Servicios	\$ 1.074.600	\$ 1.074.600	\$ 1.074.600	\$ 1.074.600
Honorarios	\$ 1.941.000	\$ 1.941.000	\$ 1.941.000	\$ 1.941.000
Seguros		\$ 780.000		
Gastos Legales	\$ 653.000			
Mantenimiento	\$ 359.925			
Diversos	\$ 3.010.664	\$ 3.251.517	\$ 3.462.264	\$ 3.642.903
Provisión gastos				
TOTAL EGRESOS	\$ 77.353.044	\$ 65.263.381	\$ 91.672.982	\$ 52.958.217

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de factores externos e internos.

Tabla 2. Segmentación de mercado.

Tabla 3. Costos por referencias.

Tabla 4. Proceso de corte.

Tabla 5. Proceso de confección pantalón.

Tabla 6. Proceso de confección chaqueta.

Tabla 7. Proceso de confección camiseta.

- Tabla 8.** Proceso de confección pantaloneta.
- Tabla 9.** Descripción de la materia prima.
- Tabla 10.** Descripción de insumos.
- Tabla 11.** Descripción cargo Coordinadora Comercial
- Tabla 12.** Descripción cargo Coordinadora Recursos Humanos.
- Tabla 13.** Descripción cargo Coordinadora Financiera y Administrativa.
- Tabla 14.** Descripción cargo Supervisor de Calidad
- Tabla 15.** Ingresos mensuales 1ª año Ref 001
- Tabla 16.** Ingresos mensuales 2º año Ref 001
- Tabla 17.** Ingresos mensuales 1ª año Ref 002
- Tabla 18.** Ingresos mensuales 2º año Ref 002
- Tabla 19.** Unidades materia prima directa por mes
- Tabla 20.** Valor en pesos materia prima por mes
- Tabla 21.** Unidades materia prima indirecta por mes
- Tabla 22.** Valor en pesos materia prima indirecta por mes
- Tabla 23.** Mano de obra directa mensual Ref 001
- Tabla 24.** Mano de obra directa mensual Ref 002
- Tabla 25.** Depreciación
- Tabla 26.** Nómina Administrativa
- Tabla 27.** Gastos
- Tabla 28.** Depreciación equipo de computo

Tabla 29. Consolidado depreciación

Tabla 30. Amortización de la inversión diferida

Tabla 31. Aportes Sociales

Tabla 32. Amortización de préstamos.

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Demanda Ref. 02

Gráfica 2. Demanda Ref. 01

Gráfica 3. Organigrama.

LISTA DE MAPAS

Mapa 1. Comunas de Soacha

CONCLUSIONES

- ✓ Es un proyecto creado por y para la comunidad
- ✓ Las mujeres cabeza de hogar vinculadas a la empresa serán bien remuneradas teniendo en cuenta que este tipo de mano de obra se encuentra muy mal retribuido en el mercado.
- ✓ La economía solidaría es un modelo empresarial que busca la igualdad de derechos sin importar el tipo de aporte ya que todos somos socios
- ✓ Soacha es un municipio muy amplio en el campo escolar y deportivo lo que es satisfactorio para desarrollar este proyecto
- ✓ De acuerdo a la evolución que presente la empresa, se pretende a futuro explorar el mercado empresarial confeccionando dotaciones.
- ✓ Las madres cabeza de hogar serán beneficiadas con capacitaciones por parte del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, ya que por ser una "EAT" se tendrá derecho a recibir estas asesorías por dicha entidad.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA MUNICIPAL DE SOACHA. Plan de desarrollo municipio de Soacha 2008-2010

-----, Plan de ordenamiento territorial. 20

-----, Política pública de juventud. Soacha 2007.

ASOCIACION NACIONAL DE FONDOS DE EMPLEADOS ANALFE, Actualización de normas para fondos de empleados. 2007.

CASTILLO SANCHEZ, Mauricio. Guía para la formulación de proyectos de investigación. Bogotá: Magisterio, 2004. 43,48 p.

DUBOIS, BERNARD. Rovira Celma, Alex. Comportamiento del consumidor. Madrid: Prentice Hall. 1998, p 126

FUNDADOR DEL SERVICE QUALITY INSTITUTE. Servicio de calidad hoy y Siempre.

GARCIA GALINDO, Germán. Teoría organizacional, teorías contemporáneas de administración y administración pública. Escuela de Administración de Negocios-EAN. 2000. Bogotá

GRAN ENCICLOPEDIA DIDACTICA ILUSTRADA, Hombre y Sociedad, Salvat editores S.A 1988.

MARTINEZ BENCARDINO, Ciro. Estadística comercial. Norma, Bogotá.

MENDOZA TORRES, Martha Ruth. Gestión de mercados. Bogotá 2001, Escuela de Administración de Negocios- EAN

OSPINA NORATO, Edison. Contexto económico. Bogotá. Escuela de Administración de Negocios- EAN

SOCIEDAD COLOMBIANA DE ASESORIA Y ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL S.C.A.E., Manual práctico del microempresario. Bogotá.

Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

www.dane.gov