

**Estudio de Factibilidad para la creación de la creación de una unidad productiva
para la confección de sábanas en el municipio de Mosquera**

Edith Johanna García Amaya

Asesor Docente Heriberto Guacheta Poveda

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Sede Funza (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2023

**Estudio de factibilidad para la creación de una unidad productiva para la
confección de sábanas en el municipio de Mosquera**

Edith Johanna Garcia Amaya

Sistematización de la práctica profesional como requisito para optar al título de
Administrador de Empresas

Asesor(a)

Nombres y apellidos del director (a) del trabajo

Título académico (Del asesor)

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Funza (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2023

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a la memoria de la mujer que me dio la vida que desde hace muchos años me acompaña todos los días desde el cielo, de ella aprendí que los caminos nunca son fáciles, pero con constancia se logran metas y eso representa este trabajo de grado.

Agradecimientos

Le agradezco a mi familia por su constante apoyo, a mis profesores y tutores que me guiaron en esta etapa académica de los cuales no solo aprendí una catedra si no que pulieron en mi, valores para toda la vida, a varios de mis compañeros, algunos ya graduados , y otros que personas que tuve el honor de conocer en esta etapa académica y que me acompañan aun en este momento, y tengo por seguro que seguiremos acompañándonos en la distancia.

A la corporación universitaria Minuto de Dios por poner su empeño a travez de personas especiales que compartieron sus conocimientos y experiencias y que poco a poco me impulsaron a culminar esta etapa académica.

CONTENIDO

¡Error! Marcador no definido.

Índice de figuras

Figura 1 <i>Lean Canvas</i>	19
Figura 2 <i>Pregunta 1 de encuesta</i>	29
Figura 3 <i>Pregunta 2 de encuesta</i>	29
Figura 4 <i>Pregunta 3 de encuesta</i>	30
Figura 5 <i>Pregunta 4 de encuesta</i>	31
Figura 6 <i>Pregunta 5 de encuesta</i>	32
Figura 7 <i>Pregunta 6 de encuesta</i>	32
Figura 8 <i>Pregunta 7 de encuesta</i>	33
Figura 9 <i>Pregunta 8 de encuesta</i>	34
Figura 10 <i>Pregunta 9 de encuesta</i>	34
Figura 11 <i>Pregunta 10 de encuesta</i>	35
Figura 12 <i>Pregunta 11 de encuesta</i>	36

Figura 13 <i>Pregunta 12 de encuesta</i>	36
Figura 14 <i>Pregunta 13 de encuesta</i>	37
Figura 15 <i>Pregunta 14 de encuesta</i>	38
Figura 16 <i>Bordado en sobre sábana y fundas</i>	41
Figura 17 <i>Bordados en sobre sábanas y fundas</i>	42
Figura 18 <i>sábanas personalizadas para bebe Hugo</i>	42
Figura 19 <i>sábanas bordadas personalizadas con letras</i>	43
Figura 20 <i>juego de sábanas con estampados</i>	43
Figura 21 <i>Juego de Sábana unicolor</i>	44
Figura 22 <i>Colchón tipo pillot o somier</i>	44
Figura 23 <i>Encauchado 100% en sábana ajustable</i>	45
Figura 24 <i>ubicación geográfica del municipio de Fusagasugá</i>	51
Figura 25 <i>Macro localización del municipio de Mosquera</i>	52
Figura 26 <i>Micro localización en Fusagasugá barrio Balmoral</i>	53
Figura 27 <i>Micro localización en Mosquera barrio Alicante</i>	53
Figura 28 <i>Plano de bodega de almacenaje de producto final y sede administrativa</i>	54
Figura 29 <i>Diagrama de flujo de proceso de manufactura de Sabanas J.G</i>	56
Figura 30 <i>Organigrama de la empresa Sábanas J.G</i>	58

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Análisis Pestel</i>	20
Tabla 2 <i>Caracterización del mercado</i>	27
Tabla 3 <i>Segmentación del mercado</i>	28
Tabla 4 <i>Calculo de tamaño de muestra finita</i>	28
Tabla 5 <i>Análisis de competencia desde la producción en Mosquera – Cundinamarca</i>	39
Tabla 6 <i>Análisis de competencia en Fusagasugá - Cundinamarca</i>	40
Tabla 7 <i>precios del producto según tamaño o talla de cama</i>	46
Tabla 8 <i>presupuesto de mercadeo</i>	48
Tabla 10 <i>Ficha técnica del producto</i>	50
Tabla 11 <i>presupuesto de inversión</i>	57
Tabla 12 <i>Balance general</i>	65
Tabla 13 <i>Estado de resultados</i>	68

Tabla 14 <i>Flujo de caja</i>	70
Tabla 15 <i>Punto de equilibrio</i>	73
Tabla 16 <i>Indicadores financieros</i>	74
Tabla 17 <i>Riesgos y planes de mitigación del proyecto</i>	76

1. Introducción

Los seres humanos duermen una tercera parte de su vida por lo cual sin saberlo las sábanas es una de las cosas más comunes y frecuentes que usamos en el transcurso de ella; desde el momento del nacimiento se nos cubre con este producto, lo que tal vez desde ese instante nos provoca un sentimiento de protección y por ello seguimos usándolas durante el resto de la vida. Ahora bien, en relación con las sábanas, en referencia a tener un buen descanso, se puede decir que, Es un proceso biológico complejo que ayuda a las personas a procesar nueva información, a mantenerse saludables y a rejuvenecer, durante las fases del sueño la temperatura decae aproximadamente 1 o 2 grados por el aumento de la melatonina (hormona relacionada con los ciclos de sueño) durante esta etapa es más difícil para el cuerpo regular su temperatura por lo que necesitamos cubrirnos para compensar la misma. Por otro lado, se ha encontrado que las sábanas y las cobijas ayudan al cuerpo en la producción de serotonina, hormona relacionada con las

sensaciones de tranquilidad, la calma y el bienestar, que también decae durante las fases profundas de sueño. (Lara,2021)

Los primeros registros del uso de sábanas datan del año 1000 por Rashid Sab-Anah, en la Ciudad del Cairo, la mayor ciudad del mundo árabe. En sus comienzos no obtuvo mucho éxito debido al empleo de lienzos de hilos muy gruesos, que tardaban en secarse demasiado tiempo; En la época victoriana, la clase alta comenzó a interesarse por poner las sábanas en sus respectivas camas; Con la llegada de la revolución industrial las sábanas se abarataron y la clase media pudo adquirirlas, generando así una demanda mayor; a mitad del siglo XX, las sábanas aparecen con sus diseños ajustables y adaptables tal y como las conocemos hoy, con el pasar de los años ha evolucionado en diseños y materiales. (Manterol, 2016)

En Colombia a mediados del s XIX el Sr Camacho Roldan habla en sus Memorias los usos más corrientes de los tejidos nacionales de algodón. “Se fabricaban telas de algodón para camisa, pantalón, sábanas, colchas, ruanas, cortinas, toldos, hamacas y vestido interior de hombres y mujeres, desde calidades ordinarias hasta tejidos bastante finos y de bonita apariencia. Con estas telas se vestían las dos terceras partes de la población a lo menos, y se exportaban a Venezuela y al Ecuador en cantidades de dos a tres cientos mil pesos anuales. Sólo la gente acomodada usaba telas europeas”. (Roldan,1850)

Las sábanas cumplen la función de protegen la piel, ya sea del clima, el polvo, los insectos, además evitan el contacto de la piel con el colchón, que es donde generalmente se depositan los ácaros, las sábanas aportan frescura y suavidad que permiten transpiración y comodidad

En el presente proyecto se pretende viabilizar la conformación administrativa, económica y financiera, para la fabricación de sábanas en tres líneas comerciales direccionadas a tres tipos de mercado con características económicas diferentes; la primera línea básica, la segunda con bordados generales y la tercera línea con bordados personalizados.

2. Justificación

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la viabilidad de establecer una unidad productiva dedicada a la confección de sábanas en el municipio de Mosquera. Esta iniciativa surge en respuesta a la creciente demanda de productos textiles en la región, así como la identificación de oportunidades estratégicas para el desarrollo de una industria local de confección. El proyecto nace a partir de la necesidad de la emprendedora en buscar recursos económicos propios a raíz del desempleo y la pandemia, es una idea que surge después de una experiencia laboral y un proceso de observación en la ciudad de Bogotá, donde la emprendedora prestó su servicio en calidad de Colaboradora en una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de lencería para el hogar (sábanas, cubrelechos, toallas para baño, tapetes, entre otros...) laboró en el área de ventas administrando un local donde se comercializan dichos artículos, la observación da como conclusión que el artículo más vendido son las sábanas ya que hay una necesidad no satisfecha de las mismas, además este producto tiene una acogida 100%

favorable por características como calidad, precio, ideal para todos los climas del país, también se identifican nichos de consumo como adultos mayores y pensionados aunque el producto lo adquieren personas con características generales: hombres, mujeres, jóvenes, todos los estratos socioeconómicos con poder adquisitivo promedio, que tienen una necesidad básica insatisfecha como es el buen descanso en una cama con su lencería cómoda y confortable.

La emprendedora a finales del año 2020 inicia la comercialización del producto en el municipio de Mosquera, Funza y Madrid usando la red social Facebook y ofreciéndolo a vecinos, amigos y familiares donde se logran ventas con el método del voz a voz, adquiriendo reconocimiento y posicionamiento del producto, pero se encuentra con grandes dificultades respecto al abastecimiento, es allí donde nace la idea de iniciar una unidad productiva para la confección del producto directamente, y donde se busca generar empleo directo e indirecto, la idea es conquistar mercados en municipios aledaños de climas cálidos donde hay mayor necesidad de consumo y menos formas de adquirirlos en los municipios; El producto se venderá en municipios de Cundinamarca, direccionado a personas que tengan un ingreso básico y tengan la necesidad del producto; el proyecto busca la financiación económica de entidades como el Fondo Emprender, Cámara de Comercio o Alcaldías.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Realizar un estudio de viabilidad para la implementación de una unidad productiva, en el municipio de Mosquera dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas en microfibra con una variedad de colores, estampados y bordados.

3.2 Objetivos específicos

Elaborar la descripción detallada del el proyecto mediante un análisis de mercado objetivo, la identificación de potenciales competidores, sus fortalezas y debilidades;

Proyectar los costos operativos a corto y largo plazo; Calcular los beneficios financieros y sociales esperados; realizar un análisis financiero para evaluar la rentabilidad, el Retorno de la Inversión, punto de equilibrio

Examinar aspectos legales y regulatorios para asegurar el cumplimiento normativo y legal del proyecto.

Identificar y Gestionar posibles Riesgos y obstáculos y su respectiva mitigación; Evaluar la Sostenibilidad Ambiental y Social.

4. Descripción general del proyecto

4.1 Valor agregado del modelo de negocio.

El valor agregado del producto serán bordados generales en las fundas y sobre sabanas; bordados con diseños personalizados en fundas y sobre sábana; Encauchado 100% en la sabana ajustable al colchón, ya que cada colchón de acuerdo a su altura o cazata se pueda ajustar, a la medida, evitando que se salgan y arrugue la tela; Mayor amplitud en el fuelle o cajón para colchón tipo pillot, **Altura o grosor (40 cm)**; Uso para todos los climas del país, frescas y suaves, no motosea, no se decoloran, no seescurren de la cama.

4.2 Misión de la empresa

Transformar, producir y comercializar productos para satisfacer la necesidad de un buen descanso de nuestros clientes en su hogar o la industria dedicada al buen descanso, con una buena armonía entre calidad y precio.

Somos una empresa innovadora dedicada a la confección y comercialización de productos para el hogar orientados a satisfacer los estándares y expectativas en cuanto a diseño, tendencia y calidad a nuestros clientes, promoviendo así un accionar con responsabilidad social.

4.3 Visión de la empresa

Para el año 2028, el proyecto será una empresa líder a nivel nacional en el mercado de los productos textiles para el hogar, reconocida por su innovación, calidad y servicio, apoyado en equipo humano y tecnológico competente que garanticen el cumplimiento de las necesidades del cliente y el desarrollo de nuestra operación en Colombia y América.

4.4 Valores Organizacionales

✓ **Respeto**

Respetamos y valoramos a todas las personas en la empresa, por ello cumplimos con las normas y políticas internas, velando por el buen clima laboral.

✓ **Calidad**

Buscamos la calidad integral de nuestros colaboradores, procesos y productos, de acuerdo a las actuales exigencias del mercado y la globalización.

✓ **Trabajo en Equipo**

Ponemos a disposición del equipo nuestra confianza, talentos y entusiasmo para alcanzar los objetivos comunes con resultados superiores.

✓ **Responsabilidad Social**

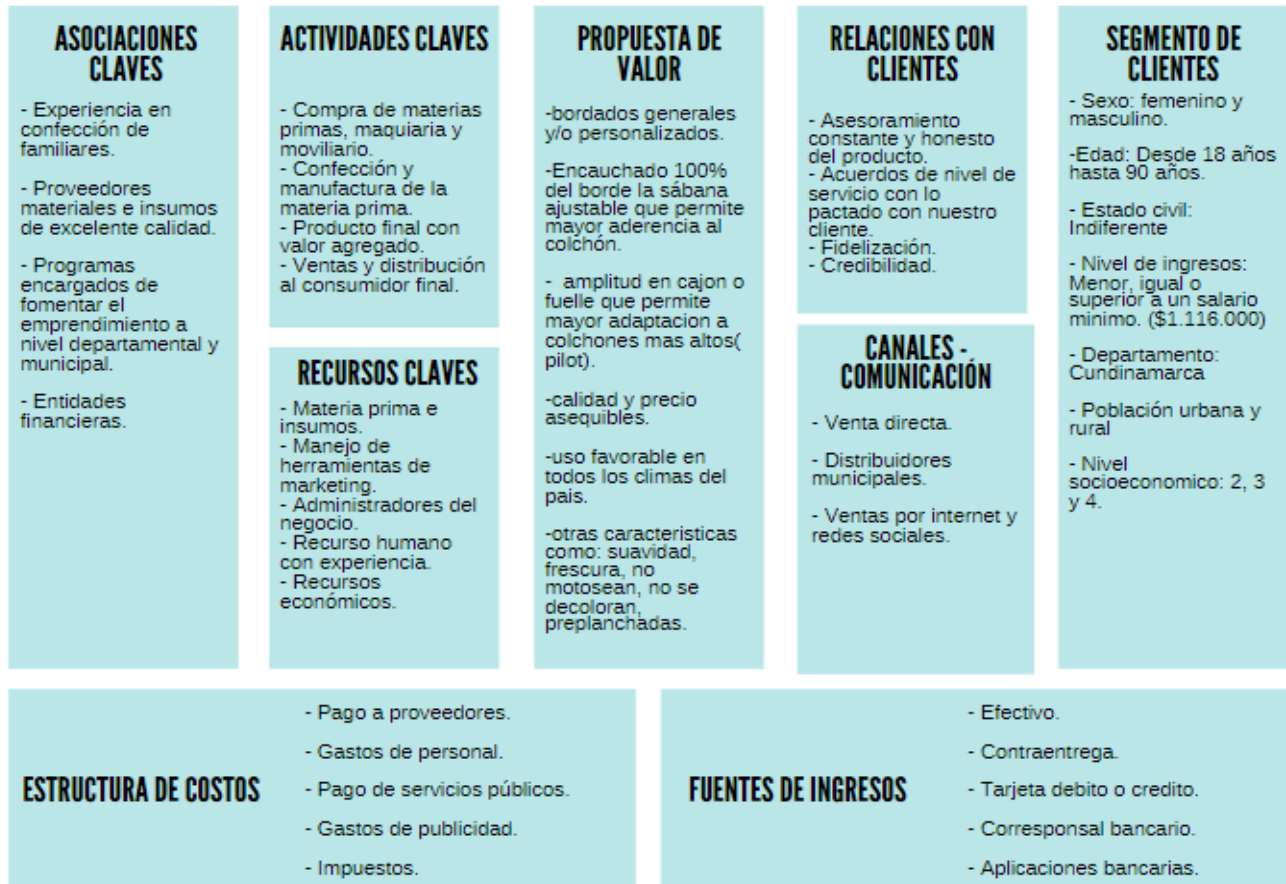
Estamos comprometidos con el uso racional y responsable de los recursos, generando

productos que mejoren la calidad de vida de nuestros colaboradores, clientes, sociedad y el cuidado del medio ambiente, a través del crecimiento económico y competitividad de nuestra empresa.

4.5 Lean Canvas.

Lean Canvas es una herramienta utilizada en el ámbito del emprendimiento y la gestión empresarial para desarrollar y visualizar modelos de negocio de manera rápida y efectiva. Fue propuesto por Ash Maurya como una adaptación del Business Model Canvas de Alexander Osterwalder, y se centra en la simplicidad y en la generación de hipótesis clave para un modelo de negocio. El Lean Canvas consta de nueve bloques principales que representan los aspectos fundamentales de un modelo de negocio.

Figura 1 *Lean Canvas*



Nota. Herramienta estratégica o modelo de negocio del producto juegos de sabanas de la empresa J.G

4.6 Análisis del entorno (PESTEL), del proyecto

Tabla 1 Análisis Pestel

CRITERIO	DESCRIPCION	IMPACTO	DURACION	TOTAL	OPORTUNIDAD	AMENAZA	
		alto = 3 puntos medio = 2 puntos bajo = 1 punto	>6 meses = 3 puntos <6 meses = 2 puntos <1 mes = 1 punto				
P	POLIITICO	Alza del precio del dólar	3	3	9		X
		Incremento de la inflación mundial	2	3	6		X
		Contrabando	1	1	1		X
		Informalidad	2	3	6		X
		Defensa a la libre competencia	2	3	6	X	
		Relaciones politicas internacionales	2	3	6	X	
		seguridad y orden interno	3	2	6		X
		politicas de inversion del estado	3	2	6	X	
		Precios competitivos y materias primas de calidad	3	1	3	X	
		Locación estratégica y ventaja comercial del pais	1	1	1	X	
E	ECONOMICO	Innovación y diversificación de materias primas	3	2	6	X	
		Alta inflación	2	3	6		X
		Riesgo del sector textil	3	3	9		X
		Acuerdos de integracion economica	2	2	4	X	
		Acceso a creditos	2	2	4	X	
		Precio bruto nacional	2	3	6		X

		Tasas de interes	2	3	6		X
		Practicas monopólicas	3	3	9		X
		Costo de la materia prima	3	3	9		X
		Aranceles	2	3	6		X
		Migración extranjera	1	2	2	X	
		Cobertura de internet	2	2	4		X
		Nivel promedio de educación	1	3	3	X	
		Esperanza de vida	2	3	6	X	
		Valores y ética	2	3	6	X	
S	SOCIAL	Responsabilidad social	3	3	9	X	
		Cultura y creencias	1	2	2	X	
		Tasa de mortalidad	1	2	2		X
		Nivel de pobreza	2	2	4		X
		Tasa de subempleo	1	3	3		X
		Actitud a la globalización	2	3	6	X	
		Estilo de vida de la población	2	3	6	X	
		Innovacion tecnológica	2	3	6	X	
		Uso de medios tecnológicos	2	3	6	X	
T	TECNOLÓGICO	Aplicaciones de multimedia	1	3	3	X	
		Desarrollo de canales de distribucion on-line	3	3	9	X	
		Compromiso con la sostenibilidad por parte del sector textil	2	3	6	X	
		Epidemias o pandemias	2	3	6		X
E	ECOLÓGICO	Manejo de desechos	2	3	6	X	
		Contaminación de aire, agua y tierras	2	3	6		X
		Desastres naturales	2	2	4		X
		Protección del medio ambiente	2	3	6	X	
L	LEGAL	Tratados internacionales	1	3	3	X	

Dificultades que tuvo el mercado asiático para transportar sus productos hasta América tras la pandemia.	2	2	4		X
Reducción de la jornada laboral	2	3	6		X
Incremento de aranceles al máximo permitido por la Organización Mundial del Comercio (OMC), que es del 40 % para prendas de vestir	2	3	6	X	
Subsidios del estado	2	2	4	X	

Tabla 1. El ámbito político impacta de forma entre medio y alto la producción de la empresa ya que la materia prima con la se elaboran sabanas en su mayoría es importada y se dependerá del valor del dólar y la inflación interna y externa del país amenaza constantemente el precio del producto, así como

En el ámbito político vemos oportunidades en la libre competencia, las buenas relaciones internacionales y las políticas de inversión del estado porque son factores de fortalecimiento de la transformación de la materia prima, pero factores como el alza del dólar, la alta inflación interna y externa, el contrabando y la informalidad amenazan de gran forma el emprendimiento porque son factores económicos de gran influencia en los costos de producción y en poder adquisitivo del consumidor final.

Económico: El factor económico es de gran influencia en el proyecto, precios competitivos, la ubicación estratégica del país, la innovación y diversidad en materias primas, el apalancamiento económico con entidades financieras son oportunidades de mejora e innovación que influyen el producto final que se ofrece en el país y en el futuro una posible exportación; pero la inflación, las tasas de interés alta, el riesgo del sector por influencia de factores externos

en el proceso de importación de materia primas, los monopolios y los aranceles son factores que amenazan la producción y la estabilidad financiera del producto y por ende la empresa.

Social: Factores sociales como la migración, la educación, la esperanza de vida, la cultura, la globalización impactan el proyecto de forma media porque son factores sociales indirectos, que no generan riesgo sino al contrario oportunidades de mejora en la calidad de vida

de del cliente final; por lo contrario, la falta de cobertura de redes informáticas, la pobreza, el desempleo y la mortalidad generan para el proyecto y para la sociedad una gran amenaza.

Tecnológico: En el ámbito tecnológico son aspectos de gran influencia e importancia, la innovación tecnológica, el uso plataformas y aplicaciones digitales, facilitan la expansión, el conocimiento y el comercio del producto a lugares un poco más lejanos de las cabeceras municipales y grandes ciudades inclusive en el futuro próximo una globalización al comercio exterior.

Ecológico: En este ámbito el proyecto se ve comprometido con el cuidado del medio ambiente lo cual se viene trabajando desde la industria de producción de materias primas sostenibles y responsable con el cuidado del agua y las emisiones de dióxido de carbono al aire, basados en principios de la economía circular.

Legal: En este ámbito los tratados internacionales, el arancel del 40% a prendas de vestir importadas y los subsidios del estado a la industria son oportunidades que impulsan la industria manufacturera del país y que generan empleo y por ende mejora en la calidad de vida de sus habitantes por lo contrario la industria textil se ve muy afectada por problemas logísticos mundiales referente a la importación de materias primas afectando con el abastecimiento y su transformación en productos de consumo interno.

5. Módulo de mercados

5.1 Descripción del sector productivo

El sector textil es una industria amplia que abarca la producción de fibras, hilados, telas, prendas de vestir y productos textiles para uso doméstico y comercial. Es uno de los sectores más antiguos y ampliamente desarrollados, que contribuye con el desarrollo global, Pertenece al sector secundario de la economía, que transforma la materia prima en bienes destinados al consumidor final.

El proceso de fabricación textil comienza con la producción de fibras, que pueden ser naturales (como algodón, lana, seda) o sintéticas (como poliéster, nailon, rayón). Estas fibras se hilan para formar hilos, que luego se tejen para crear diferentes tipos de telas. Las telas pueden tener una variedad de características, como suavidad, resistencia, elasticidad, entre otras, dependiendo del tipo de fibra y la forma en que se procesen.

En muchos países tienen como actividad principal la producción de materias primas, fabricación y distribución de productos terminados; también se especializan en ciertos tipos de textiles o técnicas de fabricación.

El sector textil en Colombia forma parte importante de la economía del país, tanto en la producción de fibras como en la transformación de las mismas, incluidos los productos textiles para el hogar,

El sector textil en Colombia ha enfrentado desafíos, especialmente en términos de competencia internacional y cambios en los patrones de consumo. La apertura del comercio internacional y los acuerdos de libre comercio han expuesto a la industria a una mayor

competencia de productos textiles importados. Sin embargo, también ha creado oportunidades para exportar productos textiles terminados a otros países. Muchas empresas se han centrado en la producción de textiles de alta calidad, la promoción del diseño colombiano y la incorporación de prácticas de producción sostenibles.

5.2 Caracterización general del mercado

Tabla 2. Fusagasugá es un municipio ubicado en el departamento de Cundinamarca, en la región central del país y del departamento, cuenta con 154.143 habitantes (Dane. 2022), 56.420 hogares aproximadamente, donde el promedio por hogar es de 3 personas, el 87% de su población se ubica en la zona urbana, su clima va desde el páramo hasta el cálido y en promedio la temperatura varía de 16° - 20° C, su economía se basa en la agricultura de papa, fresa y hortalizas. También es conocida por la producción de flores y cuenta con numerosas fincas y viveros. Además, el turismo es una actividad en crecimiento debido a su ubicación, clima y proximidad a Bogotá.

Tabla 2 *Caracterización del mercado*

CLIENTE	Personas naturales y jurídicas
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	<p>País: Colombia. (51.52 millones de habitantes)</p> <p>Departamento: Cundinamarca. (945.856)</p> <p>municipio: Fusagasugá 170.039 habitantes (observatorio alcaldía de Fusagasugá 2023).</p> <p>Nº hogares: 56.420</p> <p>Promedio de personas por hogar: 2.49</p> <p>Tipo de población: Zona urbana y rural.</p> <p>Clima: Fríos y cálidos.</p>
NIVEL DE INGRESOS	Nivel de ingresos: Menor, mayor o igual al salario mínimo vigente (\$ 1.160.000)
ESTRATO	socioeconómico: 2, 3 y 4.
EDAD	Donde el 22,62% tiene 60 años o más; el 52,19% de la población está entre los 19 y 59 años. Desde los 19 años hasta los 90 años 72.95% de habitantes
GÉNERO	Indiferente
ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICAN	Todas las actividades
CANTIDAD Y FRECUENCIA DE COMPRA	Según necesidad o motivo
NECESIDAD	Motivos de compra: Necesidad, obsequio, cuidado del hogar y tradiciones

5.3 Descripción de los segmentos de mercado y clientes

Tabla 3. Según el observatorio socioeconómico de la alcaldía de Fusagasugá para el año 2023, el municipio tiene una población de ciento setenta mil treinta y nueve (170.039) habitantes en su territorio, de los cuales el 72,95% son mayores de 19 años, cuenta con una tasa de ocupación en el municipio de 59.1% y el 52% son mujeres que lideran hogares.

Tabla 3 Segmentación del mercado

AÑO	POBLACIÓN	MAYORES DE 19 AÑOS 72,95%	TASA DE ACUPACIÓN 59.1%	MUJERES 52%
2023	170.039	122.428	72.233	37.561

El tamaño de la muestra según la fórmula:

Tabla 4 Calculo de tamaño de muestra finita

Parametro	Valor	Tamaño de muestra
N	37.561	"n" =
Z	1,280	83,41
P	50,00%	
Q	50,00%	
e	7,00%	

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

n es el tamaño de la muestra

Z es el nivel de confianza

p es la variabilidad positiva

q es la variabilidad negativa

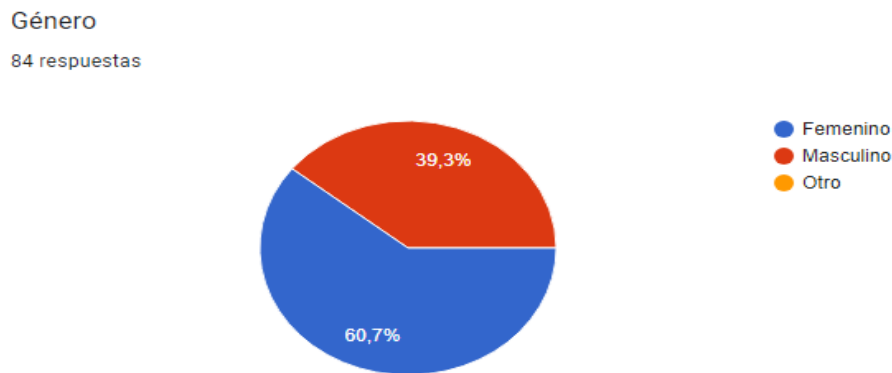
N es el tamaño de la población

E es la precisión o error

Tabla 4. Después del análisis de segmentación de población en el municipio de Fusagasuga se decide que la población objetivo serán 37.561 habitantes, se aplica la fórmula de cálculo de la muestra de población y da como resultado que el tamaño de la muestra son 83 personas, con un nivel de confianza de la encuesta del 80%, probabilidad de éxito que ocurra o no el evento es dividida 50%/50% ya que es un producto nuevo y un error del 7%.

5.3.1 Encuesta

Figura 2 *Pregunta 1 de encuesta*

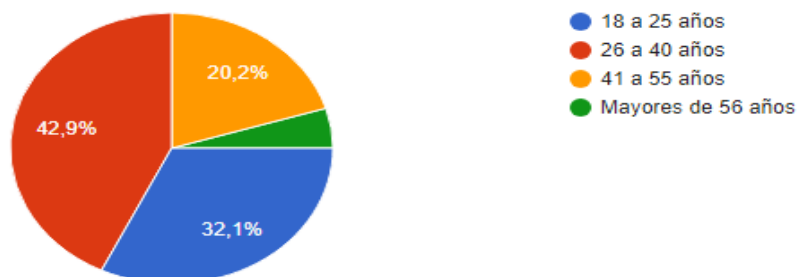


Nota. De 84 personas encuestadas, 50 son de género femenino y 34 personas son de género masculino.

Figura 3 *Pregunta 2 de encuesta*

Rango de edad

84 respuestas

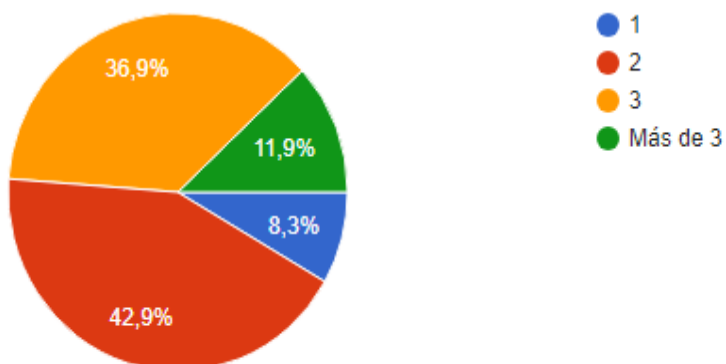


Nota. De las 84 personas encuetadas, 35 están en el rango de edad de 26 a 40 años que representan la mayoría de la encuesta, seguidas por 26 personas que están entre los 18 y 25 años, 16 personas que están en rango de edad de 41 a 55 años y mayores de 56 años 7 personas.

Figura 4 *Pregunta 3 de encuesta*

¿Con cuántos dormitorios cuenta su hogar?

84 respuestas

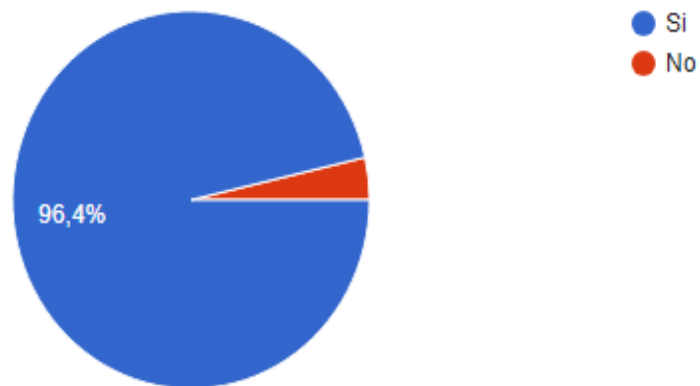


Nota. Los hogares de 35 de las personas encuestadas cuentan con dos dormitorios, que son la mayoría, seguido de 30 personas que tienen tres dormitorios, 9 personas que cuentan con más de 3 dormitorios y 6 personas con un solo dormitorio.

Figura 5 *Pregunta 4 de encuesta*

Para usted, ¿Es importante el estado físico de las sábanas en su cama?

83 respuestas



Nota. Para 80 de las 84 personas encuestadas es importante el estado físico de los juegos de sábanas de su hogar, a las 3 personas restantes no les parece importante.

¿En este momento cree necesitar la mejora del estado actual de las sábanas de su cama o de la cama de alguno de los miembros de su familia?

83 respuestas

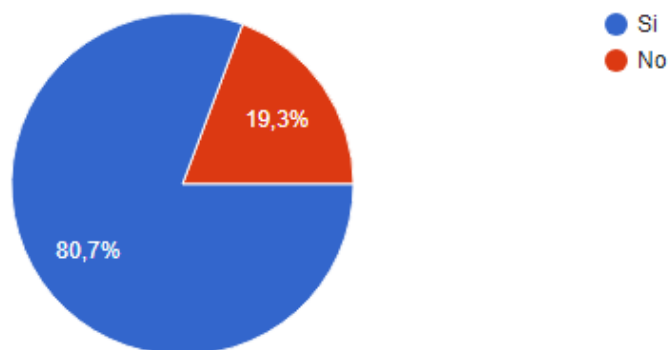


Figura 6 *Pregunta 5 de encuesta*

Nota: De las 83 personas encuestadas, 67 de ellas tienen la necesidad de mejorar el estado actual de las sábanas que tiene en uso, para las otras 16 personas no necesitan el producto en este momento.

¿Cómo le gustaría adquirir este producto?

84 respuestas

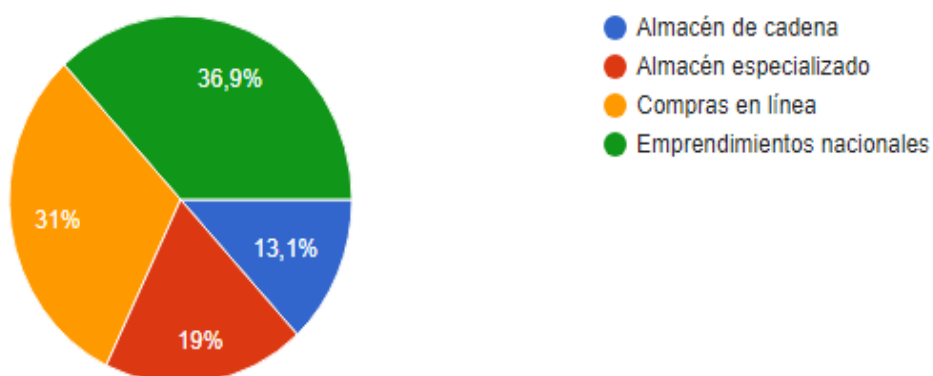


Figura 7 *Pregunta 6 de encuesta*

Nota. De las 84 personas encuestadas a esta pregunta respondieron 30 que adquirirían el producto a emprendimientos nacionales, 26 personas lo adquirirían por compras en línea, 15 personas en almacén especializado, y 10 en almacén de cadena.

¿Cuánto dinero tendría disponible en su presupuesto para adquirir un juego de sábanas para su cama?

84 respuestas

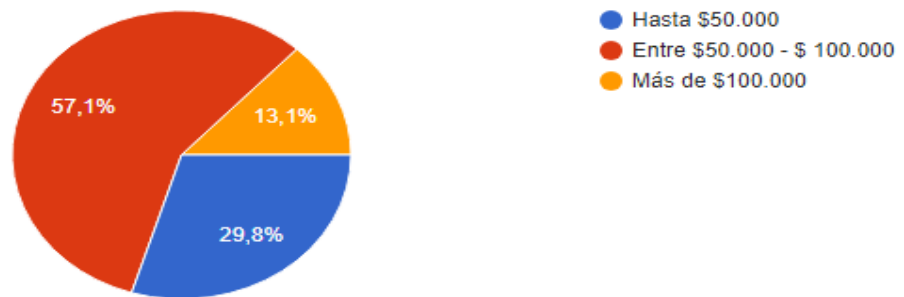


Figura 8 *Pregunta 7 de encuesta*

Nota. Según la encuesta 47 personas tendrían disponible entre \$50.000 y \$100.000 para adquirir el producto, lo que significa que está en el rango de precio de nuestro producto, 24 personas tendrían disponible no más de \$50.000 y 10 personas dispondrían más de \$100.000 pesos.

¿Qué característica es más importante al momento de su escoger sus sábanas?

84 respuestas

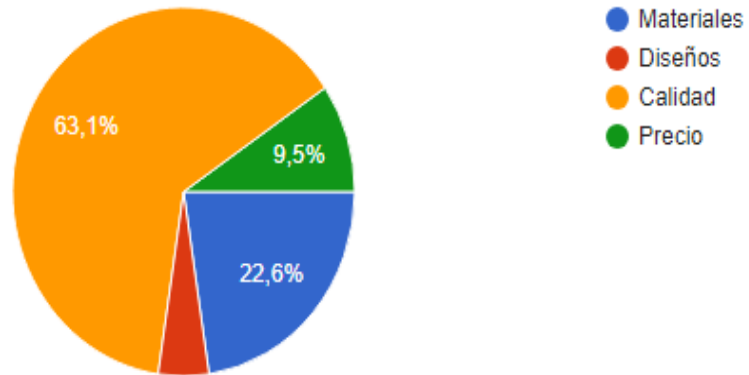


Figura 9 *Pregunta 8 de encuesta*

Nota. La característica más importante que buscan las personas encuestadas en el momento de adquirir el producto es la calidad con 52 respuestas, 18 el material, 7 el precio y 6 el diseño.

¿Qué tan grueso es su colchón?

84 respuestas

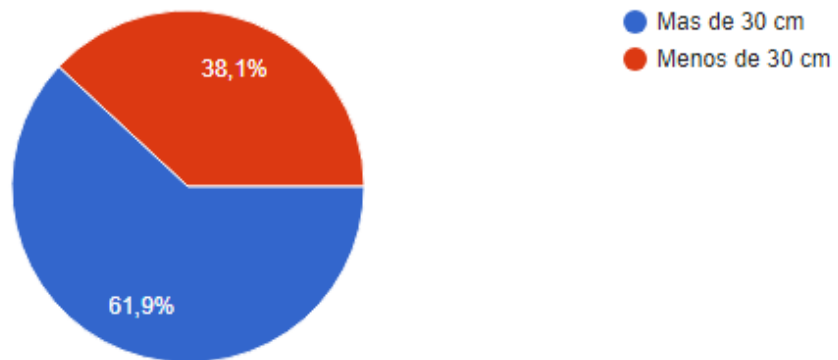


Figura 10 *Pregunta 9 de encuesta*

Nota. Según la encuesta 51 personas tienen un colchón con más de 30 cm de grueso, ideal para uno de los valores agregados de nuestro producto, y 32 personas su colchón es mas delgado.

¿Cuál es su preferencia en colores al momento de escoger sábanas?

84 respuestas

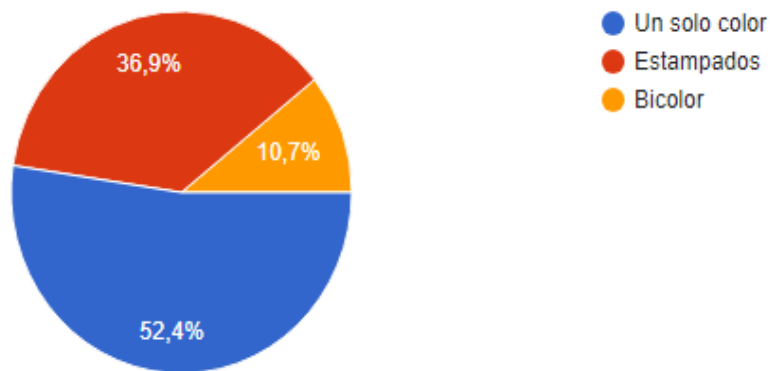


Figura 11 *Pregunta 10 de encuesta*

Nota. En cuanto a colores la mayoría de las personas encuestadas prefieren sus sábanas de un solo color con 43 respuestas afirmativas, 31 personas prefieren los estampados y 8 la combinación de colores.

Si comprara nuestro producto ¿Cuál sería su forma de pago al adquirir nuestro producto?



84 respuestas

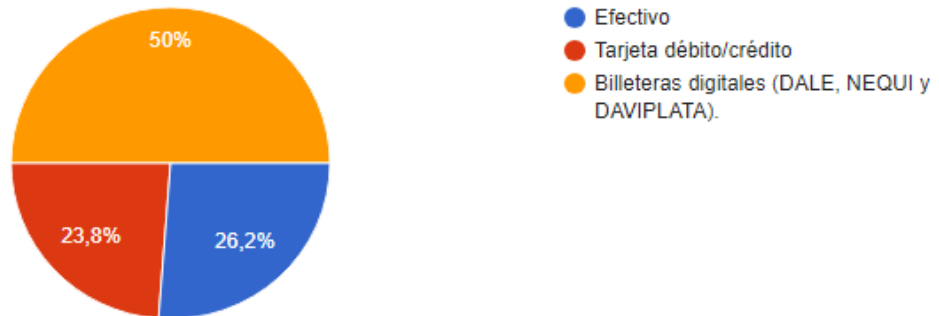


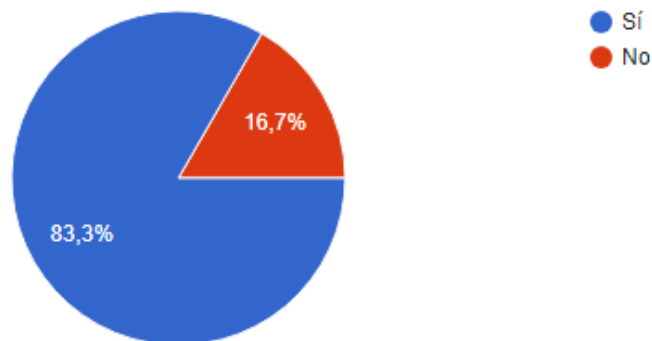
Figura 12 *Pregunta 11 de encuesta*

Nota. En esta pregunta se evidencia que la forma de pago preferida en este momento es mediante billeteras digitales (42 respuestas). Seguido del uso del efectivo (22 respuestas) y por último las tarjetas débito o crédito (19 respuestas).

Figura 13 *Pregunta 12 de encuesta*

¿Cree importante al momento de escoger su sábana tener contacto físico con el producto antes de la toma de su decisión?

84 respuestas



Nota. Para 70 personas de las 84 encuestadas es importante revisar y tener contacto con el producto, para las otras 14 personas no es tan importante dicho contacto al momento de adquirir este tipo de productos.

¿Cada cuánto tiempo adquiere sábanas nuevas para su cama?

84 respuestas

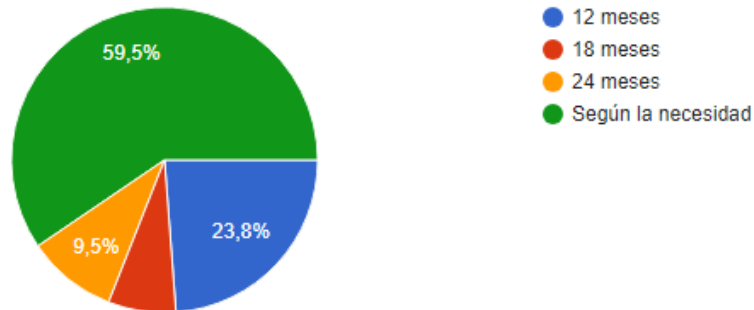


Figura 14

Pregunta 13

de encuesta

Nota. Según la encuesta, 49 personas adquieren sábanas para su hogar cuando tienen la necesidad de ello, 19 personas lo hacen cada año, 7 cada 2 años y 9 personas cada año y medio.

¿Conoce la talla de sábana de su cama incluido lo alto del colchón?

84 respuestas

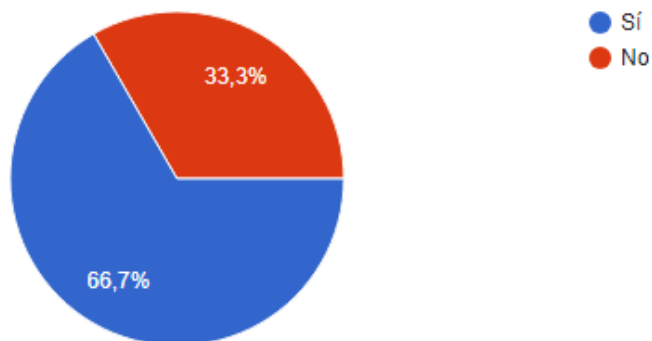


Figura 15 *Pregunta 14 de encuesta*

Nota, De las 84 personas encuestadas 55 manifiestan conocer la talla de sábanas que usan y 29 no saben que talla comprar, por lo que son oportunidades para asesorar al cliente y satisfacer la necesidad de confort en el momento que le queden adecuadas sus sábanas al cochón que usa.

5.4 Análisis de la competencia

Tabla 5 *Análisis de competencia desde la producción en Mosquera – Cundinamarca*

Nombre del competidor	Majo- tex	Brissa	Edredona
Dirección y teléfono	Cra 13 # 9-78 funza	Cra 3 #15-57 local 252, C.C Eco plaza	Cll 15 # 1-80 este. Madrid- Cundinamarca
Productos o servicios que ofrece	Sábanas; Cubrelechos, Tapetes	Lencería para el hogar	Cubrelechos y Juegos de sábanas
Estrategías de distribución	Venta directa en establecimiento	Venta directa en establecimiento	Venta directa en establecimiento
Tecnología utilizada	Redes sociales	Página web	Página web
Ventajas	Tienda física	Tienda física	Tienda física
Debilidades	Precios	Precios	Precios

Tabla 5. El análisis de la competencia de la empresa Sabanas JG se realiza en Mosquera ya que la unidad de producción se ubicara en este municipio siendo así las empresas Majo-tex, Brissa y Edredona, las empresas más reconocidas en el comercio por la gran variedad de productos para la decoración del hogar entre ellos los juegos sábanas, pero se observa que el mercado objeto de ellas tienen características de poder adquisitivo elevados, por lo cual el mercado objeto del emprendimiento va direccionado a un mercado con ingresos más cómodos sin dejar atrás las características de este proyecto (producto innovador y de excelente calidad).

Tabla 6 *Análisis de competencia en Fusagasugá - Cundinamarca*

NOMBRE	BRISSA	EDREDONA
UBICACIÓN	Km 16 via Sibaté	Madrid (cund)
SEGMENTO DE MERCADO QUE ATIENDE	hogar	hogar, distribuidores
PRODUCTO QUE OFRECE	lencería para el hogar	lencería para el hogar
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	directa en punto de venta, tienda virtual	Tienda virtual
ESTRATEGIA DE MERCADEO	Página web	Página web
TECNOLOGÍA UTILIZADA	página web, plataformas de comercio electrónico	página web, plataformas de comercio electrónico
VENTAJAS	músculo financiero	músculo financiero
DEBILIDADES	precios altos	precios altos

Tabla 6. El análisis de la competencia referente a ventas se realizó en el municipio de Fusagasugá encontrando que el mercado para la compra de sabanas se hace mediante ventas on-line por estos dos distribuidores Brissa y Edredona, y no se encuentran otros distribuidores de productos iguales o parecidos al producto ofrecido por Sabanas J.G.

5.5 Marketing Mix.

5.5.1 Producto

- Juego de Sábanas elaboradas en microfibra.
- Bordados generales en las fundas y sobre sabanas.
- Bordados con diseños personalizados en fundas y sobre sábana.
- Línea sin bordados
- Encauchado 100% en la sabana ajustable al colchón.
- Mayor amplitud en el fuelle o cajón para colchón tipo pillot (40 cm).
- Uso para todos los climas del país, frescas, suaves, no motosean, no se decoloran, no se escurren de la cama, tela preplanchada.

Línea con bordados generales

Figura 16 *Bordado en sobre sábana y fundas*



Nota. imagen ejemplo. (tallabela, s.f.)

Figura 17 Bordados en sobre sábanas y fundas



Nota. Imagen ejemplo 2 (lapolar, s.f.)

Línea con bordados personalizados

Figura 18 sabanas personalizadas para bebe Hugo



Nota. ejemplo 1 de sabanas personalizada, en este caso para un bebe (pinteres.com, s.f.)

Figura 19

personalizadas



*sábanas bordadas
con letras*

Nota. Imagen ejemplo2 de sabanas con bordados personalizados (10:29, s.f.)

Línea sin bordados

Figura 20 *juego de sábanas con estampados*



Nota. fotografía de autoría propia

Figura 21 *Juego de Sábana unicolor*



Nota. fotografía de autoría propia

Figura 22 *Colchón tipo pillot o somier*



Nota. (albura, s.f.)

Figura 23 *Encauchado 100% en sábana ajustable*



Nota. la sabana que se ajusta al colchón se confecciona completamente encauchada en el borde para mejor ajuste al colchón. (dkama, s.f.)

5.5.2 Precio

Tabla 7 precios del producto según tamaño o talla de cama

TAMAÑO	CON BORDADO	CON BORDADO PERSONAÑIZADO	SÁBANAS BASICAS
sencilla (1,80 x 2,70)	\$ 76.348	\$ 84.748	\$ 69.748
Semidoble (2,00 x 2,70)	\$ 91.466	\$ 99.266	\$ 84.246
Doble (2,20 x 2,70)	\$ 98.953	\$ 106.153	\$ 91.153
Queen (2,40 x 2,70)	\$ 106.441	\$ 113.041	\$ 98.041
king (2,80 x 2,80)	\$ 126.738	\$ 132.138	\$ 117.138

Nota. Se presenta precio del producto según características y por tamaño o talla de la cama.

5.5.3 Plaza

- Directo: si la venta del producto se realiza mediante redes sociales, se realiza la entrega al cliente final, si se encuentra en municipio Fusagasugá la entrega del producto se hará de forma personal.
- Directo: Si el cliente final se encuentra en otro municipio o ciudad se aclara al cliente que se hará el envío mediante empresas de transporte y entrega y el cliente asumirá el valor del envío o mediante visita programada (según caso)
- Indirecto: Si la venta se hace a un cliente mayorista e intermediario en el proceso de venta y distribución el valor del producto será menor, pero este asumirá el valor del envío.

5.5.4 Promoción

- Uso de redes sociales principalmente Facebook
- Publicidad por medio de volantes
- Asesoría personalizada.
- Puntos de venta con intermediario.

5.5.5 Personas

Atención al cliente con respeto y cordialidad, pero sobre todo cumpliendo con tiempos y condiciones pactas en la negociación

5.5.6 Procesos

El cliente será atendido de forma personal presencial, vía telefónica y online (Social Media, Email Marketing, haciendo importantes sus requerimientos y dando soluciones eficientes.

5.5.7 Posicionamiento

- Producto con características diferenciadoras a las del mercado actual.
- Buena atención al cliente con respeto y eficiencia.
- Calidad y precios asequibles.

5.6 Presupuesto de marketing mix

Tabla 8. El presupuesto de marketing mix será utilizado para implementar campañas de mercadeo del producto y se hará mediante distribución de volantes, implementación de página web y pago de plan de datos del gerente de mercadeo.

Tabla 8 presupuesto de mercadeo

MARKETING MIX (presupuesto)

Pagina Web	\$ 1.000.000
Volantes	\$ 95.000
Internet	\$ 40.000
TOTAL	\$ 1.135.000

Nota. presupuesto necesario para campañas de Marketing y ventas del producto

5.7 Proyección de Ventas

Tabla 9. Se proyectan ventas desde el año 2023 al 2028, iniciando con ventas para el primer año de 1,140 unidades de juegos de sábanas, que significan un ingreso \$ 109.715.060 millones de pesos, se proyecta un incremento del 10% de unidades y 9.5% en precios teniendo en cuenta una inflación sostenida, esto en sus diferentes líneas de producto.

Tabla 9 *Proyección de Ventas*

PROYECCION DE VENTAS									
AÑO	VENTAS ANUALES (unidades) (10%)				VENTAS ANUALES PROYECTADAS (9,5%)				TOTAL
	sábanas básicas	sábanas bordados generales	sábanas bordados personalizados	TOTAL	sábanas básicas	sábanas bordados generales	sábanas bordados personalizados		
2023	700	260	180	1140	\$ 92.065	\$ 99.989	\$ 107.069	\$ 109.715.060	
2024	770	286	198	1254	\$ 100.811	\$ 109.488	\$ 117.241	\$ 132.151.790	
2026	847	315	218	1379	\$ 110.388	\$ 119.889	\$ 128.378	\$ 159.176.831	
2027	932	346	240	1517	\$ 120.875	\$ 131.279	\$ 140.574	\$ 191.728.493	
2028	1025	381	264	1669	\$ 132.358	\$ 143.750	\$ 153.929	\$ 230.936.969	

6. Modulo Operacional

6.1 Ficha técnica del producto.

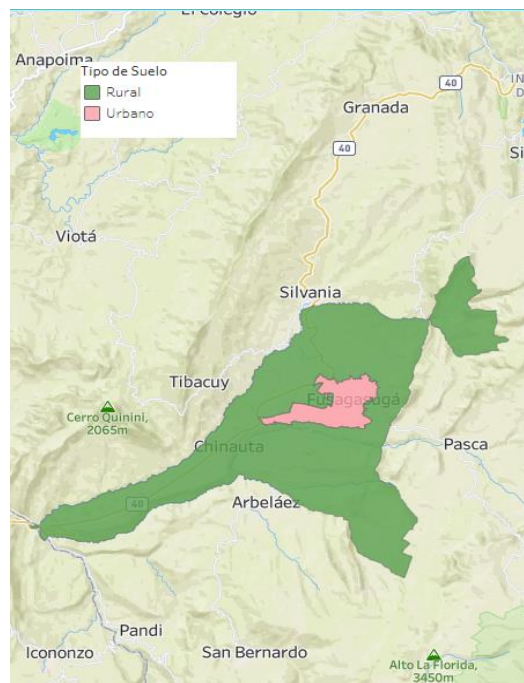
Tabla 10 *Ficha técnica del producto*

FICHA TÉCNICA	
	ficha tecnica Información general
Nombre	SÁBANAS J.G
Tamaño	Sencilla (1. 00 m X 1.90 m X 45 cm)
	Semidoble (1. 20m X 1.90m X 45 cm)
	Doble (1. 40 m X 1.90 m X 45 cm)
	Queen (1. 60 m X 1.90 m X 45 cm)
	king (2.00 m X 2.00 m X 45 cm)
	Características y especificaciones
Composicion	50% poliéster; 50% algodón
Acabados	Bordados generales o personalizados; preplanchado
Diseño y Color	variedad de estampados colores sólidos,
Instrucciones de Cuidado	Lavado con agua fría o tibia
Propiedades y Beneficios	Suavidad al tacto, frescura para uso en cualquier clima, durabilidad del tejido,
	Presentacion y Contenido
contenido	1 sabana ajustable con encauchado para colchón 1 sobre sábana, 2 fundas; El juego sencillo solo se incluye 1 funda.
Cantidad de Piezas	Sencilla 3
	Semidoble 4
	doble 4
	Queen 4
	King 4

6.2 Análisis de Macro localización y micro localización

Figura 24. La macro localización del proyecto referente a ventas del producto se ubicara en el municipio de Fusagasugá ya que dicho municipio demuestra un gran crecimiento demográfico en los últimos 10 años, es uno de los municipios más cercanos a la ciudad de Bogotá que cuenta con variedad de climas, por este motivo se observa una concentración de adultos mayores y pensionados identificados como potenciales clientes del producto; una de las principales actividades económicas están basadas en la recreación, el turismo y el descanso por lo que centro vacacionales y hoteles también se identificados como potenciales clientes para la empresa.

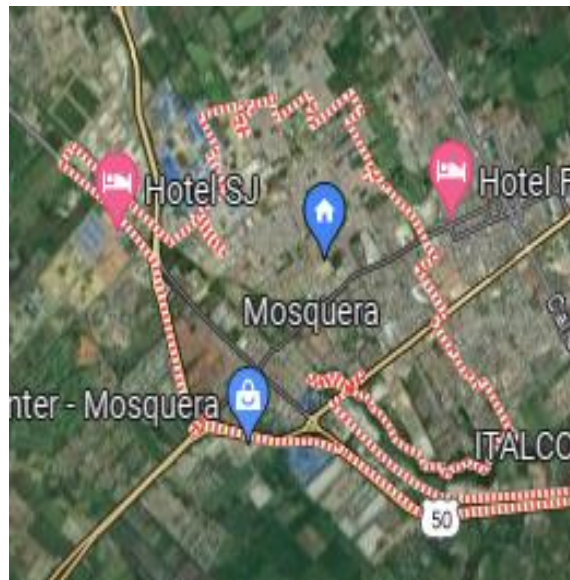
Figura 24 ubicación geográfica del municipio de Fusagasugá



Nota. (Fusagasugá, s.f.)

Figura 25. La macro localización del proyecto referente a la administración, adquisición de materia prima, confección y distribución del producto final será el municipio de Mosquera por su cercanía a la ciudad de Bogotá donde se facilita la adquisición de insumos, factor que generará una rentabilidad más alta.

Figura 25 Macro localización del municipio de Mosquera



Nota. (maps, Google maps, s.f.)

Figura 26 Micro localización en Fusagasugá barrio Balmoral



Nota. (Maps, s.f.)

Figura 26. La micro localización del proyecto referente a ventas será el barrio Balmoral en el municipio de Fusagasugá, ya que allí se ubicará un punto de distribución del producto final.

Figura 27 *Micro localización en Mosquera barrio Alicante*



Nota. (maps G. , s.f.)

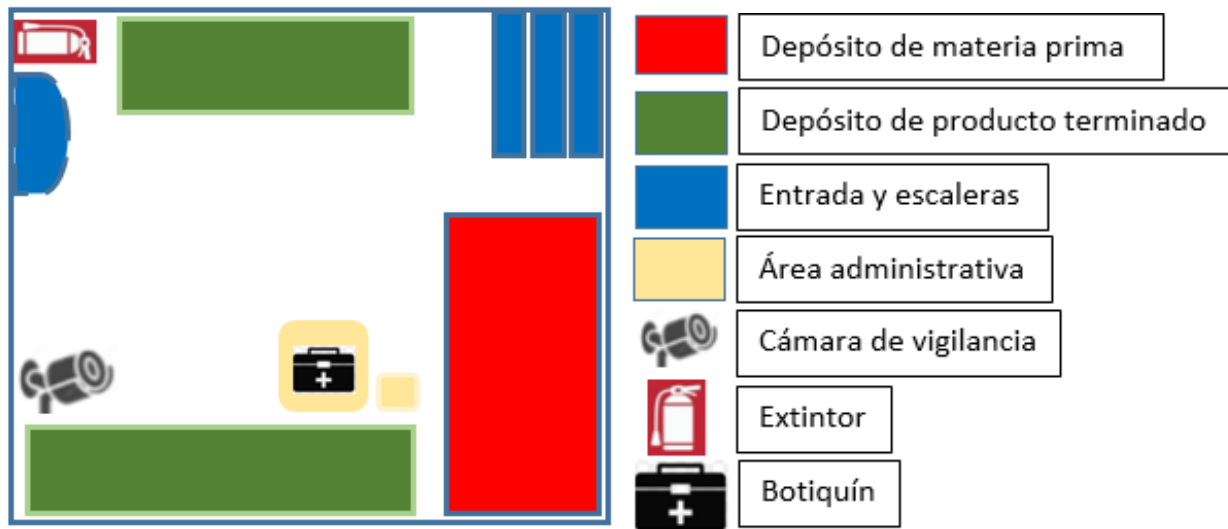
Figura 27. La micro localización del proyecto referente a administración, adquisición demateria prima y distribución del producto será el barrio alicante en el municipio de Mosquera.

6.3 Infraestructura

La elaboración de los juegos de sábanas se realizará en talleres de modalidad **satélite** en el municipio de Mosquera porque dentro del desarrollo misional de la empresa es contribuir con el desarrollo económico de la región y de las madres cabezas de familia con que cuenta el municipio.

Figura 28. La infraestructura se presenta con la bodega de almacenaje, la comercialización y distribución de los productos se harán desde la siguiente dirección Cr 7 # 11 –20 en el Municipio de Mosquera donde se encuentra una bodega/ local destinada para el almacenaje de la materia prima y posterior inventario del producto final.

Figura 28 Plano de bodega de almacenaje de producto final y sede administrativa



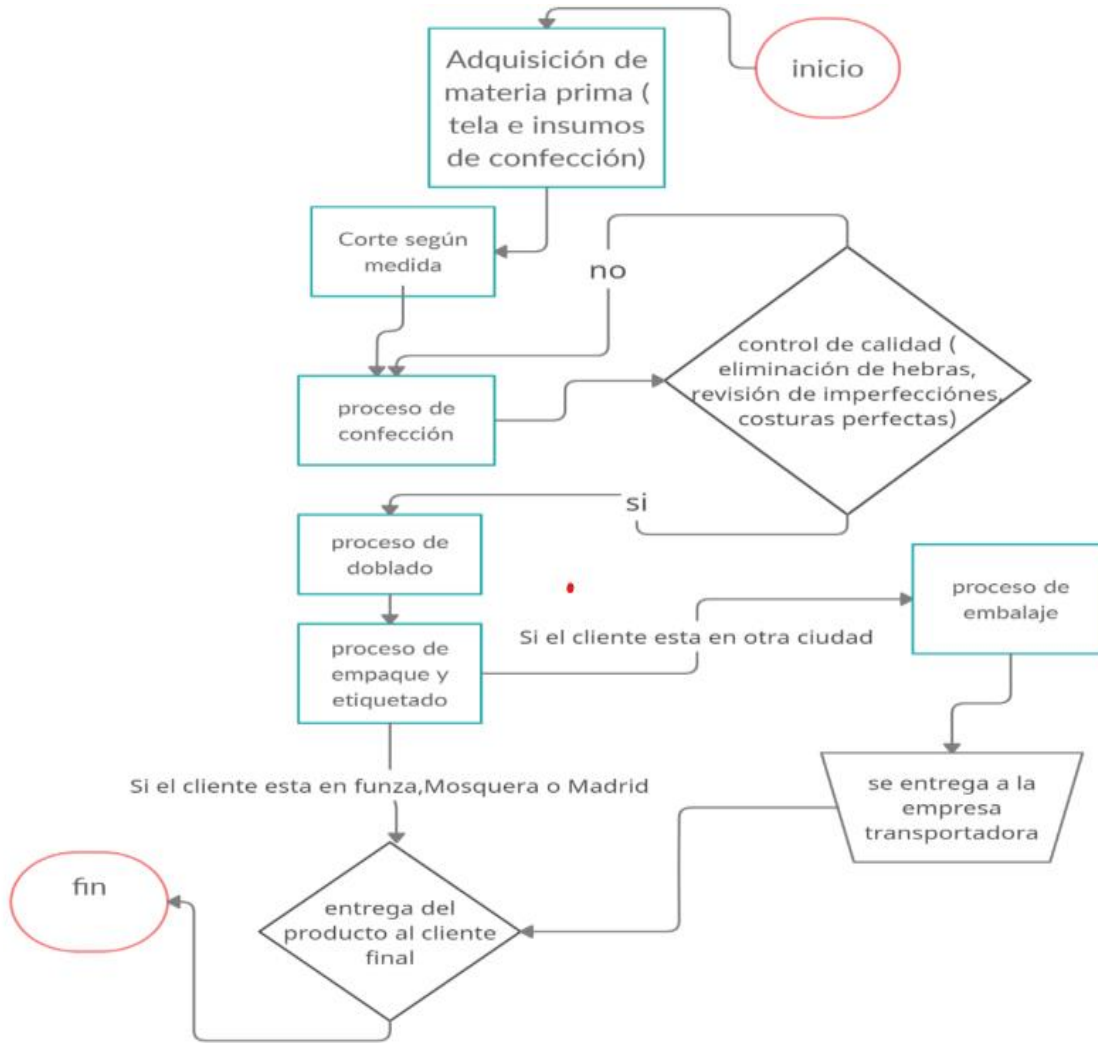
Nota. Imagen de autoría propia

6.4 Diagrama de flujo del proceso de fabricación o manufactura de sábanas J.G

Descripción del Proceso productivo

1. Adquisición de materias primas (telas e insumos).
2. Corte.
3. Confección.
4. Control de calidad: (eliminación de hebras, revisión de imperfecciones, costuras perfectas).
5. Doblado del producto.
6. Empacado de producto.
7. Embalaje del producto.
8. Entrega final al cliente.

Figura 29 Diagrama de flujo de proceso de manufactura de Sabanas J.G



Nota. Muestra el proceso de transformación de la materia prima desde su adquisición hasta obtener un producto final para la comercialización de juegos de sábanas J.G.

6.5 Necesidades y requerimientos de inversión

Tabla 11 *presupuesto de inversión*

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

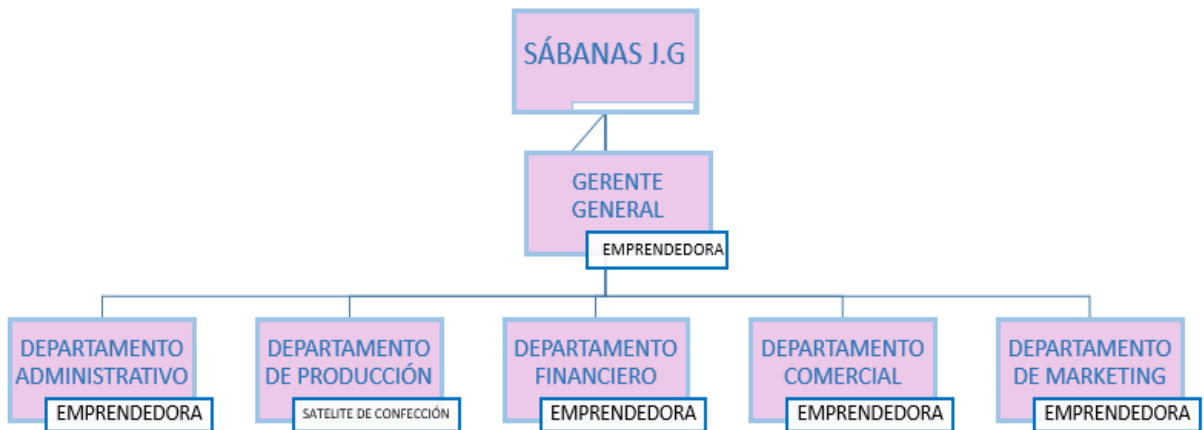
Materia prima	1000 m	\$ 11.300	\$ 11.300.000
Mano de obra	182(unid)	\$ 5.000	\$ 910.000
Marketing			\$ 1.135.000
Total			\$ 13.345.000

Nota. se muestra el presupuesto inicial de capital de trabajo solicitado para comprar 1.000 metros de materia prima, confeccionar 182 juegos de sabanas (mano de obra) y presupuesto de marketing.

7. Módulo Organizacional

7.1 Descripción de la estructura organizacional y organigrama

Figura 30 Organigrama de la empresa Sábanas J.G



Nota. muestras la organización administrativa y las áreas de la empresa Sábanas J.G

Cargos:

Gerente (empresadora): Dirige la empresa, tomará decisiones, controla procesos, se contactará directamente con proveedores para la negociación de materias primas, suministros y las demás que se requieran.

Departamento de producción: se manejará en modalidad Satélite donde su función principal será corte, confección, control de calidad y empaque del producto.

Departamento financiero (emprendedora): se encargará de gestionar y tomar decisiones financieras y contables con proveedores, colaboradores y clientes, ingresos y egresos de la empresa.

Departamento comercial Vendedor (emprendedora): abrirá mercados e interactuará con clientes potenciales para la negociación del producto, formas de pago y entrega.

Departamento de Marketing: (emprendedora): manejará redes sociales y repartirá volantes para dar a conocer el producto en el mercado.

7.2 Descripción de los perfiles del talento humano requeridos

Gerente: emprendedor con mentalidad creativa para visualizar nuevos mercados sin miedo y convicción del éxito, con capacidad de tomar decisiones y habilidades para asumir los cambios y retos impuestos en el día a día, habilidades interpersonales para la negociación y el buen trato.

Director Financiero: liderar estrategias para optimizar recursos y reducir costos, gestionar las finanzas de la empresa, evaluar riesgos y oportunidades financieras con el fin de lograr los objetivos de la empresa.

Director Comercial: buscare constantemente oportunidades de expansión y crecimiento de nuevos mercados, formulando e implementando estrategias de ventas para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes; debe ser carismática, respetuosa, habilidades de comunicación asertiva y persuasiva, buenas relaciones interpersonales, visualizar oportunidades de negocios.

Director de Marketing: diseñara campañas innovadoras de marketing para llegar a nuevos clientes y dar a conocer el producto para generar la necesidad de consumo,

7.3 Aspectos legales de constitución o formalización de la empresa

7.3.1 Tipo de sociedad a constituir

Sociedad por Acciones Simple S.A.S

Requisito indispensable para participar como emprendedor en el fondo Emprender y otras entidades que estimulan la creación de empresa en el país (cámaras de comercio, alcaldía)

Razones:

1. Es unipersonal o la pueden integrar varios accionistas.
2. Se constituye mediante documento privado
3. Término de duración indefinido.
4. Objeto social indeterminado, lo que te permite desarrollar cualquier actividad lícita.
5. Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
6. No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva, lo cual es valioso para emprendimientos, ya que ahorra un gasto.

7.3.2 Clasificación de la actividad económica -Código CIIU

1392 confección de artículos con materiales textiles, excepto prendas de vestir (La fabricación de artículos tales como frazadas, incluso mantas de viaje, lencería de cama (sábanas, sobre sábanas), de mesa (individuales, servilletas), de baño y de cocina.

4751 comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados

7.3.3 Normatividad o legislación aplicable al emprendimiento productivo

Identificación y descripción general de las normas y leyes que debe cumplir la empresa para su operación o funcionamiento.

En Colombia el ICONTEC es el organismo que realiza las funciones de normalizar las técnicas de calidad, el comité 062 está dedicado en las normas de confecciones y textiles.

A la fecha se encuentran en uso alrededor de 63 Normas Técnicas Colombianas (NTC), especializadas en el tema de textiles y confecciones. Estas normas otorgan certificados al cumplir con lo descrito. Varias de ellas tienen equivalencia en la normatividad internacional como el caso de las normas generadas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO).

7.3.3.1 Normas técnicas en textiles.

NTC 1990:1994 Textiles y confecciones. Fibras. Fibras cortadas de poliéster.

NTC 2337:1987 Textiles y confecciones. Hilazas de poliéster.

NTC 2089:2013 Hilos de algodón para coser.

NTC 730-1:2001 Textiles. Telas de tejido plano y telas de tejido de punto. Requisitos generales.

NTC 730-2:2001 Textiles. Telas de tejido plano. Requisitos generales.

7.3.3.2 Norma técnica para confección.

NTC 1806:2014 Textiles. Código de rotulado para el cuidado de telas y confecciones mediante el uso de símbolos.

GTC 230:2012 Guía para las buenas prácticas en la confección de prendas de vestir.(cumplimiento voluntario)

7.3.3.3 Normativa del consumidor.

Ley 1480 de 2011, Ley del consumidor, conocida como el Estatuto del Consumidor, regula los derechos y deberes de los consumidores en Colombia.

7.3.3.4 Normatividad laboral.

La industria textil y de confección se sujeta a la normatividad vigente referente a remuneración y condiciones laborales y demás contempladas en la constitución de Colombia y en el Código sustantivo de trabajo.

7.3.3.5 Normativa ambiental.

ISO 14001 Sistemas de gestión ambiental

los empresarios buscan tener modelos comerciales sostenibles, para socorrer al medio ambiente y reducir la contaminación ya que se es consciente que esta industria genera grandes daños al medio ambiente.

7.3.3.6 Normatividad tributaria.

Impuesto de Renta: impuesto anual el cual grava las utilidades que genere la empresa del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año (vencido).

Impuesto al Valor Agregado (IVA): La tarifa general actualmente es del 19%. Esta tarifa determina que toda empresa que venda bienes o preste servicios, debe calcular un 19% adicional al valor del producto por concepto de IVA. Toda empresa responsable de declarar IVA tiene dos periodos para pagar como lo establece el artículo 600 del estatuto tributario, uno bimestral y otro cuatrimestral.

Retención en la Fuente: No es propiamente un impuesto, pero si es un mecanismo anticipado de recaudo del impuesto de renta.

Las activas: toda persona jurídica cada vez que cancela, está obligado a efectuar la retención en la fuente al beneficiario. Este valor recaudado debe ser declarado y pagado mensualmente, dentro de las fechas previamente fijadas por el calendario tributario. **Las pasivas:** cuando la empresa presta sus servicios o vende bienes, su cliente deberá realizarle una retención en la fuente, de manera que todo negocio debe tener en cuenta actividad y usuarios para proyecta su flujo de caja, restando de los mismos el valor de la retención en la fuente que se le debe efectuar. En otras palabras, la retención en la fuente debe ser restada al impuesto de renta total que deberá pagar al año siguiente.

ICA: Impuesto de carácter municipal que se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios; con establecimiento de comercio o sin ellos,

Gravamen a los movimientos financieros: Se conoce como el 4 por 1.000 (monto de la transacción multiplicado por 0.004), que cobran las entidades financieras por las transacciones financieras que se hacen en cuentas de ahorro y corriente. El GMF fue creado con el fin de cubrir las crisis habidas y por haber en el país. El recaudo del impuesto lo hacen las entidades bancarias, pero luego debe ser enviado a las cargas del gobierno.

8. Modulo Financiero

8.1 Balance General

Tabla 12. Se inicia el ejercicio financiero con un activo total de veinte millones de pesos (\$ 20.000.000), incluidos un equipo de oficina de cinco millones de pesos (5.000.000), un pasivo u obligación financiera de diez millones de pesos (10.000.000) y un aporte o patrimonio de diez millones de pesos (10.000.000), el efectivo serán 15.000.000; para el año 1 tendremos un efectivo de 9.039.135; tendremos 11.862.847 representados en inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado, lo que da un activo total para el primer año de 20.901.982 e ira incrementando para los siguientes años; el equipo de oficina se ira depreciando en \$500.000 por año, se irán aprovisionando los impuestos que para el primer año serán 1.782.654; la utilidad del ejercicio para el primer año 3.619.328, para el primer año tendremos un patrimonio total de 13.619.328 el cual se ve en aumento respecto al año inicial y se ve en aumento para los siguientes años, al igual que el activo total será de 25.401.982 para el año 1 y en aumento para los años posteriores.

Tabla 12 *Balance general*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE						
GENERAL						
Activo						
Efectivo	15.000.000	9.039.135	14.152.406	21.975.093	33.200.808	48.678.841
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	6.490.605	7.817.934	9.416.701	11.342.417	13.661.941
Inventarios de Producto en Proceso	0	3.503.636	4.215.869	5.073.754	6.107.076	7.351.713
Inventarios Producto Terminado	0	1.868.606	2.248.463	2.706.002	3.257.107	3.920.913
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Total Activo	15.000.000	20.901.982	28.434.672	39.171.550	53.907.408	73.613.408
Corriente:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0

Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	5.000.000	4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000	2.500.000
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	5.000.000	4.500.000	4.000.000	3.500.000	3.000.000	2.500.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	20.000.000	25.401.982	32.434.672	42.671.550	56.907.408	76.113.408
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	1.782.654	2.956.839	4.433.170	6.279.588	8.578.537
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0

Obligacion Fondo						
Emprender	0	0	0	0	0	0
(Contingente)						
PASIVO	10.000.000	11.782.654	12.956.839	14.433.170	16.279.588	18.578.537
Patrimonio						
Capital Social	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Reserva Legal						
Acumulada	0	0	361.933	962.261	1.862.328	3.137.275
Utilidades Retenidas	0	0	3.112.622	8.275.441	16.016.025	26.980.566
Utilidades del						
Ejercicio	0	3.619.328	6.003.278	9.000.678	12.749.467	17.417.030
Revalorizacion						
patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	10.000.000	13.619.328	19.477.833	28.238.380	40.627.820	57.534.871
PASIVO +						
PATRIMONIO	20.000.000	25.401.982	32.434.672	42.671.550	56.907.408	76.113.408

8.2 Estado de Resultados

(Tabla 13) Se observa que las ventas para el año uno serán de 109.715.060 donde se disminuye una materia prima y mano de obra de 83.587.260, la depreciación del equipo de oficina 500.000, otros costos de fabricación por 3.000.000 nos da una utilidad bruta de 22.627.800, después de gastos de ventas y gastos administrativos de 15.000.000, nos da una utilidad operativa de 7.627.800, se pagan unos intereses de 2.225.818, y unos impuestos 1.782.654 quedando una utilidad neta de 3.619.328 que es positiva para ser el primer año de operación y que según la proyección ira aumentando en los siguientes años.

Tabla 13 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	109.715.060	132.151.790	159.176.831	191.728.493	230.936.969
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	83.587.260	100.680.855	121.270.089	146.069.823	175.941.101
Depreciación	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	3.000.000	3.285.000	3.597.075	3.938.797	4.312.983
Utilidad Bruta	22.627.800	27.685.935	33.809.666	41.219.873	50.182.885

Gasto de Ventas	5.000.000	5.500.000	6.050.000	6.655.000	7.320.500
Gastos de Administracion	10.000.000	11.000.000	12.100.000	13.310.000	14.641.000
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	7.627.800	11.185.935	15.659.666	21.254.873	28.221.385
Otros ingresos					
Intereses	2.225.818	2.225.818	2.225.818	2.225.818	2.225.818
Otros ingresos y egresos	-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818
Utilidad antes de impuestos	5.401.982	8.960.117	13.433.848	19.029.055	25.995.567
Impuestos (35%)	1.782.654	2.956.839	4.433.170	6.279.588	8.578.537
Utilidad Neta Final	3.619.328	6.003.278	9.000.678	12.749.467	17.417.030

8.3 Flujo de Caja

Tabla 14. Se observa que para el año uno contamos con un neto de caja operativo de 8.127.800, Unos inventarios de materia prima, producto en proceso y producto terminado de 11.862.847 e intereses pagados de 2.225.818; el neto para el periodo -5.960.865.

Tabla 14 *Flujo de caja*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		7.627.800	11.185.935	15.659.666	21.254.873	28.221.385
Depreciaciones		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-1.782.654	-2.956.839	-4.433.170	-6.279.588
Neto Flujo de Caja Operativo		8.127.800	9.903.281	13.202.828	17.321.703	22.441.797
Flujo de Caja Inversión						
Variacion Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variacion Inv. Materias Primas e insumos ³		-6.490.605	-1.327.329	-1.598.767	-1.925.715	-2.319.524

Variación Inv. Prod. En Proceso		-3.503.636	-712.233	-857.885	-1.033.322	-1.244.637
Variación Inv. Prod. Terminados		-1.868.606	-379.858	-457.539	-551.105	-663.806
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-11.862.847	-2.419.419	-2.914.191	-3.510.143	-4.227.967
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-5.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-5.000.000	-11.862.847	-2.419.419	-2.914.191	-3.510.143	-4.227.967
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0					

Desembolsos Pasivo Largo Plazo	10.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818	-2.225.818
Dividendos Pagados		0	-144.773	-240.131	-360.027	-509.979
Capital	10.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	20.000.000	-2.225.818	-2.370.591	-2.465.949	-2.585.845	-2.735.797
Neto Periodo	15.000.000	-5.960.865	5.113.270	7.822.688	11.225.715	15.478.033
Saldo anterior		15.000.000	9.039.135	14.152.406	21.975.093	33.200.808
Saldo siguiente	15.000.000	9.039.135	14.152.406	21.975.093	33.200.808	48.678.841

8.4 Punto de Equilibrio

Tabla 15. El punto de equilibrio del producto se obtendrá cuando se vendan 567 unidades para cubrir todos los costos, es decir que se obtendrá durante el primer año y justo a los 6 meses de iniciar el objetivo de la empresa, ya que se proyectan ventas de 1.140 unidades durante ese primer periodo.

Tabla 15 *Punto de equilibrio.*

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costos fijos totales	\$ 13.000.000
Precio por unidad	\$ 96.241
Costos variable por unidad	\$ 73.322
Punto de equilibrio en unidades	567

Nota. el costo fijo total se toma de la suma de costo de fabricación y gastos de administración.

8.5 Indicadores Financieros (TIR - VAN)

Tabla 16. Tasa interna de retorno (TIR) que se ve reflejada es del 22.91% que está por encima 7.91% por encima de la tasa de interés del 15%,

Valor actual neto (VAN) es de 3.556.763 positivo lo que significa que la inversión es conveniente.

Tabla 16 *Indicadores financieros*

Criterios de Decision	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	22,91%
VAN (Valor actual neto)	3.556.763
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,17
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	50,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	18 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	36 mes

9. Riesgos e impactos del proyecto productivo

9.1 Impacto Económico

Generar empleo y recursos económicos a un grupo de mujeres líderes incluida la emprendedora por medio de la puesta en marcha de la unidad productiva y con el objetivo presentado en este proyecto.

9.2 Impacto Social

Se busca contribuir en el desarrollo social en el municipio de Mosquera mediante la generación de algunos empleos direccionado a mujeres que lideren unidades productivas en el área de la confección y bajo la modalidad de satélite.

9.3 Impacto Ambiental

La industria textil es consciente que debe comprometer sus procesos con la mejora de su impacto ambiental con el planeta, es por ello que se han adoptado acciones como el uso de fibras recicladas, tintes naturales y algodón orgánico, también la implementación y uso por normativa nacional de plantas de tratamiento de aguas que ha mejorado su uso y la disminución de agentes contaminantes, y la implementación de modelos de economía circular mediante la reutilización y el reciclaje de fibras textiles.

10. Riesgos del proyecto

Tabla 17 Riesgos y planes de mitigación del proyecto

RIESGOS DEL PROYECTO		
VARIABLES	RIESGO	PLAN DE MITIGACIÓN
Técnico	Deficiencia de satelites de confeccion que trabajen este producto en el municipio de Mosquera	buscar el opciones en municipios aledaños como Funza, madrid y Facatativa o en su defecto Bogota
Ocupacional	Enfermedad o accidente	buscar redes de apoyo en familiares o amigos
Comerciales	Provision de materias primas	tener otras opciones de proveedores con similitud de materia prima en calidad y precio
Normativo	Incumplimiento	Buscar solución para cumplir con lo que se requiere
Ventas	Deficiencia de compradores	Buscar nuevos clientes a en otros departamentos y municipios del pais. Implementar nuevas estrategias de la mano de un profesional en ventas.
	Falta de poder adquisitivo del cliente para la compra del producto	Plan separe: (abonos acordados hasta completar el precio y posterior entrega del producto)

11. Conclusiones

1. A partir de la pandemia del covid-19 se ha generado una fuerte necesidad de cambiar y remodelar espacios del hogar ya que ahora se ha trasladado en gran parte la actividad laboral y escolar a casa.
2. Se daría inicio a una unidad productiva e idea de negocios viable ya que es un producto de calidad y asequible al mercado, en un momento donde se debe fomentar e incentivar la industria y el consumo nacional.
3. A partir del estudio anteriormente realizado se puede concluir que el proyecto cuenta con un alto márgenes de rentabilidad ya que arroja márgenes de utilidad superiores al 35% sin sobrepasar precios de la competencia con el mismo tipo de producto.
4. Dicho proyecto generara desarrollo municipal ya que creara oportunidades de empleo e ingresos al emprendedor y a su círculo social en medio de una crisis económica mundial.
5. La comercialización del producto se iniciará en el municipio de Fusagasugá ya que cuenta con al alto crecimiento social y económico
6. Es viable la inversión en el proyecto ya que después del análisis financiero los resultados son positivos y por encima de los porcentajes mínimos esperados. (TIR) (VAN)
7. El periodo de recuperación de la inversión es de 2 meses y 17 días aproximadamente.
8. El punto de equilibrio del proyecto se obtendrá a los 6 meses de iniciar el objetivo de la empresa cuando se vendan 567 unidades que tiene valor de \$ 54.568.647; para ese primer año se proyecta vender 1.140 unidades por valor de \$ 109.715. 060.

12. Bibliografía

Albura, m. (s.f.). pinterest. Obtenido de

<https://www.pinterest.com.mx/pin/586734657698995453/>

Aldana, D. G. (2020). *Plan de desarrollo Municipal 2020-2024*. Obtenido de

file:///D:/Practicass%20Trabajo%20final/plan%20de%20desarrollo%20faca19176_facatativa-correcta-un-proposito-comun-20202024.pdf

DANE. (2018). *Demografía y población* . Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

ECONEXIA.(2023) *¿Qué le espera al sector textil en Colombia durante el 2023?*.

<https://econexia.com/es/contenidos-articulo/moda-y-confeccion/1224/Que-espera-sector-textil-Colombia-durante-2023>

Economipedia. (2020). Marketing Mix. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>

Encolombia. (2004). *Normativa en Guía de Emprendimiento*. Obtenido de

<https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/#:~:text=LEY%20905%20DE%202004,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.>

Falabella. (s.f.). Obtenido de

https://falabella.scene7.com/is/image/FalabellaPE/881053891_1?wid=800&hei=800&qlt=70

González, V. (2022.25 de mayo). Textiles y Confecciones en Colombia Cifras, panorama y tendencias. <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/textiles-en-colombia/>

Lapolar. (s.f.). Obtenido de

https://www.lapolar.cl/dw/image/v2/BCPP_PRD/on/demandware.static/-/Sites-master-catalog/default/dwe5f1042f/images/large/19309320.jpg?sw=1200&sh=1200&sm=fit

Lara, V.(2021,10 de marzo). La razón vital por la que usamos ropa de cama, incluso en los países tropicales.<https://hipertextual.com/2018/03/ropa-cama-razon-usarla>

Mantero.(2016). Con sábanas y a lo loco, historia de la ropa de

cama.<https://www.manterolcasa.com/blog/con-sabanas-y-a-lo-loco-historia-de-la-ropa-de-cama/>

Maps. (s.f.). Google maps. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Mosquera,+Cundinamarca/@4.7064623,-74.2493566,13z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f77f0ada00867:0x43a976bf25ba6640!8m2!3d4.7092566!4d-74.2262299!16s%2Fg%2F11clwk8dfd?entry=ttu>

Maps. (s.f.). Google maps. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Mosquera,+Cundinamarca/@4.7064623,-74.2493566,13z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f77f0ada00867:0x43a976bf25ba6640!8m2!3d4.7092566!4d-74.2262299!16s%2Fg%2F11clwk8dfd?entry=ttu>

Maps, G. (s.f.). Google maps. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Mosquera,+Cundinamarca/@4.7064623,-74.2493566,13z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x8e3f77f0ada00867:0x43a976bf25ba6640!8m2!3d4.7092566!4d-74.2262299!16s%2Fg%2F11clwk8dfd?entry=ttu>

Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible . (2028.26 de julio). Obtenido de

<http://www.andi.com.co/Uploads/RES%201407%20DE%202018.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO. (2022). *Oficina de Estudios Económicos*.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-perfiles-sectoriales/2022/marzo/sector-textil/oee-dp-perfil-sector-textil-02mar22.pdf.aspx>

OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO DE FUSAGASUGÁ. (2023) *Alcaldía de Fusagasugá*.

<https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/boletines/>

OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO DE FUSAGASUGÁ. (2023). Alcaldía de Fusagasugá.

<https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/indicadores-dane/>

PROCOLOMBIA. (2023.09 de febrero). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de*

la innovación y la competitividad. <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

Pinteres.com. (s.f.). Obtenido de <https://co.pinterest.com/pin/461689399285503026/>

Raymond, P.Credencial (s,f)*Historica.Santander el algodón y los tejidos del S.XIX*. HYPERLINK

"<https://www.revistacredencial.com/historia/temas/santander-el-algodon-y-los-tejidos-del-siglo-xix>"
h <https://www.revistacredencial.com/historia/temas/santander-el-algodon-y-los-tejidos-del-siglo-xix>

10:29, e. a. (s.f.). bordados y areeglos. Obtenido de

<http://bordadosyarreglos.blogspot.com/2011/05/juego-de-sabanas.html>

