

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

i



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
DE FABRICACIÓN DE JEANS DENOMINADA “SHENNNIS” UBICADA EN LA
CIUDAD DE NEIVA, DEPARTAMENTO DE HUILA, COLOMBIA

GERARDO ANDRÉS GUEVARA PEREZ – ID: 711963
NORMEN ALEJANDRO MOLINA VIVAS- ID: 711966
JUAN CARLOS FAJARDO MEDINA- ID: 688800

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
SEDE NEIVA-HUILA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA FINANCIERA
JULIO DE 2020

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

ii

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
DE FABRICACIÓN DE JEANS DENOMINADA “SHENNNIS” UBICADA EN LA
CIUDAD DE NEIVA, DEPARTAMENTO DE HUILA, COLOMBIA

GERARDO ANDRES GUEVARA PEREZ – ID: 711963
NORMEN ALEJANDRO MOLINA VIVAS- ID: 711966
JUAN CARLOS FAJARDO MEDINA- ID: 688800

Trabajo de Grado Presentado como requisito para optar al título de Especialista en Finanzas

Asesor: Esp. Hugo Fernando Cabrera Ochoa

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
SEDE NEIVA-HUILA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA FINANCIERA
AGOSTO DE 2020

Dedicatoria

A cada una de las personas que intervinieron en nuestra formación profesional, en especial a nuestros docentes quienes nos dieron su apoyo incondicional y dedicado a que nuestros estudios se culminarán y pudiéramos cumplir una de nuestras metas.

Agradecimientos

Agradecemos a Dios la oportunidad de culminar nuestros estudios con grandes y amplios conocimientos, A la universidad Minuto de Dios por darnos tan amplia gama de profesionales de alta calidad que contribuyeron a nuestra formación profesional.

TABLA DE CONTENIDO

MÓDULO 1. PRESENTACIÓN.....	1
MÓDULO 2. FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	2
2.1. Contexto de la situación actual de la zona.....	2
MÓDULO 3. COMPONENTES DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN.....	5
MÓDULO 4. JUSTIFICACIÓN	6
MÓDULO 5. OBJETIVOS	8
5.1. Objetivo General.....	8
5.2. Objetivos Específicos	8
MÓDULO 6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	9
6.1. Análisis Externo	9
6.1.1. Estado del Sector de Textil y manufacturero en Colombia.....	9
6.1.2 Análisis de Oportunidades y Amenazas en el Sector manufacturero.....	11
6.2. Análisis Interno.....	14
6.3. Matriz DOFA del Proyecto.....	15
6.4. MISIÓN	17
6.5. VISIÓN.....	17
MÓDULO 7. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	18
7.1. Estudio de Mercado	18
7.1.1 Objetivos del estudio	18
7.2. Análisis de la oferta del sector (Principales competidores).....	18

7.3. Demanda del sector en Colombia.....	21
7.3.1. Población Objetivo general (Target Group).....	22
7.4. Descripción del producto.....	23
7.5.1. Establecimiento de La Muestra	23
7.5.2. Diseño de Instrumento de medición.....	25
7.5.3. Aplicación del instrumento.....	26
7.5.4. Presentación De Resultados de la encuesta	26
7.5.5. Análisis de la encuesta.....	31
MÓDULO 8. MÁRKETING.....	33
8.1. Estrategia de marketing	33
8.2. Políticas De La Empresa.....	33
8.2.1. Política de Distribución	33
8.2.2. Política de producto	34
8.2.3. Política de promociones:	35
8.2.4. Política de Precios:	35
8.2.5. Políticas De Compra.....	36
8.2.6. Políticas de manejo de efectivo	36
8.2.7. Políticas Administrativas Y Recursos Humanos	37
8.2.8. Políticas De Salarios.....	37
8.2.9. Política de Servicio al Cliente:	37
MÓDULO 9. PLAN OPERATIVO	39
9.1. Descripción del proceso de fabricación del producto o prestación del servicio.....	39
9.1.1. Diagrama del Proceso.....	39

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE JEANS

vii

Proceso De Pre alistamiento	40
Proceso De Confección	41
Velocidad operativa del sistema	41
9.2. Meta de producción	42
9.3.1. Materia Prima.	44
9.3.2. Herramientas.....	45
9.3.3. Dotación y Equipos de protección personal Requeridos	46
9.4. Planta física.....	47
9.4.1. Equipamiento.....	47
9.5. Proveedores.	49
9.5.1. Proveedores para Materia Prima	50
9.5.2. Proveedores para Maquinaria y Mantenimiento.....	51
9.6. Localización y otros detalles de la empresa	51
9.6.1. Nombre de la empresa	52
9.6.2. Slogan	52
MÓDULO 10. ASPECTOS LEGALES Y RECURSOS HUMANOS	55
10.1.1. Área Administrativa.	55
10.1.2. Área de Ventas	57
10.1.3. Área de Producción	58
10.2. Condiciones de trabajo y Descripción de la Nómina	59
10.3. Organigrama de la empresa	61
10.4.1. Pasos para la Constitución.....	62
10.1.2. Costos de constitución de la empresa	63

10.5. Permisos, licencias y trámites requeridos:.....	64
10.6.1. Impuestos contribuciones y tasas	66
MÓDULO 11. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN	67
11.1. Gastos Fijos	67
11.2. Inversión Inicial	68
11.3. Activos fijos tangibles	70
11.3.1. Detalle de Maquinaria:	70
11.3.2. Detalle De Bienes Muebles	71
11.3.3. Detalle de Equipos de oficina.....	72
11.3.4. Vehículo para Distribución.....	72
11.5. Ingresos.....	73
11.5. Costos Variables	75
11.5.1. Materia Prima	75
11.5.2. Costos de Instrumentos para la confección	76
11.5.3. Gastos de Dotación para el personal	77
11.5.4. Costos de mantenimiento y operación de maquinaria, equipos y/o Vehículos	79
11.5.5. Costos de operación diversos	79
11.5.5. Depreciación de activos.....	80
211.6. Precio de venta.....	81
11.6.1. Rentabilidad o Utilidad.....	82
11.7. Fuentes de Financiación	82
11.8. Flujos de Caja Económico.....	83
11.9. Evaluación Financiera	85

11.9.1. Valor Actual Neto (VAN)	85
11.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	86
11.9.3. Punto De Equilibrio	87
11.9.4. Periodo de Recuperación de la Inversión PRI	88
11.9.5. Relación Costo Beneficio	89
11.9.6. Rentabilidad Sobre las Inversiones	89
11.10. Flujo de Caja económico sin financiación	91
MÓDULO 12. ANÁLISIS DE RIESGOS	93
12.1. Análisis de Sensibilidad	93
12.2. Matriz de Análisis de Riesgos	96
MÓDULO 13. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	100
13.1. Sostenibilidad ambiental	100
13.1.1. Marco Legal Ambiental	102
MÓDULO 14. RESUMEN EJECUTIVO	106
CONCLUSIONES	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
Enlaces de Consulta	114
APÉNDICES	117
Anexo 1. Análisis proyectado de gastos salariales y parafiscales	117
Anexo 2. Análisis detallado de Financiación	118
Anexo 3. Encuesta aplicada para el estudio de mercadeo.	120

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA del Proyecto.	16
Tabla 2. Listado de grandes empresas de fabricación de Jeans en Colombia.	19
Tabla 3. Tiempos de elaboración de un Jean.....	41
Tabla 4. Meta de producción	43
Tabla 5. Listado de herramientas.....	45
Tabla 6. Detalle de EPP para el personal operativo.	46
Tabla 7. Equipos y/o insumos de bioseguridad	47
Tabla 8. Detalle de maquinaria requerida.....	48
Tabla 9. Ficha Técnica del producto.	53
Tabla 10. Gastos por aportes Para fiscales y salarios	60
Tabla 11. Gastos de Nomina o Talento Humano para producción.....	61
Tabla 12. Pasos para constituir una S.A.S.....	63
Tabla 13. Costos de Constitución de la empresa	64
Tabla 14. Inversiones Diferidas.....	64
Tabla 15. Impuestos, contribuciones y tasas.	66
Tabla 16. Descripción de los gastos de administración.....	67
Tabla 17. Distribución de la Inversión Inicial	69
Tabla 18. Detalle pagos Inversión inicial	70
Tabla 19. Costos de Maquinaria.....	70
Tabla 20. Bienes Muebles	71
Tabla 21. Equipos de Oficina y Software.....	72

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE JEANS

xi

Tabla 22. Detalle de ingresos operacionales por ventas	74
Tabla 23. Costos de materia prima requerida	75
Tabla 24. Costos de Herramientas	76
Tabla 25. Costos de Dotación EPPs para el personal	77
Tabla 26. Elementos de bioseguridad.....	77
Tabla 27. Dotación del Personal.....	78
Tabla 28. Costos de Mantenimiento de Vehículos y maquinaria	79
Tabla 29. Gastos Diversos Operativos	80
Tabla 30. Depreciación lineal de activos.....	81
Tabla 31. Costos de financiación.....	82
Tabla 32. Flujo de caja económico escenario Normal.....	83
Tabla 33. Valor Actual neto del proyecto.....	85
Tabla 34. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno por cada escenario.....	86
Tabla 35. Punto de Equilibrio.....	87
Tabla 36. Análisis del Periodo de Recuperación de la Inversión PRI Escenario Positivo... ..	88
Tabla 37. Activos fijos totales y Flujo neto de Caja.....	90
Tabla 38. Cálculo de la rentabilidad Sobre las Inversiones.....	90
Tabla 39. Flujo de caja En escenario negativo	93
Tabla 40. Análisis de riesgos del proyecto.	96

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de Genero que se encuestó	26
Figura 2. Rangos de edades de los entrevistados.....	27
Figura 3. Ropa que prefieren los encuestados	27
Figura 4. Preferencia por la ropa de Jeans.....	28
Figura 5. Marcas de Jeans favoritas por los encuestados.	28
Figura 6. Preferencias de los encuestados a la hora de comprar un Jean	29
Figura 7. Rangos de Precios que pagan los encuestados por un Jean	29
Figura 8. Frecuencia de compra de ropa de Jean.....	30
Figura 9. Disposición de los encuestados a comprar un Jean de confección local.....	30
Figura 10. Diagrama de Proceso de Producción	39
Figura 11. Localización de la empresa Jeans Shennis.....	51
Figura 12. Organigrama de la Empresa	62
Figura 13. Detalle vehículo de Distribución.....	73
Figura 14. Comportamiento proyectado de la inflación en Colombia	74

MÓDULO 1. PRESENTACIÓN

NOMBRES Y APELLIDOS	DESCRIPCIÓN
Normen Alejandro Molina Vivas	Economista
Gerardo Andrés Guevara Pérez	Contador Público
Juan Carlos Fajardo Medina	Administrador Financiero
RAZÓN SOCIAL	“Jeans Shennis S.A.S”
CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO EN EL NEGOCIO	Amplio recorrido en el campo de las finanzas y la creación de empresa, ahora enfocada a un producto específico.
PROGRAMA DE FORMACIÓN	Especialización en gerencia financiera
DIRECCIÓN Y MUNICIPIO	Neiva-Huila

Fuente: Elaboración propia

MÓDULO 2. FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1. Contexto de la situación actual de la zona

Actualmente existen en la ciudad de Neiva muy pocas empresas que se dedican a la confección y comercialización de Jeans, la mayoría son empresas de confección de ropa de trabajo, que no se especializan en la prenda pantalón tipo Jean, sino que simplemente confeccionan, cortan y fabrican prendas para el trabajo pesado y/o empresarial. En el sentido técnico estas empresas tienen toda la infraestructura necesaria para la fabricación de una buena prenda de pantalón en Jean, pero no se especializan en este, lo que les trae muchas desventajas de diseño e incluso calidad.

Al margen de la existencia de las empresas mencionadas, Neiva es una ciudad realmente limitada en cuanto a procesos industriales. Cifras de la Cámara de Comercio de Neiva, en su estudio de Caracterización del Tejido Empresarial en Neiva, han evidenciado que el sector industria es uno de los menos presentes en la economía local, representando apenas el 9.9 % del total de las unidades económicas, siendo los sectores de comercio y servicios los que acaparan el 85.2% del mercado. Esto supone un reto para los procesos de industrialización de una ciudad que va en crecimiento.

Con la baja presencia de industrias que dinamicen el sector en el Municipio, existe un alto nivel de informalidad laboral. La Cámara de Comercio ha detectado que los niveles más altos de informalidad se han presentado en las ventas ambulantes, construcción, salud y transporte. En ellos, la informalidad es verificada, entre otros factores, por prácticas de contratación informal a los trabajadores y el no pago de prestaciones sociales a estos (Mosquera et al, 2017). Esta situación hace que exista un bajo respeto por los derechos

fundamentales laborales, consignados en la constitución política de Colombia, en el cual especifica que:

Artículo 123. “Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley”.

Con esto se evidencia la necesidad de crear nuevas empresas que cumplan y contribuyan con los derechos constitucionales que todo ciudadano debe gozar, en la creación de empleos dignos y formalizados.

2.2. Idea de Negocio

La idea de negocio se centra en la implementación de una empresa de Jeans que se dedique directamente a la fabricación en grandes cantidades, aprovechando las oportunidades que ofrecen el mercado local y Nacional Colombiano. Esta tiene aspectos fundamentales que hacen que tome fuerza, el primero es la posibilidad de generar un dinamismo económico, social y empresarial en un municipio que si bien basa su economía en el Comercio, en muchas ocasiones a lo largo del tiempo, ha presentado un bajo nivel de industrialización. En segundo lugar se contempla la inclusión de un valor agregado, relacionado con un servicio especial en el cual el cliente puede personalizar su jean de acuerdo a sus gustos y necesidades, bajo una estrategia de márketing sólida, que consolide la oportunidad de negocio.

El sector manufacturero en el Departamento del Huila está realmente poco presente con lo que se pretende en este proyecto fundamentar las bases de una empresa que comprenda todas las fases de la cadena de valor; elaboración, procesamiento, transporte,

transformación, distribución y comercialización, ya que generalmente en el Municipio de Neiva, lo que se ha encontrado es que la mayoría de empresas y Mipymes, se dedican exclusivamente a la comercialización y venta final siendo en su 90% mercados minoristas.

En capítulos posteriores se fundamentará y se aclarará esta idea, de acuerdo con las características de oferta y demanda que presenta la región frente a la venta al por mayor y al detal de Jeans.

Finalmente cabe destacar que se proporcionará una prenda de calidad, lo que le permitirá a esta idea, afianzarse dentro de lo que generalmente los clientes buscan; prendas duraderas, a buen precio y con un alto valor agregado.

MÓDULO 3. COMPONENTES DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

El componente de Innovación que implementará este proyecto específicamente en el ámbito local, se centrará en ofrecer un valor agregado en el proceso, este valor agregado permite que el cliente, pueda ingresar a una Web Page creada por la empresa en la cual se generará un espacio exclusivo donde al cliente diseñará o añadirá complementos a la prenda, de acuerdo a su género necesidades con una personalización total a su Jean. Adicionalmente, la plataforma le proporcionará diseños base, logos predefinidos, tallas, cortes y demás.

Una Vez el cliente establezca su diseño, le llegará a una serie de diseñadores, los cuales iniciarán con el proceso de diseño y elaboración de las adiciones, modificaciones y demás que se le hayan realizado a la prenda, incluido el color del jean, aclarando que el diseñador partirá de la base de un prefabricado.

Ya en diferentes partes de Colombia y el mundo existen antecedentes de esta idea que ha venido tomando fuerza en los últimos años, como es el caso de Pinterest, Offcors, Dhgate, Amazon, Converse, Nike, Adidas, entre otros.

Esto si bien requiere un esfuerzo grande de logística, infraestructura, personal, transporte y demás, es una modalidad que no tiene precedentes en la ciudad de Neiva, ni el departamento del Huila, lo que inicialmente sería un gran escaparate para posicionar a la empresa y al departamento como uno de los pocos que poseen este tipo de servicios que en muchos casos son exclusivo de marcas internacionales.

MÓDULO 4. JUSTIFICACIÓN

El proyecto *“Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de fabricación de jeans denominada “Jeans shennnis” ubicada en la ciudad de Neiva, departamento de Huila, Colombia”*, se formulará y evaluará teniendo en cuenta que se torna como una posibilidad de dinamizar el sector del comercio y la fabricación manufacturera y textil en la ciudad de Neiva. La posible creación de una mediana empresa iría en concordancia con el crecimiento que ha obtenido la ciudad; según cifras de la cámara de comercio de Neiva para el año 2017 el sector de Comercio en el Departamento del Huila, fue el de mayor crecimiento con la creación de 3827 nuevas unidades productivas. De igual manera, en la industria manufacturera se crearon 726 nuevas empresas. No obstante, para la actividad de fabricación de Jeans, existen pocas empresas que puedan satisfacer la demanda local. Con esta situación no solo se está en la obligación de fabricar jeans en la región, sino agregar innovación en la ciudad, debido a que generalmente se fabrican Jeans para indumentaria de trabajo empresarial. Por esta razón la personalización se supone tácita en la necesidad de ofrecer un servicio especialmente para que los clientes puedan aportar ideas para el diseño de la prenda que desean, antes de adquirir el producto, ya sea por medio de la página web o la aplicación.

El impacto que generará en el corto plazo el proyecto radicará en trascender el método tradicional de venta donde se le ofrece al cliente una prenda ya terminada, con diseños creados muchas veces por una máquina, con pocas opciones que de verdad impacten el gusto del cliente. Es así como hoy en día empresas como Converse y Nike están adoptando esquemas innovadores, bajo la premisa de la personalización por parte del

cliente, donde éste puede crear zapatillas personalizadas con unos pocos clicks (Bernal & Triana, 2016). Para el mediano plazo y con la consolidación de la marca “Jeans Sheenis”, el impacto se fundamentará en la dinamización del empleo en la ciudad, creando más de 60 puestos de trabajo directos y más de 100 indirectos, para que en el largo plazo la empresa sea una de las mayores distribuidoras de Jeans estando a la altura de marcas consolidadas en el mercado, demostrando a lo largo de la vida de la empresa Calidad, compromiso, altos valores agregados y precios accequibles.

Por su parte, el poner en marcha el proyecto, se beneficiará directamente a entidades como el ICBF, SENA, CAM, FENALCO y demás que por su naturaleza son beneficiados con el pago de impuestos que debe realizar la empresa. Dinamizará el índice de productividad y competitividad del Huila, que en el momento registra el puesto Número 18, contribuirá a los planes de desarrollo municipal y departamental de la zona, en los índices de industrialización y progreso económico sostenible.

Todas estas consideraciones conllevan a la necesidad de evaluar la factibilidad y viabilidad para crear una empresa que supondría un avance significativo en las pretensiones del sector en aras de proyectarse en vía del crecimiento y desarrollo económico empresarial, para el aumento de la productividad y competitividad del Departamento del Huila y la Ciudad de Neiva en el corto plazo y en el largo plazo a nivel Nacional.

MÓDULO 5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Establecer la factibilidad y viabilidad económica para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de “Jeans Shennis” en la ciudad de Neiva.

5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado con el fin de identificar cuáles son las condiciones de oferta y demanda de jeans en la ciudad de Neiva para diseñar el producto a ofertar.
- Realizar un estudio técnico y de ingeniería de los procesos de producción y logística del producto para satisfacer la demanda de esta clase de vestir.
- Desarrollar un estudio administrativo, legal y de viabilidad económica del proyecto.
- Evaluar la factibilidad financiera para la creación de la empresa “Jeans Shennis” en la ciudad de Neiva, Huila.

MÓDULO 6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

6.1. Análisis Externo

A continuación en el presente análisis se establece una mirada de orden nacional, regional, departamental y local del sector de la Manufactura de productos y mercancías en Colombia, el cual según la clasificación que se ha estandarizado para los sectores pertenece al sector secundario o sector industrial de transformación. Adicionalmente se establece el análisis de las Oportunidades y amenazas del sector.

6.1.1. Estado del Sector de Textil y manufacturero en Colombia

Las principales ciudades de producción de textiles y confecciones actualmente son Medellín y Bogotá, según estadísticas realizadas por legiscomex en el 2011 (Bernal et al, 2016), pues en estas dos ciudades se concentra la mayor parte de la producción de la industria textil. Solo un 9% de la totalidad del sector lo conforman las ciudades de Bucaramanga, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Ibagué, Pereira y Manizales. Vale la pena resaltar que Medellín es la primera ciudad textil no solo de Colombia sino de Suramérica. Al poseer dos de las más grandes empresas de textiles de América, Coltejer y Fabricato, la mayor parte de producción se concentra allí, y es por eso también que sus productos tienen mayor valor agregado, son de mejor calidad, y dedican una gran parte de su producción a la para atender la demanda internacional.

La industria Bogotana, la otra grande, dedica su producción a atender la demanda interna del país, así que las otras ciudades productoras se dedican más a crear productos con bienes importados, pues sino tienen la capacidad de satisfacer la demanda interna de sus

ciudades, mucho menos tienen la capacidad de competir con Medellín o Bogotá, o menos aun de pensar en el mercado exterior (Bernal et al, 2016).

Sin embargo, en algunas ciudades el sector se ha especializado en un factor de la industria textil: las confecciones de alto diseño. De esta manera Colombia se ha consolidado como uno de los principales centros de moda en América Latina en los últimos años gracias a ferias como Colombia tex (sector textil), Colombia moda (confección y moda) y Cali Expo show, de esta manera la relación fibra-textil-confección han conformado un sector muy importante para la economía del país ya que además de ser gran generador de empleo, se ha hecho partícipe del mercado exportador enviando mercancía principalmente a Venezuela, Estados Unidos, México y Ecuador.

Según cifras de la revista Portafolio (2011) la industria de la moda en Colombia en el 2010 sumó 1,43 billones de pesos, 4,08 por ciento más que en el 2009, siendo los hombres los que más compraron Jeans, adquiriendo el 67,76% de ese total de mercado, frente al 27,53% que compraron las mujeres y el 4,72% restante que pertenecería a los niños (Bernal et al, 2016).

Ahora bien en el ámbito local, actualmente existen en la ciudad de Neiva muy pocas empresas que se dedican a la confección y comercialización de Jeans, la mayoría son empresas de confección de ropa de trabajo, que no se especializan en la prenda pantalón tipo Jean, sino que simplemente confeccionan, cortan y fabrican prendas para el trabajo pesado y/o empresarial. En el sentido técnico estas empresas tienen toda la infraestructura necesaria para la fabricación de una buena prenda de pantalón en Jean, pero no se especializan en este.

Al margen de la existencia de las empresas mencionadas, Neiva es una ciudad realmente limitada en cuanto a procesos industriales. Cifras de la Cámara de Comercio de Neiva, en su estudio de Caracterización del Tejido Empresarial en Neiva, han evidenciado que el sector industria es uno de los menos presentes en la economía local, representando apenas el 9.9 % del total de las unidades económicas, siendo los sectores de comercio y servicios los que acaparan el 85.2% del mercado.

6.1.2 Análisis de Oportunidades y Amenazas en el Sector manufacturero.

A continuación se analizan los factores más importantes en cuanto a las posibles oportunidades y posibles amenazas que el sector presenta en relación al entorno que rodearía la empresa. Con la identificación de estas oportunidades y amenazas, el proceso de creación de la empresa tiene una mirada global de los aspectos que componen la dinámica mundial respecto al sector de la manufactura en cuanto al macro y micro entorno.

En términos de evolución se puede decir que este sector cambia sus dinámicas de acuerdo al orden legislativo, la frecuencia de importaciones y exportaciones, el Producto Interno Bruto y el comportamiento de la oferta y la demanda, ligada a las capacidades de infraestructura y producción que la competencia posea.

Oportunidades

Dentro de las distintas oportunidades que se pueden presentar en el momento de implementar la empresa se tienen las siguientes:

- La firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.
- Posibilidades de crecimiento del sector de las confecciones en nichos de mercado especializados.

- Los altos estándares de calidad de las confecciones en nuestro país. Que casi obliga a que las nuevas empresas ingresen con un producto mejorado.
- Colombia exporta a los países del área Andina apenas un 1% de la producción total de prendas de vestir. Lo que significaría una alta demanda a atender, idónea para nuevas empresas en el sector.
- Clientes. La disponibilidad de clientes siempre ha sido amplia, ya que el jean es una prenda universal y rutinaria.
- Infraestructura.
- Proyección del mercado. Debido a que el jean siempre tiene opciones de mejora, en diseños, calidad y manufactura.
- Adquirir tecnología acorde a las necesidades de la empresa.
- Capacitación de los trabajadores en nuevas técnicas.
- Establecer estrategias de mercadeo y venta del producto.
- Preparación en la atención al cliente a través de capacitaciones.
- Innovación en varias fibras textiles aplicando lo último en tecnología y acabados textiles.
- Incremento Positivo del público objetivo que aporta al crecimiento económico del país haciendo o adquiriendo ropa deportiva.

Posibilidad de fortalecer la reducción de todo tipo de desperdicio, tiempos y procedimientos innecesarios e incrementar las actividades que generan valor agregado.
- Exportación a nuevos países como: Estados Unidos, Alemania, México, Venezuela, Costa Rica y Ecuador.

- Actualmente el Gobierno nacional y las empresas nacionales se han unido para incentivar el consumo de lo nuestro a través de campañas publicitarias masivas y contundentes, sin contar políticas como la de la economía naranja que ofrece beneficios para nuevas empresas.
- El mundo de la moda es variable y ondeante, por se dice que la moda del pasado regresa a nuestros días y la moda en el futuro será impredecible, pero si se mantiene un contacto directo con la clientela, estas innovaciones se darán de manera simultánea con las mejoras del servicio ofrecido, y de la moda.

Amenazas

Las amenazas siempre están latentes en todo sector. Para el caso del sector de la Manufactura las amenazas se centran en la amplia oferta mundial de producción de jeans y la volatilidad de los mercados en cuanto a condiciones de precio, además de posibles actos delincuenciales, a continuación el listado de amenazas más relevantes.

- Tráfico de estupefacientes en los contenedores que llevan los productos.
- Los productos que se fabrican en países como China son mucho más económicos que los fabricados en nuestro país.
- La constante alza del dólar, que no parece cesar.
- Las importaciones tanto legales como ilegales de la China, son mayores a las exportaciones hechas por los países del área andina.
- Legislación laboral en Colombia
- Propiedad intelectual vulnerada
- Altos índices de Contrabando

- Difícil acceso a créditos.
- Las nuevas leyes y normas que regulan las exportaciones.
- Réplicas idénticas de los productos a un precio más bajo.
- Al surgir la empresa con su método innovador de contacto directo, las otras empresas y marcas ya posicionadas en el mercado, con tal de no bajar sus niveles de ventas, podrían utilizar sus recursos para imitar y hasta optimizar el sistema mediante la implementación de mucho dinero tanto en publicidad como en tecnología.
- Aunque hoy en día las Aduanas están controladas por el Estado es muy difícil controlar las fronteras terrestres, haciendo que entren productos a bajos costos ya que no pagan impuestos y sean del agrado económico de las personas a los que se le ofrecen.

6.2. Análisis Interno

El análisis del ambiente interno siempre tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de la empresa y es fundamental ya que se refiere a aspectos sobre los cuales la empresa tiene control, con esto, los puede modificar casi a voluntad (Chapman, A. 2004).

Fortalezas

La empresa está planificada para contar con la maquinaria de última generación durante su formación, pero también para mantener esta tecnología de punta actualizada a lo largo de su trayectoria, no solo en función de la devaluación contable, sino de las innovaciones científicas que renuevan materiales o herramientas del proceso productivo, lo que permitirá que el producto sea elaborado bajo las más altas normas de calidad.

El producto ofrecido será elaborado con materiales de la más alta calidad: mezclilla 100%, según necesidad, con pesos entre las 8 y 16 onzas (Nemati & Smith 2006).

El personal seleccionado deberá estar calificado para cumplir con todo lo que el proceso de fabricación demande en cada una de etapas. En algunas funciones específicas el personal contratado será capacitado.

Debilidades

Por ser una empresa nueva en el mercado se espera empezar con unas muy pequeñas falencias que se irán corrigiendo con la debida estructuración en la empresa, en donde toda la fuerza humana que la conforma ayudará para superar esta debilidad que se presenta.

Al no contar actualmente con el suficiente capital propio para desarrollar esta idea de negocio, se recurrirá a entidades financieras para poder llevarla a cabo.

Esta puede la mayor debilidad que se tiene como empresa, pues todo producto nuevo tiene que demostrar primero su calidad y su valor, y es allí donde se cuenta únicamente con la publicidad.

6.3. Matriz DOFA del Proyecto

De acuerdo con los análisis externo e interno del sector de la manufactura en sus diferentes aristas se realiza la matriz DOFA del proyecto resumiendo e identificando las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades más relevantes que determinan estas cuatro grandes áreas.

Tabla 1. Matriz DOFA del Proyecto.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de planificación, organización y control. • Falta de liquidez • Marca del producto no reconocida. • Falta de conocimiento y de experiencia en el mercado de Jeans. • Difícil acceso a la integración intersectorial 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de nuevos métodos de mercado. • Posibilidad de establecer campañas para consumir el producto Nacional. • Constante cambio de moda. • Exportación a nuevos países como: Estados Unidos, Alemania, México, Venezuela, Costa Rica y Ecuador. • Los altos estándares de calidad de las confecciones en nuestro país. Que casi obliga a que las nuevas empresas ingresen con un producto mejorado.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de Punta. • Constante Innovación del Producto. • Calidad del Producto. • Personal Eficiente y Calificado. • Valor agregado 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos importados. • Competencia agresiva. • Preferencia de precio antes que calidad. • Contrabando. • La constante alza del dólar, que no parece cesar. • Réplicas idénticas de los productos a un precio más bajo.

Fuente: Elaboración Propia.

6.4. MISIÓN:

“Diseñar y elaborar Jeans de la más alta calidad, de acuerdo a los gustos y tendencias del mercado y los clientes, logrando su plena satisfacción, favoreciendo al desarrollo económico de la región huilense y maximizando el valor agregado para el mejoramiento continuo de la empresa.”

6.5. VISIÓN

“Para el año 2030, ser reconocida como una empresa líder en innovación de diseños y confección de Jeans de alta calidad a Nivel Nacional, dinamizadora del sector comercial y facilitadora de procesos sociales. Todo ello respaldado en una cultura de excelencia operativa, con un personal dinámico, motivado y capacitado en un contexto de sostenibilidad económica, ambiental y social.”

MÓDULO 7. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En este capítulo se analizan los aspectos más relevantes del estado de la oferta y la demanda del sector analizado en el capítulo anterior, siendo este análisis una mirada a la información de los pormenores del mercado de forma sistemática para la toma de decisiones dentro del campo del márketing estratégico y operativo.

7.1. Estudio de Mercado

7.1.1 *Objetivos del estudio*

- Identificar la oferta del servicio.
- Validar la existencia de la necesidad insatisfecha.
- Determinar la cantidad de productos que podría demandar el mercado.
- Ratificar la intencionalidad de la compra del producto.
- Identificar la periodicidad de la demanda del producto.

7.2. Análisis de la oferta del sector (Principales competidores)

Para este análisis se estudian los competidores principales quienes, si bien muchos de ellos no tienen una sucursal física en la ciudad, si distribuyen a mercados minoristas.

En el país existen diversas empresas que se dedican a la fabricación de Jeans de diferentes y variadas calidades, en la tabla 4 se especifica la oferta disponible de empresas que fabrican y distribuyen Jeans:

Tabla 2. Listado de grandes empresas de fabricación de Jeans en Colombia.

No	Nombre de la Empresa / Descripción	Ubicación
1	BRUSSEI JEANS: Empresa colombiana dedicada a la manufactura y Distribución de prendas de vestir, cuya especialidad es la fabricación de Jeans para mujer	Bogotá
2	PETROLIZADO JEANS S.A.S. Empresa colombiana dedicada a fabricar Jeans para mujer y hombre. Provee los famosos Jeans levanta cola o efecto push up para dama, con variedad de estilos, colores y precios. Realiza venta de jeans al por mayor, con precios preferenciales a Distribuidores.	Bogotá
3	SCORI JEANS S.A.S. Empresa colombiana especializada en diseñar y producir jeans para mujer, con altos estándares de calidad, y representada mediante su marca: Divina Collection. Provee variedad de modelos de jeans en diversidad de tallas y colores.	Bogotá
4	CONFECIONES LUTHIER S.A.S. Empresa dedicada a la fabricación de prendas de índigo para dama, cuya especialidad es la confección de prendas de vestir que exaltan la figura femenina	Medellín
5	JOY STAZ COMPANY S.A.S. Empresa especializada en el diseño y fabricación de jeans para mujer y hombre, con más de 17 años de experiencia en el sector textil.	Medellín
6	TENTACIÓN JEANS S.A.S. Empresa colombiana dedicada al diseño y fabricación de jeans colombianos para dama y a la comercialización de sus productos a nivel nacional e internacional.	Medellín
7	AMKOR JEANS. Empresa colombiana especializada en el diseño y fabricación de jeans para damas. Tiene más de 15 años de trayectoria en el sector textil (desde 2004).	Cali
8	C.I. JEANS S.A. Empresa dedicada a la fabricación de prendas de vestir para los	La estrella, Antioquia

	mercados nacionales e internacionales, especializada en fabricar jeans.	
9	USHUAIA JEANS S.A.S. Empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir exterior para mujer y hombre, especializada en la fabricación de jeans de alta calidad. Tiene más de 20 años de experiencia en el sector.	Itagui- Antioquia
10	STUDIO F. Si bien es una empresa que no se dedica exclusivamente a la fabricación de Jeans, si se posiciona como un competidor fuerte que lleva más de 15 años en el mercado ofreciendo líneas de jeans con una alta reputación de Calidad, servicio, diseños y exclusividad.	Bogotá D.C- Con proyección Internacional
11	LEVIS: Es quizá el competidor más fuerte ya que lleva más de 35 años en el mercado Nacional e Internacional y posee una altísima calidad en jeans que pueden perdurar por muchos años. Empresa Internacional que produce miles de jeans por día y que a pesar de que sus precios son relativamente elevados maneja una excelente frecuencia de ventas.	Bogotá D.C – Medellín- Bucaramanga- Cartagena

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, se afirma que existen más de 700 empresarios a nivel nacional que hoy cuentan con 1.500 marcas propias que se comercializan en “El Gran San” hacen parte de la Feria que tiene programadas actividades especiales como pasarelas donde expondrán sus diseños, a víctimas mujeres desplazadas por el conflicto que hacen parte de la industria (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

En el ámbito local, en la ciudad de Neiva, en el sector de Industrias Manufactureras; solo existen 6 empresas dedicadas a la actividad económica de fabricación de productos textiles, y 25 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir, sectores más afines a la fabricación de Jeans, dentro de las 6 empresas dedicadas a la fabricación de productos

textiles 3 se dedican a la confección de artículos con materiales textiles excepto prendas de vestir, una se dedica a la tejeduría de productos textiles, una a la fabricación de tejidos de punto y de ganchillo, y una a la fabricación de cuerdas cordeles cables bramantes y redes (InformaColombia, 2019), con lo cual no existe una empresa que se dedique exclusivamente a la fabricación de Jeans, existiendo más bien empresas que se dedican a comercializar, y que pertenecen al sector del comercio al por mayor y por menor adquiriendo insumos o activos productivos de empresas mayoristas de otros lugares del país. Estas PYMES suman aproximadamente 1420 representando el 80% del comercio (Cámara de Comercio de Neiva, 2018).

7.3. Demanda del sector en Colombia

El mercado potencial, en el cual incursionaría la empresa es muy amplio debido a que prácticamente todas las personas han comprado al menos una vez en su vida un jean.

Para analizar la demanda en el país, en primer medida se analiza el estado del sector que ocupa al proyecto en esta oportunidad, con lo cual, en Colombia el sector textil se encuentra dentro de la industria manufacturera y desde hace algunos años ha recibido unos beneficios arancelarios que permitieron revertir la caída en ventas que había tenido en los últimos años este sector, Aktiva servicios financieros (citado por Marulanda, 2014), demostró que el gasto en vestuario de las familias colombianas en febrero de 2014 fue de \$1,08 billones, con un gasto per cápita de \$22.829, lo que da claridad sobre la elevación de la cifra si lo comparamos con la disminución en las importaciones de este sector en estos mismos años.

7.3.1. Población Objetivo general (Target Group)

La población objetivo se establece de acuerdo con los tiempos de presencia de la empresa en el mercado, con proyecciones de venta a corto, mediano y largo plazo. Se aclara previamente entonces, que esta población para todos los plazos establecidos, estará en el rango de edad de personas entre los 16 y 99 años. Bajo esta consideración, a corto plazo se tendrá como objetivo primario la población del municipio de Neiva, ya que la empresa estará ubicada en este municipio. Según datos del último censo realizado en Colombia por el DANE en el año 2016, Neiva posee una población de 357.392 habitantes (Alcaldía de Neiva, 2019) de los cuales la población de sexo masculino corresponde a 47,9% del total poblacional (DANE, 2018) siendo el de las mujeres correspondiente al 52,1%, datos que evidencian una paridad en cuanto a género se trata (Hernández, 1996). A mediano plazo y con la consolidación de la empresa y el incremento en cuanto a las solicitudes de clientes, la empresa tendrá como población objetivo el Departamento del Huila y la región suroccidente del Territorio Nacional. Para el caso del Huila, según el Sistema de Información Regional- “SIR”, del Departamento Administrativo de planeación, se tiene que para el año 2020 hay un total proyectado de 1.225.343 habitantes, y que cerca del 72% están dentro del rango establecido de personas a las cuales la empresa puede ofrecerle un jean. Para el Caso de la Zona Sur del Departamento del Huila, existen los departamentos del Caquetá, Cauca, Putumayo, Nariño y Valle del Cauca, los cuales podrían eventualmente acaparar la empresa por cercanía geográfica y facilidad de transporte. Finalmente, según el comportamiento financiero de la empresa, esta se centraría en consolidarse como una empresa distribuidora a nivel nacional y podría ofrecerle a todo público que se encuentre dentro del rango de edad establecido.

7.4. Descripción del producto

El producto ofrecido será inicialmente Jeans para dama y Jeans para caballero, de todas las tallas, excepto niños, en colores azul y negro. Los de damas serán fabricados con mezclilla espandex (97% algodón, 3% espandex) y tendrán un peso de entre 8 y 12 onzas; los de caballero serán fabricados con mezclilla (100% algodón) y tendrán un peso de entre 12 y 16 onzas, según la talla.

La estrategia de marketing va estrechamente ligada al plan operativo con lo cual se mostrará de manera detallada, los componentes para que la venta y la producción corriente sea un éxito para la empresa en aras de lograr mínimo el 80% de las ventas.

Los Jeans para dama tendrán diseños tanto clásicos como exclusivos para abarcar más público, se confeccionarán en las tallas S, M, L y XL, y el precio oscilara entre los \$100.000 y los \$120.000, según las condiciones que exija el cliente.

Los Jeans para caballero también tendrán diseños tanto clásicos como exclusivos, con el mismo fin, se confeccionarán en las tallas 30, 32, 34 y 36, y el precio también oscilara entre los \$100.000 y los \$120.000.

7.5. Perfil del cliente:

Para determinar el perfil del cliente, se ha realizado bajo el cálculo de una muestra de la población objetivo, una encuesta evaluando sus preferencias, género, características, necesidades y actitudes frente al consumo en especial de una prenda de vestir. A continuación se muestra el proceso de identificación del perfil del cliente con el proceso de elaboración y aplicación de la encuesta.

7.5.1. Establecimiento de La Muestra

Para la presente investigación se llevará a cabo un muestro probabilístico.

Para definir el tamaño de la muestra se hizo necesario emplear la técnica de muestreo irrestricto aleatorio. Así mismo, para establecer el número de encuestas a realizar se estableció un grado de confianza y un margen de error así:

- Nivel de confianza (z).

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

- Máximo error permisible (e)

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza “X”. Este error ha sido definido con un margen del 5%.

- Porción estimada (P)

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, en este caso, es que las personas estén dispuestas a comprar Jeans fabricados en su propia ciudad; ya que no se tiene ninguna información previa, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50% de que acepten el producto (Hernández, 1996).

Para determinar el número de personas a encuestar vamos a aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Ne^2 + Z^2 p * q}$$

Donde:

n=Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de que el evento ocurra.

En ausencia de datos se estima 50% de probabilidad (0.5)

q = Probabilidad de que el evento no ocurra.

En ausencia de datos se estima 50% de probabilidad (0.5)

e = error permitido que es de 0.05 para el nivel de confianza 95%

z= 1,96 para el nivel de confianza 95%

N= Tamaño de la población: 357.392.

Remplazando valores se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{3,8416 * (0,5)(0,5) * 357.392}{(0,0025*(2093789-1)) + (3,8416*0,5*0,5)} = 94$$

Debido a cuestiones de tiempo y disposición el presente estudio requirió de agilidad y practicidad, razón por la cual se aproximó el número resultado a 100, definiéndose este como el número de personas a encuestar, o muestra.

7.5.2. Diseño de Instrumento de medición

Se procedió a diseñar un instrumento que permitiera establecer los puntos básicos para consolidar un estudio sobre el mercado meta. La encuesta que se aplicó obedece a una encuesta de tipo estructurada, ya que está previamente elaborada y tiene unos parámetros fijos y que no cambian con el tiempo, así mismo las preguntas mantienen un orden específico y son meramente de tipo cerradas. (Muñoz, 2015).

Se establecieron preguntas pertinentes a cada aspecto del mercado (Ver anexo 3) y se materializó en un Formulario tipo Encuesta de Google Docs, la cual se analizó con la herramienta Google analytics en la cual se procesaron los datos obtenidos de una manera más ágil, directa y de libre acceso.

7.5.3. Aplicación del instrumento

Una vez definidas las encuestas después de un par de pruebas piloto, se procedió a aplicar las encuestas en el centro comercial San Pedro Plaza, ubicado al nororiente de la ciudad de Neiva, durante el sábado 14 de diciembre de 2019, desde las 10:00 de la mañana hasta las 6:32 pm, hora en que se llegó a los 100 encuestados. Se escogió este escenario por ser uno de los sitios más concurridos de la ciudad y donde confluyen gran parte de los interesados en comprar prendas de vestir, al igual que el día por ser uno de los más transitados, no solo en la semana, sino en el año, ya que la fecha, casualmente, estaba próxima al día de Navidad.

7.5.4. Presentación De Resultados de la encuesta

Ya realizadas las encuestas se procedió al tabulado de los datos. De esta manera se obtuvieron los siguientes resultados, que se presentaran en forma de gráficos para su fácil entendimiento.

1. Género

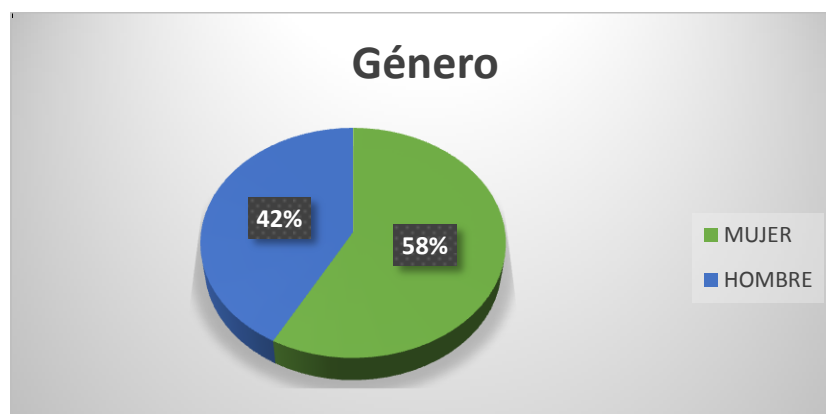


Figura 1. Porcentaje de Genero que se encuestó

2. Edad

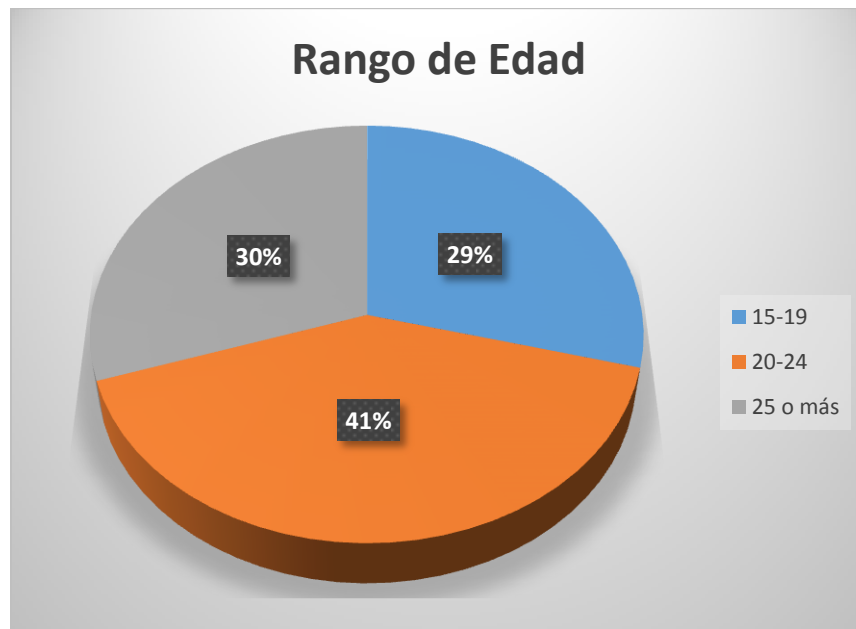


Figura 2. Rangos de edades de los entrevistados.

3. ¿Qué tipo de ropa prefiere usar?

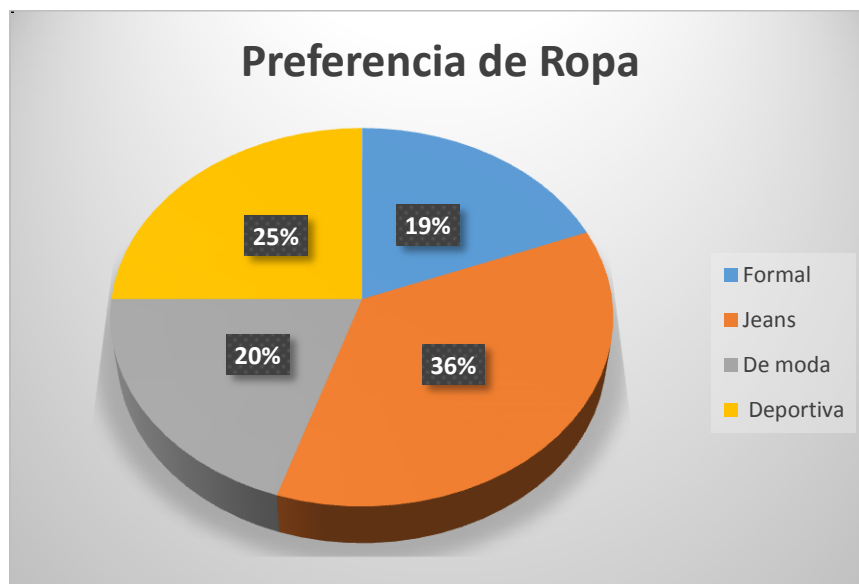


Figura 3. Ropa que prefieren los encuestados

Fuente: Elaboración Propia

4. ¿Usa jeans?

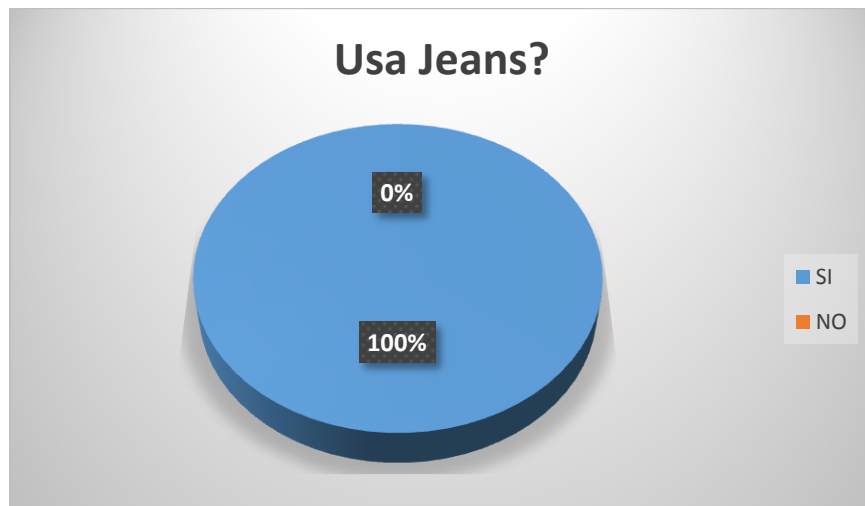


Figura 4. Preferencia por la ropa de Jeans.

Fuente: Elaboración Propia

5. Entre estas opciones, ¿Qué marca de Jeans usa?

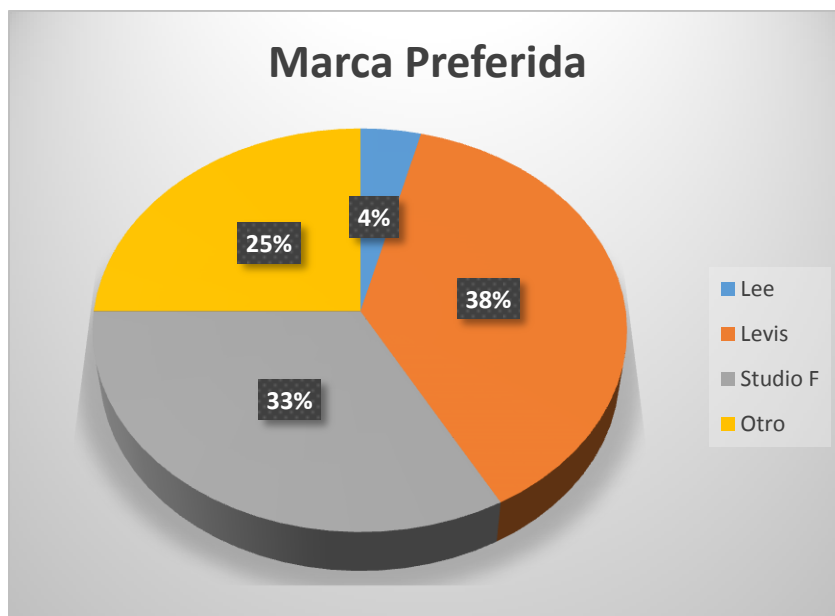


Figura 5. Marcas de Jeans favoritas por los encuestados.

Fuente: Elaboración Propia

6. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta a la hora de comprar un jean? Precio, calidad, diseño, marca.



Figura 6. Preferencias de los encuestados a la hora de comprar un Jean

Fuente: Elaboración Propia

7. ¿Cuánto dinero suele gastar al comprar un jean?

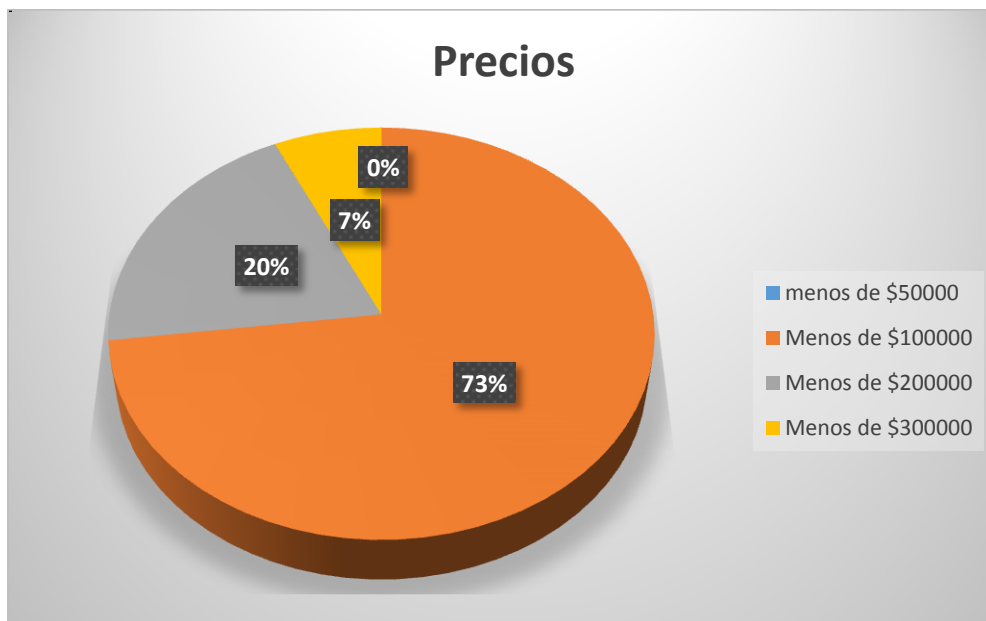


Figura 7. Rangos de Precios que pagan los encuestados por un Jean

Fuente: Elaboración Propia

8. Con qué frecuencia compra Jeans? Mensual, Semestral, Trimestral, Anual?

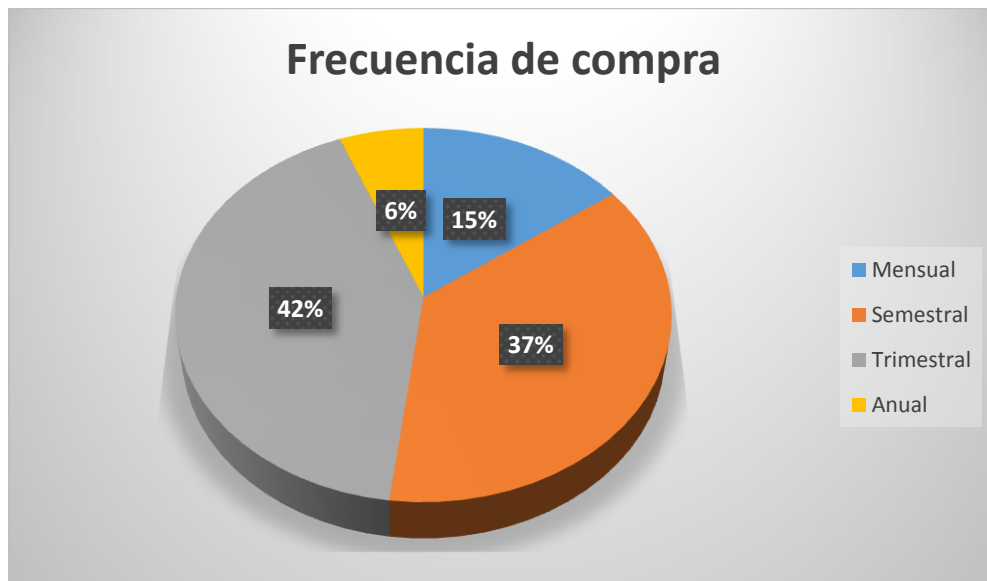


Figura 8. Frecuencia de compra de ropa de Jean.

Fuente: Elaboración propia

9. ¿Estaría dispuesto a comprar un jean fabricado en esta misma ciudad?

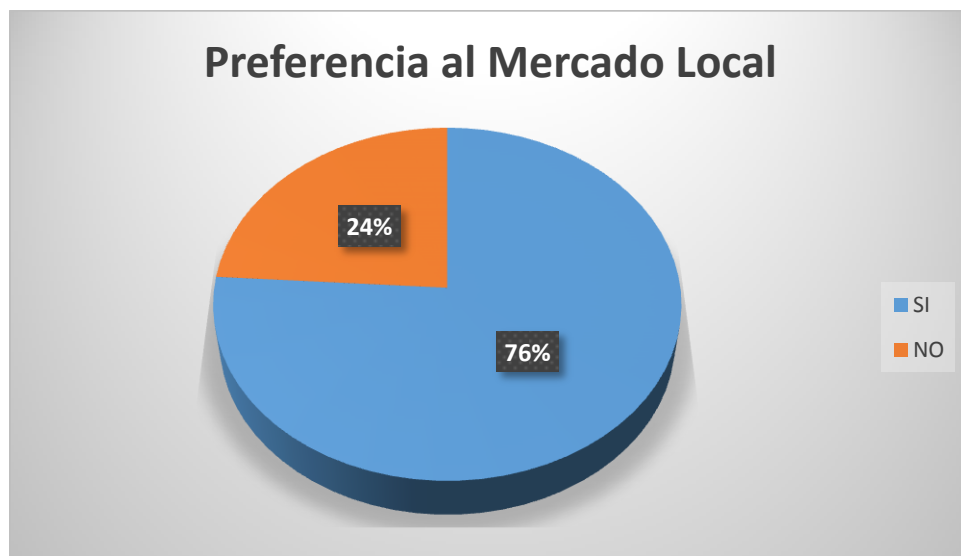


Figura 9. Disposición de los encuestados a comprar un Jean de confección local

Fuente: Elaboración Propia

7.5.5. Análisis de la encuesta

Luego de establecidas las diferentes encuestas, se puede afirmar que el mercado tiene una necesidad latente de oferta de jeans, y que esta prenda es altamente demandada. Con el estudio de género se puede establecer que hay un pequeño margen de diferencia entre su número y por consiguiente la empresa puede perfectamente fabricar la misma cantidad de Jeans, tanto para dama como para hombre.

El rango de edad que se relacionó en la pregunta número 2 da cuenta que es muy diverso y que la población objetivo como se expresó en capítulos anteriores debe ubicarse en las edades comprendidas entre los 16 y los 50, preferiblemente y que de igual manera se debe producir para público de edades entre los 50 y 99 años de edad pero en menores producciones al prevalecer el rango de edad de 20 a 24 años. Como este rango de edad es juvenil, la empresa deberá centrarse en diseños joviales preferiblemente de bota entubada y con adiciones de alto valor agregado, alejándose del estilo clásico, este último utilizado más por las personas de la tercera edad.

En la tercera pregunta ¿qué ropa prefiere usar?, se destaca el 36% de ropa de Jean, con lo que hay una ventaja comercial para la empresa en caso de querer incurrir en el mercado a corto y mediano plazo, entendiéndose que existe una demanda de preferencia de la ropa de jean, idea que es reforzada con la pregunta 4 de uso de jeans donde el 100% de las personas expresaron usarlo.

En la pregunta 5 se evidencia que el mayor competidor es Levis con un 38%, seguido de Studio F con un 33% lo que indica que estos son los competidores directos, siendo empresas que tienen marcas registradas y posicionadas.

En la pregunta 6 la calidad del jean para las personas, es el aspecto más importante, y el precio queda relegado, esto es un indicador que revela que la empresa al margen de ofrecer un buen precio, debe generar una política de control de calidad estricta con materiales resistentes y duraderos que satisfagan las necesidades del cliente.

En la pregunta 7 se observa una pequeña contradicción del público, ya que estarían dispuestos a pagar hasta un valor de \$100.000 en su gran mayoría. Esto indica que la empresa debe establecer una muy buena relación calidad precio para poder acaparar y competir en el mercado. Esto da un margen de precio que la empresa debe estimar para tener éxito en las ventas.

Para la pregunta 8 se puede observar la prevalencia de compra de jeans de manera trimestral. Esta es una excelente frecuencia, debido a que generalmente las prendas de vestir no son de primera necesidad. Este indicador le establece a la empresa la obligación de generar una amplia oferta que permita dinamizar el mercado local al margen de la competencia, bajo una estrategia que incluya publicidad intensiva.

Finalmente en la pregunta 9, en el cual el 76% de la población manifiesta la intención de comprar en el mercado local, es muy positiva y le permite a la empresa generar una estrategia que pueda competir con las grandes marcas que están consolidadas en el mercado.

MÓDULO 8. MÁRKETING

8.1. Estrategia de marketing

La estrategia de márketing se basa en la inclusión funcional de publicidad que se basan en objetivos comerciales de venta específicamente direccionados a población juvenil. Esta se basará en que cada tienda le ofrecerá y le ayudará al usuario a descubrir contenidos nuevos mediante plantillas predeterminadas y sugerencias de diseños en la página web. Como se mencionó en el módulo 3, se establecerá un valor agregado en el producto, y este valor agregado lo definirá el cliente a su gusto, mediante el cambio en la estructura del jean, diseños con orificios, bolsillos especiales y ocultos, entre otros. Adicionalmente esta estrategia contemplará un agregado especial con la inclusión de la opción de compartir contenidos fácilmente reconocibles en la web; es decir el usuario podrá ser partícipe en las redes sociales de la empresa y se le podrá eventualmente, dar descuentos y/o bonificaciones si este comparte el mayor número de veces la prenda que ha comprado. Esta estrategia será constantemente evaluada en aspectos de capacidad divulgativa, nuevo segmento de clientes potenciales y capacidad de atracción de nuevos clientes.

8.2. Políticas De La Empresa

Para que toda empresa pueda funcionar eficientemente se deben establecer políticas que le ayuden a mantener una óptima organización. Las siguientes políticas forjaran un eje que será el soporte y guía de la empresa “Jeans Shennis”

8.2.1. Política de Distribución

Se manejarán principalmente los canales de internet para ventas On-line, con esto inicialmente se manejará una política selectiva de distribución en la cual solo se distribuirá

el producto final a los minoristas, quienes previamente y mediante un convenio firmado ofrecerán productos de la línea estándar de la empresa. Paralelamente, los diferentes canales de distribución que se manejarán, se centraran en la distribución corriente por transporte intermunicipal e interdepartamental, que se despacharán desde el punto de venta propio hasta el cliente final. Cuando se exceda la capacidad de infraestructura de la empresa (Esto generalmente en los primeros periodos), se contratará a un agente externo transportador, que tenga las capacidades para la distribución.

8.2.2. Política de producto

El producto deberá satisfacer el control de calidad de acuerdo con lo establecido en el cliente en el diseño para que esta cumpla con las expectativas del comprador. El producto deberá entregarse debidamente marquetillado y empacado, tanto para la línea para dama como para la de caballero. El producto adicionalmente contará con un servicio post-venta en el que se mida la satisfacción del cliente. Cada Jean vendido deberá estar registrado en la base de datos, con sus cambios y sus especificaciones técnicas. Se ofrecerá el producto en las tallas estándar establecidas y en caso de que haya una talla no estandarizada se concertará con el cliente para diseñarle a su medida. Como es un producto industrial su calidad, su packaging y etiquetado se ubicará dentro de un plano sensitivo de Diseño.

Alcance. Esta política se aplicará en el momento que el cliente Adquiera una prenda de jean y la comience a personalizar en la página web:

Calidad: Consiste en desempeñar un servicio, solicitado, con el esmero y cuidado que se debe realizar en el proceso de producción, utilizando los materiales de mayor calidad posible.

□ **Celeridad:** Consiste en realizar el trabajo solicitado en el menor tiempo posible, utilizando los recursos necesarios a través de procedimientos que optimicen los resultados.

□ **Garantía:** Si se presenta alguna inconformidad con el producto y/o la atención recibida, por la responsabilidad de la empresa o algún desperfecto, el cliente tiene derecho a las siguientes opciones:

a) Satisfacer un cambio de prenda, en ese momento o en otro posterior, a fin de que sea realizado de acuerdo a lo solicitado.

b) Devolución del dinero, en casos requeridos de conformidad con la ética profesional empresarial y los valores fundamentales.

8.2.3. Política de promociones: Se establecerá que las promociones se manejarán en temporadas de venta alta, que en el municipio y departamento de localización están representadas en los meses de Junio y Diciembre, con descuentos hasta del 30% del precio del Jean, (No incluye el diseño en plataforma). Adicionalmente se realizarán promociones en las cuales se podrán entregar 2 Jeans por el precio de 1, siempre y cuando el volumen de ventas en ese periodo presente un flujo de caja superior al de la Tasa de Descuento establecida (Generalmente el 10%).

8.2.4. Política de Precios:

- Los precios que se manejarán inicialmente oscilarán entre los \$100.000 y los \$120.000, según la complejidad del diseño, el lugar a donde tenga que ser enviado el producto y la talla.

- Los precios podrán aumentar o disminuir de acuerdo a la inflación y los datos del Índice de Precios al Consumidor que se registre por parte del DANE y se informarán a los clientes oportunamente.

8.2.5. Políticas De Compra

Toda solicitud de compra de papelería, mobiliario, insumos, materia prima, deberá hacerse a través de una requisición de suministros que deberá estar firmada por el responsable del área que la solicita y entregarla al administrador para su procesamiento.

Para la realización de una compra serán necesarias dos cotizaciones, de las cuales se seleccionará la mejor opción.

Para toda compra que se realice se emitirá una orden de compra, debidamente autorizada por el administrador.

Se pedirá un crédito de 30 días a los proveedores para tener el tiempo suficiente de reunir el efectivo que se requiera basados en los presupuestos de ventas.

8.2.6. Políticas de manejo de efectivo

Se establecerá un fondo de caja menor para gastos varios con un monto de \$200.000. Los fondos en caja menor no pueden ser utilizados para adelantos de sueldos, prestamos temporales a los empleados, egresos no justificados u otro gasto que no sea en beneficio directo de la empresa.

Los gastos mayores a \$200.000 serán pagados a través de cheque y deberán justificarse con la respectiva factura para poder catalizar el pago del mismo.

Las ventas en efectivo que se hagan durante el día serán depositadas en su totalidad en la cuenta corriente de la empresa antes de finalizar la jornada de trabajo.

No se aceptarán cheques personales, solo cheques de empresas. Para solventar esto el cliente puede realizar sus pagos con tarjeta débito o crédito.

Todo pago a proveedores se hará mediante cheque, y una vez al mes.

8.2.7. Políticas Administrativas Y Recursos Humanos

Para realizar una contratación, la persona deberá cumplir con el proceso de selección establecido.

Toda persona contratada deberá firma un contrato de trabajo donde se especificarán su puesto, sueldo y obligaciones.

Se dará capacitación al personal nuevo cuando se requiera de funciones específicas.

Se dará la debida inducción de las normas y políticas de la empresa al personal recién vinculado.

El horario de trabajo será de lunes a viernes, de 8:00am a 6:00 pm, con un lapso de una hora para almorzar.

8.2.8. Políticas De Salarios

Los montos de los salarios serán establecidos por los administradores.

Los pagos de salarios a los empleados serán quincenales, mediante deposito en cuenta de ahorro.

8.2.9. Política de Servicio al Cliente:

- Se establecerá la respuesta oportuna a la necesidad expresa de cada cliente, trato respetuoso, óptimo servicio con amplio portafolio de productos y variedad.
- Mediante un canal de PQRS, se establecerá las necesidades del cliente.

- Comprometidos con ser la mejor operación, se pondrá a la disposición, todo el talento humano que se requiera para satisfacer su necesidad.
- Actuar con transparencia y honestidad frente a las solicitudes del cliente.
- Los clientes se deberán autopercebir cómodos y seguros en su relación con la empresa.

MÓDULO 9. PLAN OPERATIVO

9.1. Descripción del proceso de fabricación del producto o prestación del servicio

Nombre Comercial: Jeans “Shennis”

Materiales: Tela Denim en algodón, para pantalones de caballero; tela Denim espandex, para pantalones para dama, cremalleras en bronce, botones de acero, taches de polímero liviano, hilo e hilacha amarilla y negra.

9.1.1. Diagrama del Proceso

A continuación se muestra de manera gráfica el proceso que sufre la actividad de confección de un Jean:

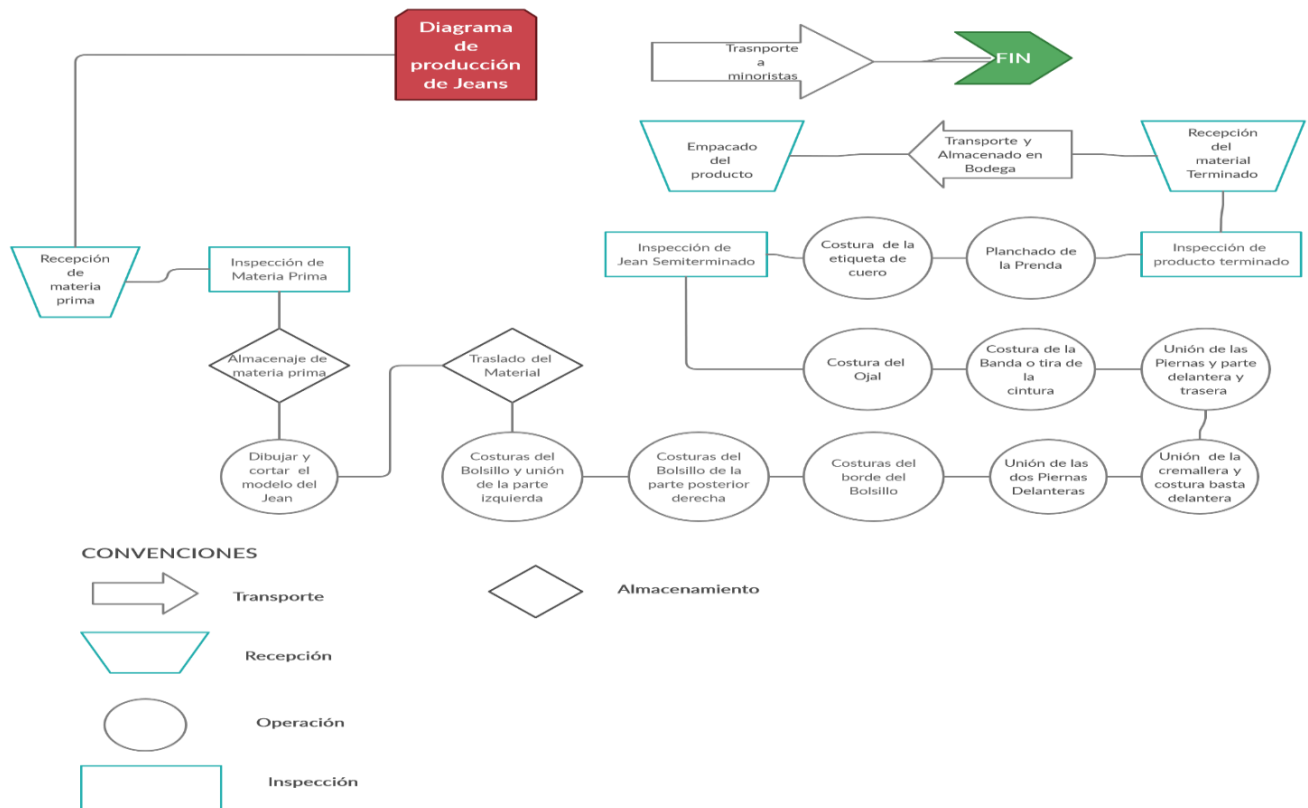


Figura 10. Diagrama de Proceso de Producción

Fuente: Elaboración propia, Basados en (Santamaría, 2017).

Para el proceso de producción de jeans SHEENIS en primer lugar se recepciona la materia prima en la bodega destinada para tal fin, seguidamente se inspecciona en búsqueda de imperfecciones o inconvenientes de suciedad u otras que por la naturaleza del contrato establecido no estaban contempladas, si toda la materia prima está en el estado deseado por la empresa, esta se almacena en bodega, mientras el personal operativo dibuja el modelo del jean, una vez dibujado el personal procede a cortarlo con ayuda de maquinaria y se traslada el material para realizar el proceso de costuras de los bolsillos en la parte posterior izquierda y derecha, así como en los bordes, para después unir las partes de las piernas una vez establecidas todas las uniones costuras y demás, se pasa por el primer filtro de inspección en búsqueda de desperfectos, una vez surtida la revisión se lleva a marquillado de la etiqueta de cuero, para luego ejecutar el planchado de la prenda. Después de esto, se pasa por el segundo y definitivo filtro de inspección. En caso de que no pase este control la prenda es devuelta al paso en donde se encontró el desperfecto. Si todo se encuentra bien se lleva a la bodega de almacenamiento de productos terminados y se transporta al cliente final. Cabe adicionar que todos estos pasos van acompañados paralelamente por un proceso de verificación de la página web en la que se recepcionan los diseños y estos se montan de acuerdo a los requerimientos establecidos., respetando el proceso descrito anteriormente.

A continuación se muestran pormenores y el detalle específico de los procesos en cuanto al pre alistamiento, la confección y la duración de producción.

Proceso De Pre alistamiento

El primer proceso que se debe llevar a cabo es la compra de materia prima, la tela, los hilos, los taches y los botones. Después se procede a realizar la inspección de calidad de

la tela. Una vez verificada la calidad se procederá a realizar el almacenamiento de la materia prima.

Proceso De Confección

El primer paso de este proceso es diseñar e imprimir la plantilla del jean que se va a realizar. Seguidamente se realizará el corte de la tela según medida. Luego, si es necesario, según criterios de diseño, se llevará la tela a prelavado, Una vez pre-lavada o no, la prenda se lleva nuevamente a la sala de confección para su debida confección. Finalmente se agregan bordados y acabados. Una vez el Jean es terminado se entrega al área de empaque para su respectivo apile.

Velocidad operativa del sistema

El proceso general de producción, desde la compra de la materia prima hasta el proceso final de empackado utiliza el siguiente tiempo, en el cual se especifica de manera más detallada cada proceso de confección desde la recepción de la materia prima:

Tabla 3.Tiempos de elaboración de un Jean

Operación	Tiempo 1 pieza (Min)
Montaje de falso de bolsa	0,56
Planchado de falso de bolsa	0,33
Sobrecostura de bolsa	0,4
Costura de bolsa a ¼”	0,46
Sobrecostura de falso de bolsa	0,57
Unión de falsos de bolsa	0,68
Limpieza de bolsa	0,55
Unión de costado	0,54
Unión de entrepierna	0,42
Unión de tiro circular	0,4

Limpieza de ruedo	0,35
Costura de ruedo	0,54
Afiance de elástico	0,46
Pretinado	0,67
Pegado de pretina	0,59
Limpieza de pretina	0,5
Atraque de bolsa	0,47
Etiquetado	0,43
Despite	0,46
Control de calidad	0,63
Plancha de costado de mangas	0,18
Plancha de costado superior	0,36
Plancha de quiebre de mangas	0,29
Control de calidad final	0,34
Adiciones de personalización Según cliente	12,2
Doblado	0,35
Empaque	0,22
Total Tiempo	23,95

Fuente: Elaboración propia, 2020. Basados en (Rivas, 2005).

9.2. Meta de producción

De acuerdo al estudio realizado la demanda potencial que podría atenderse con el proyecto sería de 200 jeans por día con una capacidad de planta de 10 operarios de confección y otros 4 adicionales de corte quienes directamente intervendrían el Jean, acompañados de un diseñador, un almacenista, un recepcionista de materia prima y un jefe de producción quien supervisa el proceso de fabricación, en la tabla 4, se especifica la meta de producción bajo condiciones de tiempo y otros factores como la jornada laboral.

Tabla 4. Meta de producción

Jornada laboral	8 horas	Tiempo Jornada laboral en min	480	
Número de operarios de confección y corte				
Diseñador		1		
Cortador		4		
Operarios		10		
Tiempo de confección				
Tiempo por pantalón		23,95	min	
Número de pantalones por periodo				
Descripción	Tiempo laboral (Min)	Tiempo gastado por pantalón	Total pantalones por periodo	
Pantalones que puede producir un (1) operario al día	480	23,95	20	Pantalones x hora
Pantalones que puede producir toda la planta de operarios al día	4800	23,95	200	Pantalones x día
Producción de pantalones al mes	124800	23,95	5211	Pantalones x mes
Producción de pantalones al año	1497600	23,95	62530	Pantalones x año
Distribución de producción por género				
Pantalones mujer	Porcentaje de venta	40%	2084	Pantalones x mes
Pantalones hombre	Porcentaje de venta	60%	3127	Pantalones x mes

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la dinámica de compra, en la cual se evidenció que los hombres compran más jeans por periodo, se estableció un 60% de producción enfocada a este género.

Como la dinámica de crecimiento en Colombia ha mantenido una inflación estable y un PIB aceptable, se espera incrementar el porcentaje de producción en un 10% por año.

9.3. Requerimientos para el proceso de fabricación

9.3.1. *Materia Prima.*

Tela: Para cada jean se requiere de 1.5 mts de tela material Tipo Denim, componente básico del jean, se caracteriza por ser de tejidos fuertes de algodón con texturas sarga, efecto de urdido con líneas que suben de derecha a izquierda y realizando un hilo de fuerte torsión (Nemati, H., & Smith, K. 2006), llamado también mezclilla. En este caso, se utilizará para los pantalones de dama una mezclilla que esta combinada en un 20% con tela tipo Spandex, conocida como mezclilla spandex. Para los forros de los bolsillos se requerirán aproximadamente medio metro de popelina y tela de tejido tafetán fabricada también en hilos de 100% algodón.

Hilo: Se requerirá para cada pantalón un total de dos (2) hilos de algodón 100% y de tipo Dual Duty, que se construyen de varias fibras básicas retorcidas y filamentos de poliéster con envoltura de algodón lo que permite reforzar el fileteado o parte final de la costura del Jean. Se usará en tonos, según el diseño del Jean.

Botones: Se requerirá para cada pantalón un (1) botón, que se compone de dos piezas fabricadas en acero aplicados con remache tipo puntilla.

Remaches: Se requerirán un total de seis (6) utilizados para reforzar las costuras en las bocas de los bolsillos, Está compuesto de hembra y macho, la hembra es la parte visible y el macho va en el interior de la prenda; van en acero, en algunos casos varia la ubicación del macho y hembra. Estos serán redondos y tendrán el logo de la empresa.

Cierres O Cremalleras: Se requerirá un (1) cierre o cremallera de entre 15 y 25 cms de acuerdo con la talla y diseño del jean Sus componentes básicos son los dientes, la cinta, los herrajes y el deslizador.

Marquillas: Se colocarán dos (2) marquillas con la imagen empresarial y estará confeccionada con material tela propelina. La ubicación de las marquillas se establecerá en el interior y exterior del pantalón, en la parte lateral interna se colocará la marquilla interior. En la parte exterior se colocará la marquilla de precio la cual llevará adicionalmente el código de barras.

Etiquetas: Se colocará una (1) etiqueta en material de cuero con la marca “Jeans Sheenis”, acompañada de la referencia y la talla. Se ubicará en la parte posterior derecha de la prenda justo en la pretina.

Bolsas plásticas blancas: Se requerirán para cada pantalón una (1) bolsa plástica para empaque en el que se transportaran para proteger y conservar la buena presentación de la prenda.

9.3.2. Herramientas

A continuación se enlistan los instrumentos y materiales tangibles que son necesarios para llevar a cabo el proceso de confección de la prenda de jean:

Tabla 5. Listado de herramientas

No	Descripción	Unidad	Cantidad
1	Tijeras profesionales Kai 7250 (10.0 in)	UND	16
2	Tijeras ZigZag	UND	16
3	Tijeras Corta hilos	UND	16
4	Tizas	UND	500
5	Alfileres	UND	20000
7	Reglas De Costura De Sastre, Funarrow Diy Set	UND	96
9	Piqueteros	UND	16
10	Remachador de Diferentes tamaños	UND	16
11	Cinta métrica X 5 MTS	UND	16
12	Contenedores de Basura x 10 Lts	UND	40
13	Alicates Sacabocados	UND	16
14	Cutter Manual	UND	16
15	Bases de corte	UND	80
16	Prensa de Palanca ajustable	UND	16
17	Bobinadora eléctrica automática	UND	8

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Los insumos expuestos en esta tabla se deberán suministrar anualmente.

9.3.3. Dotación y Equipos de protección personal Requeridos

En concordancia con las leyes que cobijan la seguridad del empleado, bajo los sistemas de seguridad y salud en el trabajo, a continuación en la tabla 6 se presentan los elementos mínimos de protección personal que tendrá el personal operativo; en total 16 empleados.

Tabla 6. Detalle de EPP para el personal operativo.

No	Descripción	Unidad	Cantidad
1	Mascarillas Tapabocas en tela	Und	8
2	Guantes tipo industrial en lona	Und	8
3	Guantes desechables		16
4	Overol en tela Jean petrolizado	Und	1
5	Botas Punta de acero	Und	1
6	Delantales unisex en cuerina	Und	1
7	Lentes protectores	Mts	1
8	Auriculares para protección de ruido	Und	1
9	Carnet + mascara de empaque para ubicar en brazo	Und	1
10	Gorros Desechables para el cabello- Unisex	Und	8
11	Casco de seguridad		1

Fuente: Elaboración Propia.

Nota: Los materiales expuestos se deberán cambiar y suministrar anualmente.

Debido a la pandemia generada por el “Nuevo Coronavirus del 2019”- COVID-19, el mundo y las empresas deben trabajar bajo nuevas dinámicas de protección, es por ello que adicional a los equipos de Protección personal se le proporcionará a todo el personal, incluido el administrativo y de ventas, los siguientes elementos:

Tabla 7. Equipos y/o insumos de bioseguridad

N o	Descripción	Unida d	Cantida d	Cant trabajador es
1	Tapabocas Tipo N-95 ref 9820	UND	4	33
2	Caretas con gorra, protector plástico de producción nacional elaborado en Vipack Atóxico Farmacéutico antiempañante súper transparente Calibre 260	UND	2	33
3	Alcohol en spray Frasco de 350ml de uso personal	UND	2	33
4	Gel Antibacterial (Alcohol 70%). Fórmula con Aloe Vera y Glicerina 350ml.	UND	2	33
5	Jabón Líquido Antibacterial. Fórmula con Aloe Vera y Glicerina. 350ml.	UND	2	33
6	Toalla poliéster con tejido especial - Toalla: 30 cm x 30 cm Estuche: 7 cm x 5 cm x 3 cm. Marca: 3 cm	UND	1	33

Fuente: Elaboración propia.

9.4. Planta física

Para llevar a cabo la respectiva producción de Jeans Shennis, como se ha planificado hasta ahora, se hace necesario establecer la planta en la zona industrial de la ciudad de Neiva. Para esto se necesita un local de aproximadamente 300 metros cuadrados que permitirá distribuir las diferentes áreas planteadas de una manera cómoda y eficiente, y solo allí se pudo encontrar, más precisamente en la Cra. 5 #12 sur -376. Como es un proyecto que recién empieza el capital inicial será financiado, de modo que la infraestructura que requiere la planta será alquilada. Esta deberá cumplir con los debidos estándares de producción y con las normas de calidad exigidas por la ley para así mismo mantener un nivel óptimo de la calidad de los productos.

9.4.1. Equipamiento

La maquinaria necesaria para la fabricación del pantalón que se quiere comercializar será adquirida a través de Macoser S.A, quienes son los distribuidores autorizados de máquinas de coser familiares e industriales, máquinas bordadoras, repuestos y accesorios para Colombia de la marca “Macoser”, marca con la mayor diversificación de

equipo en el mercado del sector y la más alta tecnología de punta para la costura, razón por la cual es la marca con mayor prestigio a nivel suramericano.

A continuación se muestra en la tabla 8, el detalle de la maquinaria requerida y su cantidad, acorde a las necesidades del proceso de producción y operación descrito en numerales anteriores:

Tabla 8. Detalle de maquinaria requerida

Descripción	Función	Cant
Máquina Cortadora de Jeans 10" BLUE STREAK	De corte en moldes de diferentes características.	1
Máquina Industrial Costura Recta Electrónica MAUSER ME 1790-AS	De base plana trabaja con dos hilos uno superior y otro inferior, se usa para pegar, hacer remates y asentar costura.	1
Máquina Industrial Overlock 5 Hilos- PESADA PRESILLADORA KE-430F, BROTHER.	Forma la costura de una puntada recta y se devuelve formando zigzag, se utiliza para asegurar la terminación de ciertos puntos en la unión de costura, asegurar bolsillos y pegar pasadores. De ciclo automático.	1
Máquina Industrial Recubridora 3 Agujas MAUSER	Para hacer pasadores y hacer los bordes de telas superpuestas, trabaja con dos o tres agujas y tiene un engarzador y un tejedor.	1
Máquina Industrial Cerradora Jeans de Codo. 2261HP, VIBEMAC MAUSER MC 9270-D-C264	Para coser tiros traseros, cotillas y entrepiernas; cerrando, puliendo y asentando de una vez.	1
Máquina Industrial Atracadora JUKI MOL254AD	Posee dos agujas pesadas una para el filete y otra que hace la puntada de seguridad, pule y cierra los bordes con una cuchilla que corta los sobrantes, el ancho del filete puede variar.	1
Máquina Industrial Pretinadora Tubular 3022WB406 VIBEMAC	Se utiliza para pegar la pretina, con fólder y una guía de acuerdo con el ancho de la pretina, tiene puntada por encima y cadeneta por debajo posee cuatro agujas y cuatro looper, trabaja hasta con cuatro hilos superiores y 4 inferiores.	1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE JEANS

49

Máquinas Industriales Doble Aguja MAUSER ML 9211-E03	Trabaja con cuatro hilos de doble pespunte dejando las costuras a igual distancia entre sí.	1
Máquina Industrial Ojaladora de Jeans RH-9820, MAUSER	Se utiliza para hacer ojales tipo lagrima su costura es de cadeneta a dos hilos, tiene corte automático.	1
Máquina Bordadora y envejecedora tipo lasser (Para personalización) BROTHER	Utilizada para bordar todos los elementos y/o adiciones personalizadas que el cliente solicite.	
TOTAL		10

Fuente: Elaboración Propia.

9.5. Proveedores.

El reto de JEANS SHEENIS S.A.S consiste en identificar y fidelizar potenciales proveedores que puedan ofrecer servicios y productos acordes con el objeto social de la compañía al igual que el compromiso con calidad, la satisfacción del cliente y la protección del medio ambiente.

La política corporativa tiene por objeto:

- ✓ Priorizar proveedores que suministran materiales e insumos a precios cómodos, teniendo en cuenta no sólo el precio, sino también el costo de la calidad de la innovación y del producto en relación a las prestaciones requerida para el producto adquirido.
- ✓ Concretar las compras en un número limitado de proveedores excelentes.
- ✓ Implicar a los proveedores en el sistema de gestión ambiental de JEANS SHEENIS S.A.S, para reducir el impacto medioambiental de todas las actividades de trabajo que se llevan cabo.
- ✓ Establecer contratos interadministrativos bajo los principios de legalidad, calidad, experiencia, seriedad y cumplimiento

Algunos posibles proveedores identificados son los siguientes:

9.5.1. Proveedores para Materia Prima

Para el caso en particular los proveedores son mayoristas en el suministro de telas, botones, hilos, tachos, cremalleras, marquillas y etiquetas.

Coltejer

En el caso de telas, el proveedor principal más idóneo sería la empresa Coltejer, empresa que lleva más de 50 años en el mercado siendo esta la que maneja grandes metrajes y volúmenes a Nivel Nacional e internacional, proporcionando precios cómodos y descuentos por la compra de Tela de Jean en grandes cantidades. Adicionalmente en esta empresa se maneja variedad de estilos, colores, grosores, calibres y texturas especialmente en algodón.

Ventaherrajes

Para herrajes el proveedor principal identificado es Ventaherrajes.com, sitio que le facilita a la empresa contactar con las empresas de herrajes mayoristas y en las que la empresa puede obtener precios muy accequibles, con una línea muy amplia de ojaletes, enganches, broches, placas, entre otros.

Paracoser

Para los demás accesorios de costurería y confección para jeans, el proveedor más idóneo para la empresa es el distribuidor “PARACOSER”, distribuidor que lleva más de 10 años como proveedor mayorista de accesorios para la confección y diseño de Jeans y otras prendas y que facilita las condiciones de transporte. Este proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín y Bogotá D.C, dos de la ciudades principales de Colombia.

9.5.2. Proveedores para Maquinaria y Mantenimiento

Macoser

Para proveedores de maquinaria y su respectivo mantenimiento se tiene como proveedor idóneo a la empresa “MACOSER”, empresa con una amplia trayectoria y experiencia en la venta y distribución de Máquinas de Coser y soporte técnico especializado, Facilidades para el transporte, y descuentos por compra mayoritaria y planificación simultánea de mantenimientos. Su ubicación es la ciudad de Bogotá D.C, con sucursales en Medellín.

9.6. Localización y otros detalles de la empresa

La empresa estará ubicada en la Cra. 5 #12 sur -376, zona industrial de la ciudad de Neiva, Huila (Ver Figura 11).

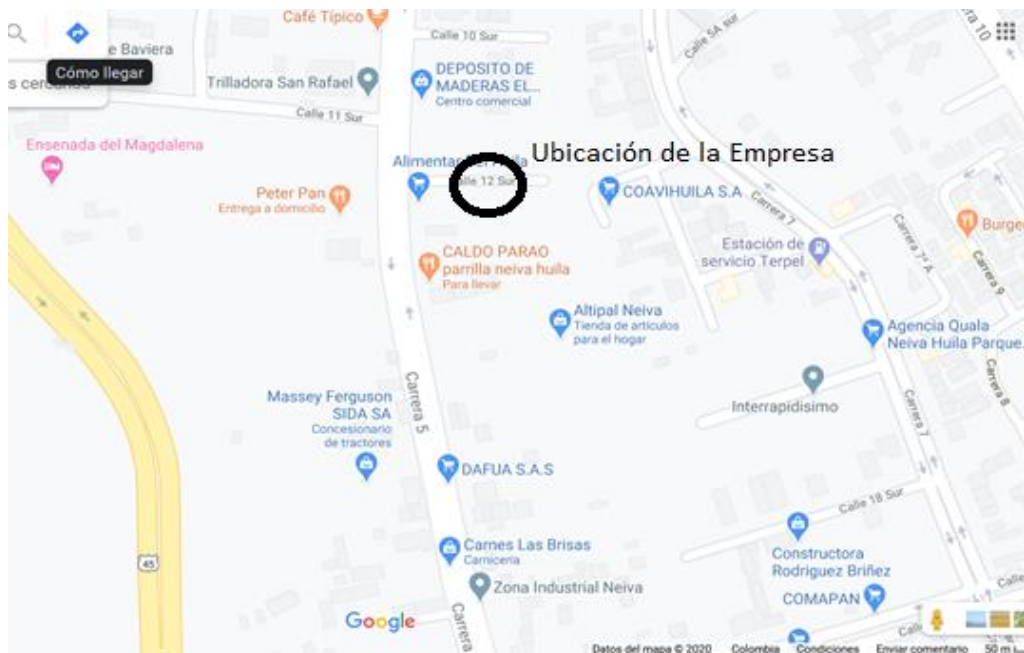


Figura 11. Localización de la empresa Jeans Shennis

Fuente: Google Maps, 2020.

Contacto

E-mail: Shennis@gmail.com

Página Web: www.Shennis.wix.co

Tel: 311 4554254 Normen Alejandro- Gerente General.

La empresa se localiza aquí por ser el sector destinado por la ciudad para establecer una actividad comercial industrial, adicionalmente hay facilidad para el tránsito de vehículos de carga pesada, lugares de buen acceso y gran visibilidad, poseen características para soportar grandes volúmenes de producción, peso y otros que por su naturaleza hacen parte de la actividad manufacturera. Adicionalmente, existe un beneficio tributario interesante, ya que hay exenciones en Retenciones en la fuente, descuentos para modificaciones en curaduría y otros como el pago de servicios públicos con subsidio al empresario.

9.6.1. Nombre de la empresa

La empresa se denominó con el nombre “*Jeans Shennis S.A.S*” ya que representa el producto que la empresa va a comercializar, y Shennis fue escogido por ser un nombre innovador, poco común y que posiblemente generaría una cultura de curiosidad en el cliente, que generalmente busca nombres que estén acordes con la originalidad.

9.6.2. Slogan

“Creación local de calidad mundial”

Este slogan refleja la idiosincrasia de la empresa y sus metas, en una sola frase. La innovación de ser la primera empresa especializada en la fabricación de Jeans en la ciudad, pero que además maneja los estándares de calidad y diseño que son tendencia en el mundo,

permite enviar un mensaje de apoyo a la industria local, pero con proyección internacional, lo que da confianza en cuanto a calidad del producto y servicio se refiere.

9.7. Ficha Técnica del Producto

En la tabla 9 se muestra los detalles del producto mediante una ficha técnica que comprende adicionalmente pormenores de entrega y otros.

Tabla 9. Ficha Técnica del producto.

FICHA TÉCNICA			
PRODUCTO		PANTALÓN JEAN BÁSICO (Sin Diseño Particular)	
CÓDIGO		00010	
PRECIO DE ADHESIÓN		\$ 92.361	I.V.A \$ 17.548
ATRIBUTOS ESPECÍFICOS			
No	Especificación	Descripción	
1	CONDICIONES DE ELABORACIÓN	Los materiales empleados en la confección, deben reunir las condiciones de durabilidad, confort, resistencia y calidad.	
		La materia prima podrá manejarse, tanto del nivel nacional como internacional	
		El proveedor catalogado tiene la obligación de mantener la garantía técnica de confección de las prendas por el lapso mínimo de seis (6) meses	
2	FORMACIÓN, y EXPERIENCIA	Certificados de Capacitación de al menos 60 horas que respalden experiencia de por lo menos un (1) año, relacionados con la fabricación y/o confección de prendas de vestir relacionadas con el producto de la presente ficha técnica.	
3	CONDICIONES PARTICULARES DEL PRODUCTO		
		Descripción	
		Especificaciones Técnicas	
		Tela	Tipo Denim, de algodón con texturas sarga, efecto de urdido con líneas que suben de derecha a izquierda y realizando un hilo de fuerte torsión, llamado también mezclilla. Combinada en un 20% con tela tipo Spandex, Para los forros de los bolsillos se utilizará popelina, tela de tejido tafetán fabricada Jean para dama el diferencial es que serán fabricados con mezclilla espandex (97% algodón, 3% espandex).
Peso	8 y 12 Onzas para el caso del Jean para Dama y 12 y 16 Onzas. Variando según la Talla del Producto.		

		<p>Diseño</p> <p>Corte Slim Modelo Juvenil 2 Bolsillos delanteros con forro de tela de algodón o lienzo 2 Bolsillos posteriores con atraques o costura de seguridad Cierre y Botones: Compuesto de dos piezas fabricadas en acero y se aplican con un remache tipo puntilla, cierre con cinta, herraje y slider, Nota: Para el caso del jean para mujer este se realizará de acuerdo a molde con modelo de tallaje, teniendo en cuenta detalles de confección diferenciales como cadera, altura de la pretina y corte trasero.</p>										
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Hombre</th> <th>Mujer</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30</td> <td>S</td> </tr> <tr> <td>32</td> <td>M</td> </tr> <tr> <td>34</td> <td>L</td> </tr> <tr> <td>36</td> <td>XL</td> </tr> </tbody> </table>	Hombre	Mujer	30	S	32	M	34	L	36	XL
Hombre	Mujer											
30	S											
32	M											
34	L											
36	XL											
		<p>Tallas</p>										
		<p>Etiqueta</p> <p>Tendrá que estar colocada en la parte trasera, exterior de la prenda con la talla, el nombre "Jeans Sheenis", RUC, teléfono de contacto y código de barras. Adicionalmente, deberá Cumplir con la norma NTE INEN 1 875:2004 y RTE INEN 013:2013. Su material deberá ser de Cuero con acabados en impreso con Relieve especial</p>										
		<p>Condiciones de Entrega del producto</p> <p>Empaquetado en fundas plásticas, transparentes, selladas en las que se distinga claramente talla, color y sexo.</p> <p>Condiciones de Embalaje: Se almacenará en sacos o fundas (resistentes) y cajas de 50 unidades, esta última deberá estar bien identificada: talla y color.</p>										
4	TRANSPORTE	<p>El proveedor contratado asumirá los costos de transporte hasta la dirección establecida por la entidad contratante para la entrega de la materia prima dentro del lugar en la que se hubiese determinado, de acuerdo a lo establecido en la orden de compra, todo según los acuerdos establecidos entre las partes. La entrega de los productos de cualquier índole ya sea materias primas o producto finalizado incluye el estibaje al interior de las instalaciones de la entidad contratante.</p>										
5	TIEMPO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	<p>El plazo para la entrega de las prendas será de hasta quince (15) días, contados a partir de la formalización de la orden de compra (estado revisado, empacado y embalado). Nota: El tiempo variará de acuerdo a las condiciones que la Página web de diseño personalizado establezca, según variables de complejidad del diseño y cantidad de adiciones al Jean.</p>										

Fuente: Elaboración propia. Basados en (Compraspublicas.com, 2016).

MÓDULO 10. ASPECTOS LEGALES Y RECURSOS HUMANOS

10.1. Descripción del Personal

A continuación se describen las diferentes áreas de trabajo de la empresa de acuerdo a la característica de cada cargo, incluidas sus funciones, responsabilidades y atribuciones legales de acuerdo al manual de funciones, reglamento de trabajo, política ambiental, política de calidad y de seguridad y salud en el trabajo concebidas dentro del marco de la normatividad colombiana.

10.1.1. Área Administrativa.

Gerente General

Perfil: Administrador de empresas, Financiero o carreras afines a la administración pública o privada, preferiblemente con especialización o maestría en gerencia de proyectos o MBA, con mínimo dos (2) años de experiencia en la consolidación y gerencia ejecutiva de empresas del sector manufacturero o sectores afines.

Función: Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro, al igual que las funciones y los cargos. Al momento de dirigir la empresa tomará decisiones claves, para esto requiere supervisar y para hacer esto a satisfacción deberá ser un líder dentro de la empresa, en todo el sentido de la palabra. Además de controlar las actividades planificadas debe estar comparándolas con lo realizado para detectar las desviaciones o deferencias.

Secretaria

Perfil: Tecnóloga o profesional, con experiencia mínimo de un (1) años en labores administradas afines al campo textil preferiblemente.

Función: Su función se centra en el tratamiento administrativo y comunicativo con los sectores externos y clientes.

Contador

Perfil: Contador público de profesión, debe tener gran experiencia en impuestos, gestión administrativa y costos de producción, además debe tener capacidad de realizar análisis financieros en apoyo a la gerencia. Preferiblemente con más de dos (2) años de experiencia en el campo.

Funciones: Llevará toda la información y análisis financiero y contable de la empresa.

Jefe R.R.H.H

Perfil: Administrador de empresas, o carreras afines con Especialización en gerencia del talento humano, este puesto maneja un amplio conjunto de papeles y funciones, con gran poder de toma de decisiones, debe saber manejar sistemas y procesos de la empresa para llenar las necesidades y apoyar el desempeño en el trabajo de los empleados.

Funciones:

Entre sus funciones específicas debe siempre velar por el cumplimiento de la misión, las metas y las estrategias de la empresa. Realiza la contratación y despido de los empleados, desarrollo del personal y pago de salarios. Adicionalmente debe cumplir con lo siguiente:

- Planea e implementa procesos, políticas y procedimientos eficientes para la fuerza de trabajo en la organización.
- Brinda apoyo a las necesidades, preocupaciones y problemas de los empleados, e identifica formas de incrementar la competencia y compromiso del personal.
- Por el lado del mercadeo, su finalidad es la de mantener la presencia de la Empresa en el Mercado de las Telecomunicaciones, mediante una efectiva labor de Mercadotecnia, orientada a desarrollar nuevos Negocios tanto a nivel Nacional como Internacional.
- Define también un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales estableciendo un modelo de evaluación.
- Realiza análisis del sector de telecomunicaciones que incluya Clientes, Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos y a los posibles ingresantes al Mercado.
- Realiza planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes.

10.1.2. Área de Ventas

Esta área consta de 4 puestos laborales:

Asesores de Ventas

Perfil: Cuatro (4) Asesores comerciales con formación técnica, tecnológica o profesional en mercadeo, publicidad y marketing, o carreras afines. Que tengan experiencia en venta directo en el sector textil, preferiblemente que tenga capacitación en consecución de clientes y maneje un alto nivel de negociación.

Función: Realizar la acción de venta y atención al cliente, cumpliendo con los requerimientos y solicitudes que este le exija siempre y cuando este dentro de los parámetros de cumplimiento y las condiciones legales de la empresa.

Jefe o Gerente de Ventas

Perfil: Un administrador de empresas y/o mercaderista o Formación específica en ventas, comercial y gestión de equipos. Con capacidad para administrar, formar y motivar a un equipo de personal de ventas y con conocimientos en el proceso de venta.

Función: Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional. Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas. Además debe coordinar los planes de trabajo de los vendedores, semanal, mensual o anual.

Conductor

Perfil: Bachiller o técnico en cualquier área del conocimiento, con pase de 5ta categoría.

Función: Transporte de materia prima, insumos, personal y demás que sean afines al proceso de producción.

10.1.3. Área de Producción

Esta área es la que posee mayor cantidad de personal, 24 incluyendo el personal de limpieza que se cataloga en esta área por practicidad.

Jefe de Producción

Es el eje central de la producción, una de las áreas más importantes de la empresa, ya que, si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva. En síntesis, es el encargado de medir el trabajo, los Métodos del trabajo y la

Calidad de la producción, para esto precisa realizar constante análisis y control de la fabricación y de los inventarios. Debe ser ingeniero industrial o profesional en carreras a finas, preferiblemente con especialización en el área textil.

Diseñador

Debe ser mínimo técnico o Tecnólogo en Diseño de modas, con experiencia mínima de 1 año en el área textil, realizando diseños personalizados, sublimación en transfer y corte láser.

Cortadores

3 Cortadores con experiencia en confecciones, cortadora vertical, extendido, consumos y manejo de personal, dinámico, recursivo, es indispensable que tengan buenas relaciones interpersonales y propendan por el trabajo en equipo,

Operarios

Operarios, entre mujeres y hombres, están encargados de la operación de las maquina planas, fileteadoras, oficios varios etc. Todos deben contar con experiencia mínima de un año en el área.

10.2. Condiciones de trabajo y Descripción de la Nómina

Antes de realizar cualquier cálculo de pago de salarios la empresa está en la obligación de conocer los aportes que por ley debe garantizar al empleador. A continuación se muestra de manera detallada los pormenores de conceptos de pagos de aportes parafiscales en los que se incurren al contratar a una persona, mediante contratos a término fijo o indefinido.

10.2.1. Aportes parafiscales y seguridad social

Otro de los egresos importantes son las contribuciones de aportes parafiscales y seguridad social que se debe pagar a cada empleado para que este ejerza su labor con todas las legalidades y condiciones exigidas por la ley Colombiana, en la tabla 10 se muestra el valor del salario integral para 2020 y su proyección a 2021, periodo en el que iniciarían las operaciones de la empresa. Estos egresos ya están incluidos en las proyecciones de nómina, tanto de administración como en los de nómina de operación. Para ver la proyección de crecimiento de salario integral a 5 años ver el **Anexo 1**.

AÑO BASE 2020	
SUELDO BÁSICO CRECIMIENTO REAL AÑO A 2020	0,6%
AUXILIO DE TRANSPORTE CRECIMIENTO REAL AÑO 2020	6,0%

Tabla 10. Gastos por aportes Para fiscales y salarios

Gastos salariales y prestacionales 2020 -patrono	Proyección año 1 de operación	
CALCULO MENSUAL PARA UNA PERSONA	2020	2021
% real diferencial vigencia (2019-2020)	0,6%	0,6%
crecimiento	6,0%	6,6%
SMMLV	\$ 877.803	\$ 935.738
% real AUXILIO TRANSPORTE	6,0%	6,0%
crecimiento	10,0%	16,0%
auxilio transporte (Solo aplica para el personal que se gana 1 SMLV)	102.853	119.309
TOTAL SALARIO MENSUAL	\$ 980.656	\$ 1.055.047
Prestaciones sociales	\$ 376.185	\$ 420.388
Salud (8,5%)	\$ 74.613	\$ 79.538
Pensión (12%)	\$ 105.336	\$ 112.289
ARL (0,522%) Riesgo I	\$ 4.582	\$ 22.795
Prima de servicios (Salario mensual * días trabajados durante sem/ 360)	\$ 73.150	\$ 77.978
Vacaciones (Salario mensual Básico * días trabajados/720 días)	\$ 36.575	\$ 38.989
Cesantías (Días laborados x Salario/ 360 días)	\$ 73.150	\$ 87.921

Intereses a las cesantías (Cesantías x días trabajadosx 0,12/360)	\$ 8.778	\$ 879
Aportes Parafiscales	\$ 79.002	\$ 84.216
Comfamiliar (4% sueldo)	\$ 35.112	\$ 37.430
ICBF (3%)	\$ 26.334	\$ 28.072
SENA (2%)	\$ 17.556	\$ 18.715
Dotación	\$ 43.890	\$ 45.207
PAGO MENSUAL UNA PERSONA 1 SMMLV	\$ 1.479.734	\$ 1.559.651

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 11 se describen con valores, los salarios mensuales básicos que percibe cada empleado adscrito a la empresa, adicionalmente se muestra en detalle, los beneficios que por ley tiene derecho el empleado.

Tabla 11. Gastos de Nomina o Talento Humano para producción

DESCRIPCIÓN RECURSO HUMANO	CANT	Salario básico mensual 2020	Total Seg Social + paraf	Total salarios mensual	2021
Jefe de Producción	1	\$ 1.500.000	\$ 1.051.207	\$ 2.551.207	\$ 30.614.483
Diseñador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.051.207	\$ 2.551.207	\$ 30.614.483
Cortador	4	\$ 1.000.000	\$ 743.922	\$ 6.975.686	\$ 83.708.234
Operarios	10	\$ 1.000.000	\$ 743.922	\$ 17.439.215	\$ 209.270.586
Almacenista	1	\$ 1.000.000	\$ 743.922	\$ 1.743.922	\$ 20.927.059
Recepcionista de materia prima	1	\$ 1.000.000	\$ 743.922	\$ 1.743.922	\$ 20.927.059
Empacador	1	\$ 1.000.000	\$ 743.922	\$ 1.743.922	\$ 20.927.059
conductor	1	\$ 1.000.000	\$ 779.164	\$ 1.779.164	\$ 21.349.962
TOTAL GASTOS DE TH	20	\$ 8.000.000	\$ 6.601.185	\$ 36.528.244	\$ 438.338.923

Fuente: Elaboración Propia

10.3. Organigrama de la empresa

El organigrama de la empresa es un aspecto fundamental para cualquier empresa, ya que identifica las líneas de mando y acción, y los diferentes departamentos, en los cuales

los empleados y directivos pueden identificar plenamente sus jefes inmediatos, respetando el conducto regular.

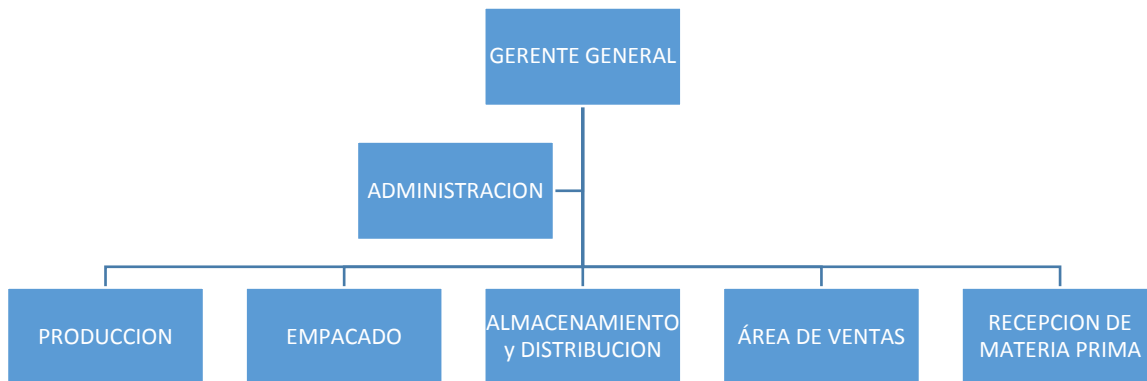


Figura 12. Organigrama de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

10.4. Figura asociativa:

10.4.1. Pasos para la Constitución

La sociedad que se manejará Será la De Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. Según la Revista Dinero, 2009, La Sociedad por Acciones Simplificadas es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

Según (Ayala & Torres, 2018), para la creación de una Sociedad por Acciones Simplificadas, se deben seguir algunos pasos ante la respectiva Cámara de Comercio del Domicilio (Ver Tabla 12).

Tabla 12. Pasos para constituir una S.A.S

Requerimiento	Descripción
CONSULTAR NOMBRE EN EL RUES.	Verificar que en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) no exista otra empresa con el mismo
PREPARAR DOCUMENTACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> - Documento privado de constitución - PRE-RUT - Formulario único empresarial - Fotocopia de la cédula del representante legal
INSCRIPCIÓN EN LA CÁMARA DE COMERCIO.	<ul style="list-style-type: none"> - Crear cuenta de ahorros - Tramitar el RUT definitivo - Tramitar el registro mercantil definitivo. - Resolución de facturación y firma digital
REQUISITOS DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre, documento identidad y domicilio de accionistas. - Razón social seguida de las palabras: Sociedad por Acciones Simplificada o S.A.S. - Domicilio principal y sucursales (en caso de tenerlas). - Término de duración. (Puede ser indefinido). - Enunciación de actividades principales. - Clase, número y valor nominal de las acciones. - Forma y términos en que estas deben pagarse. - Forma de administración. - Nombre, identificación y facultades de los administradores.

Fuente: (Ayala & Torres, 2018)

10.1.2. Costos de constitución de la empresa

Los costos que debe incurrir la empresa varían de acuerdo al tipo de sociedad, en este caso como se va a Constituir una S.A.S, los costos en los que se debe incurrir para crearla son los que se especifican en la tabla 13. Debido a que es algo que debe realizarse de manera preliminar, este valor hace parte de la inversión inicial.

Tabla 13. Costos de Constitución de la empresa

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	
Descripción	Valor
Gastos de inscripción	\$ 76.000
Constitución de la sociedad	\$ 450.000
Matrícula para personería Jurídica Cámara de Comercio	\$ 131.000
Costo de formulario de Registro ante la DIAN	\$ 45.000
Inscripción en los libros en la DIAN y en la Cámara de Comercio	\$ 36.000
Pago del impuesto de registro (0,7% del valor del capital de trabajo)	\$ 1.805.402
Total	\$ 2.543.402

Fuente: Elaboración propia

10.5. Permisos, licencias y trámites requeridos:

Estos son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y corresponden a todos aquellos gastos que se originan para poder contar con servicios o poder adquirir derechos. Si bien son susceptibles de amortizar, esta inversión se debe realizar antes de iniciar el funcionamiento de la empresa, es decir en la etapa previa del proyecto, para que al iniciar operaciones haya un funcionamiento óptimo y eficaz. En nuestro caso se necesitan \$227.000 así:

Tabla 14. Inversiones Diferidas

Descripción	Total
Concepto sanitario	\$ 37.000
Bomberos	\$ 40.000
Cámara de Comercio	\$ 150.000
TOTAL	\$ 227.000

Fuente: Elaboración Propia

Otros de los trámites que se requiere para la creación en el mercado y reconocimiento a nivel gubernamental, son el RUT ante la DIAN para la Cámara y comercio, el cual debe estar inscrito en el registro mercantil para que sea efectiva la existencia de esta a nivel nacional. Este tipo de sociedades puede ser constituida por una o más personas bien sea naturales o jurídicas, según el caso (Ayala & Torres, 2018).

Según la Cámara de Comercio del Huila, los documentos requeridos para registrarse como establecimiento comercial ante la CCH son los siguientes:

- Original del documento de identidad del Representante Legal designado por la sociedad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios Propios de la CCHuila, que deben ser diligenciados.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2019.
- Matricula Mercantil
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda.

10.6. Obligaciones legales:

Dentro de las obligaciones legales en las que la empresa debe incurrir se encuentra todo lo relacionado con los impuestos, contribuciones y tasas que se deben presentar a entidades como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales- DIAN, entre otras entidades que por su naturaleza perciben recursos gracias a la actividad económica de las empresas, y según las leyes establecidas aplicables en el momento de constitución de la empresa.

10.6.1. Impuestos contribuciones y tasas

Para este caso la empresa solo debe aportar el Impuesto al Valor Agregado, que se incluye de manera implícita en el precio de venta, la tarifa de industria y comercio y el impuesto sobre las utilidades empresariales o también llamado Impuesto de Renta ante la Dirección de Aduanas e impuestos DIAN, para este último el gobierno de Colombia manifestó una reducción gradual que pasará desde el 31% hasta el 30%. En la tabla 15, se muestran para el escenario normal.

Tabla 15. Impuestos, contribuciones y tasas.

IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y TASAS- ESCENARIO NORMAL							
N o	Descripción	Porcentaje 2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Impuesto sobre la Renta (DIAN)	31%	31%	30%	30%	30%	30%
			\$ 136.913.382	\$ 207.522.635	\$ 305.890.753	\$ 420.181.905	\$ 552.875.338
2	I.C.A Impuesto de Industria y Comercio	0,70%	\$ 1.324.968	\$ 2.075.226	\$ 3.058.908	\$ 4.201.819	\$ 5.528.753
3	Impuesto al Valor Agregado I.V.A	19%	\$ 314.596.018	\$ 381.479.196	\$ 459.027.351	\$ 548.974.457	\$ 653.354.625
TOTAL			\$ 452.834.368	\$ 591.077.057	\$ 767.977.012	\$ 973.358.181	\$ 1.211.758.716

Fuente: Elaboración Propia

MÓDULO 11. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

En el presente módulo se muestra el plan de inversión incluyendo gastos fijos y variables, la evaluación financiera y el análisis de resultados bajo la metodología de análisis por gerencia de escenarios, en los cuales se contemplan 3 posibilidades; en la primera se muestra un escenario muy optimista y positivo en el cual se trabajó sobre el supuesto de vender absolutamente todo el producido, con un incremento de producción por año del 10%, en la segunda posibilidad se muestra un escenario mesurado y apegado a la realidad con un porcentaje de venta del 85%, quedándose en stock bodega anual el 15% restante y con un porcentaje de incremento de la producción anual del 10%, finalmente, en el último escenario se muestra un panorama totalmente negativo en el cual solo se vende el 72% de la producción, con una permanencia en stock anual del 28% y un incremento de producción del 8%.

11.1. Gastos Fijos

Dentro de los gastos fijos se estima el arriendo del local y otros gastos como servicios públicos, teléfono, seguros, materiales de oficina, de limpieza, gastos de nómina del personal administrativo y demás que en total suman mensualmente \$18.850.714, basándonos en los datos del año 2020, ver tabla 16 .

Tabla 16. Descripción de los gastos de administración

Descripción	cantidad	unidad	Valor Mensual/unitario	Inflación	Valor Anual
					2021
 Servicios de administración					
Alquiler de oficina	1	MES	\$ 500.000	3%	\$ 6.000.000
Servicio de Electricidad	1	MES	\$ 150.000	3%	\$ 1.800.000

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE JEANS

68

Servicio de Agua y Alcantarillado	1	MES	\$ 130.000	3%	\$ 1.560.000
Servicio de Telefonía e Internet	1	MES	\$ 200.000	3%	\$ 2.400.000
Insumos de Oficina (Paletería y demás)	1	MES	\$ 200.000	3%	\$ 2.400.000
Materiales de Limpieza y cafetería	1	MES	\$ 200.000	3%	\$ 2.400.000
Total			\$ 1.380.000		\$ 16.560.000
Seguro anual	1	AÑO	\$ 541.200	3%	\$ 541.200
SOAT	1			3%	\$ 655.750
					\$ 1.196.950
NÓMINA ADMINISTRATIVA					
Personal Talento humano requerido	Cantidad	Salario Básico 2020	SMLV Integral 2020	Aporte parafiscales 2020	Gastos mensuales para 2021. Salario integral
Vigilancia Privada	1	\$ 1.300.000	\$ 2.037.057	\$ 737.057	\$ 2.183.555
Aseo	2	\$ 877.803	\$ 1.417.131	\$ 539.328	\$ 3.045.426
Gerente General (4 SMLV)	1	\$ 3.500.000	\$ 5.627.091	\$ 2.127.091	\$ 5.627.090
Secretaria (1,25 SMLV)	1	\$ 1.100.000	\$ 1.870.507	\$ 770.507	\$ 1.870.506
Contador (2,27 SMLV) Medio tiempo	1	\$ 2.000.000	\$ 1.639.613	\$ 360.387	\$ 1.639.613
Jefe de recursos humanos (2,28 SMLV)	1	\$ 2.000.000	\$ 3.279.226	\$ 1.279.226	\$ 3.279.225
Subtotal Recursos Humanos	7		\$ 15.870.623	\$ 5.813.595	\$ 17.645.415

Fuente: Elaboración propia.

11.2. Inversión Inicial

La inversión inicial que se requiere para poner en marcha el proyecto es de \$594.924.902, que corresponde al capital de trabajo y a las inversiones fijas y diferidas, es decir, maquinaria, muebles y enseres, equipos de cómputo y oficina, software, creación de página web y aplicación para dispositivos móviles, suministros, un vehículo para distribución y otros, así:

Tabla 17. Distribución de la Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversiones Fijas (Activos Fijos)	\$ 332.090.000
Maquinaria	\$ 128.720.000
Mobiliario (Bienes muebles Administrativos)	\$ 12.060.000
Mobiliario (Bienes muebles operación)	\$ 62.000.000
Equipos de Oficina	\$ 13.530.000
Vehículo de Distribución- Furgón marca JAC	\$ 103.000.000
Herramientas	\$ 12.780.000
Inversiones Diferidas	\$ 4.920.402
Concepto Sanitario (Salud Pública)	\$ 37.000
Bomberos	\$ 40.000
Costos de Constitución de la Empresa	\$ 2.543.402
Software (App+ licencia+ pág. web)	\$ 2.300.000
Capital de trabajo	\$ 257.914.500
Gastos de movilidad camión (Primer mes)	\$ 17.903.400
Gastos Servicios públicos de operación (Primer mes)	\$ 5.250.000
Gastos de Servicios de administración primer mes	\$ 1.380.000
Seguros	\$ 1.196.950
Gastos de Nómina Administrativa primer mes	\$ 16.273.764
Materia Prima	\$ 149.604.000
Gastos de nómina Ventas	\$ 12.541.443
Nómina de producción primer mes	\$ 36.528.244
Equipos de Protección Personal (Para primer mes)	\$ 9.671.200
Equipos de bioseguridad	\$ 5.725.500
Equipos de Dotación	\$ 1.840.000
TOTAL	\$ 594.924.902

Fuente: Elaboración Propia

Bajo los parámetros anteriores se estableció entre los socios, que se colocaría parte del capital de trabajo por los integrantes de la sociedad en dinero en efectivo y el restante, más las inversiones fijas y diferidas se financiarán mediante una entidad bancaria que facilite créditos a tasas de interés cómodas, por tanto el detalle de inversiones queda de la siguiente manera:

Tabla 18. Detalle pagos Inversión inicial

Inversión inicial		\$ 594.924.902	
Porcentaje de fuentes de inversión		Valores de Fuentes de Inversión	
Capital Propio (efectivo Socios) - Aporte de la mitad del valor del Capital de trabajo	15,96%	Capital Propio (efectivo Socios)	\$.924.902
Financiación Bancaria	84,04%	Financiación Bancaria	\$ 500.000.000
Total	100%		\$ 594.924.902

Nota: Para el caso de financiación el valor no incluye los intereses corrientes

Fuente: Elaboración propia

11.3. Activos fijos tangibles

11.3.1. Detalle de Maquinaria:

Máquinas especializadas para el sector textil de la marca MACOSER S.A indispensables para la confección de Jeans se adquirirán para la empresa por el precio de \$128.720.000, así:

Tabla 19. Costos de Maquinaria

DETALLE DE INVERSIONES					
DETALLE DE MAQUINARIA					
No	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
1	Máquina Cortadora de Jeans 10" BLUE STREAK	UND	4	\$ 520.000	\$ 2.080.000
2	Máquina Industrial Costura Recta Electrónica MAUSER ME 1790-AS	UND	2	\$ 3.580.000	\$ 7.160.000
3	Máquina Industrial Overlock 5 Hilos- PESADA- KE-430F, BROTHER.	UND	2	\$ 3.740.000	\$ 7.480.000
4	Máquina Industrial Recubridora 3 Agujas MAUSER	UND	2	\$ 3.100.000	\$ 6.200.000

5	Máquina Industrial Cerradora Jeans MAUSER MC 9270-D-C264	UND	1	\$ 11.200.000	\$ 11.200.000
6	Máquina Industrial Atracadora JUKI MOL254AD	UND	1	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000
7	Máquina Industrial Pretinadora Tubular 3022WB406 VIBEMAC	UND	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
8	Máquinas Industriales Doble Aguja MAUSER ML 9211-E03	UND	2	\$ 6.600.000	\$ 13.200.000
9	Máquina Industrial Ojaladora de Jeans RH-9820 MAUSER	UND	1	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
10	Plancha Industrial de 110 V	UND	5	\$ 320.000	\$ 1.600.000
11	Costos de Flete e instalación de Maquinaria	GLB	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
1	Máquina Bordadora y envejecedora tipo láser (Para personalización) BROTHER	UND	1	\$ 28.000.000	\$ 28.000.000
TOTAL					\$ 128.720.000

Fuente: Elaboración Propia

11.3.2. Detalle De Bienes Muebles

Los bienes muebles son el mobiliario necesario para el correcto funcionamiento de cada área de la empresa, en este caso se adquirirán sillas, mesas, archivadores, escritorios y dispensadores de agua, por un valor de \$37.740.000 así:

Tabla 20. Bienes Muebles

BIENES MUEBLES ADMISNITRATIVO					
Nº	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Valor unitario	VALOR
1	Escritorios en madera tipo L	UND	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
2	Sillas Ergonómicas	UND	8	\$ 320.000	\$ 2.560.000
3	Archivadores metálicos de 4 puestos en	UND	4	\$ 550.000	\$ 2.200.000
4	Dispensador de Agua	UND	2	\$ 150.000	\$ 300.000
5	Aires Acondicionados Minisplit 24000 BTU	UND	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
					\$ 12.060.000

BIENES MUEBLES DE OPERACIÓN					
Nº	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantida d	Valor unitario	VALOR
1	Mesas Industriales para corte y confección de 4 x 3 mts.x 1,50 de alto	UND	10	\$ 700.000	\$ 7.000.000
2	Mueble para máquina de coser	UND	10	\$ 4.300.000	\$ 43.000.000

				4.300.000	
3	Computador de escritorio	UND	4	\$ 3.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL					\$ 62.000.000

Fuente: Elaboración Propia

11.3.3. Detalle de Equipos de oficina

Se adquirirán equipos de oficina para el funcionamiento de cada una de las áreas por un valor de \$96.930.000, así:

Tabla 21. Equipos de Oficina y Software

EQUIPOS DE OFICINA					
No	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Valor unitario	VALOR
6	Computadores de Escritorio	UND	3	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000
7	Impresoras Multifuncionales	UND	1	\$ 900.000	\$ 900.000
8	Teléfonos Inalámbricos	UND	1	\$ 150.000	\$ 150.000
9	Ventiladores	UND	1	\$ 800.000	\$ 800.000
10	Computador Portátil	UND	1	\$ 2.080.000	\$ 2.080.000
11	Calculadoras de Mano	UND	4	\$ 150.000	\$ 600.000
TOTAL					\$ 13.530.000

SOFTWARE					
No	DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Licencia de Software contable SIIGO	und	1	\$ 500.000	\$ 500.000
2	Creación de la Página Web (Incl. pago programador + dominio suscripción 1 año)=	und	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
3	Creación de la APP móvil (Incl. pago programador + dominio suscripción 1 año)=	und	1	\$ 800.000	\$ 800.000
TOTAL					\$ 2.300.000

Fuente: Elaboración Propia

11.3.4. Vehículo para Distribución

Se hace indispensable contar con un vehículo propio para la distribución del producto, por economía y por practicidad. De modo que se optó por comprar un camión tipo Turbo Diésel, por ser el más apto para el trabajo requerido, y se escogió la marca JAC

por ser la más económica, \$103'000.000 y la única que tiene representación directa y asesoría constante para este tipo de vehículos en Colombia.



Figura 13. Detalle vehículo de Distribución

Fuente: JAC, 2019.

11.4. Ingresos

Los ingresos operacionales se toman de las proyecciones de ventas en el cual se estableció el escenario normal. Como es una empresa que recién inicia, la producción proyectada y/o estimada diaria de pantalones será de un total de 200.

Como la producción de jeans está sujeta a las horas y días laboradas por el personal se contarán solo 26 días productivos del mes, en los que se excluyen los Dominicales y festivos,

Para el escenario normal, se estima un nivel de ventas del 85% basado en la producción total, en el que el 15% queda como prendas en stock y bodega de almacenamiento para descuentos. En este escenario en particular, se tiene un margen de crecimiento del 10% anual de producción (Ver tabla 22).

El aumento de precio anual estará fundamentado de acuerdo a los índices de inflación, que para el año 2019, se contemplaban de acuerdo a la normalidad del comercio

(Ver figura 14), sin embargo debido a la situación actual, el desajuste de la economía en Colombia, ha generado una conmoción por lo que el DANE ha presentado una inflación anual de 3.51% en el mes de abril de 2020, bajo el supuesto de que la inflación será estable para el periodo 2030.

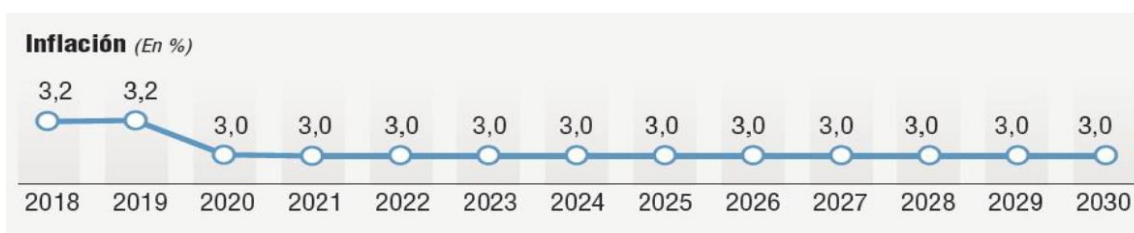


Figura 14. Comportamiento proyectado de la inflación en Colombia

Fuente: Ministerio de Hacienda. Infografía EL COLOMBIANO, 2019.

Tabla 22. Detalle de ingresos operacionales por ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS ESCENARIO NORMAL							
Descripción Producto	Año	% de incremento de meta anual	Meta mensual	Meta venta anual	Inflación Anual	Precio unitario	Valor total
Jeans caballero en tela Denim en Algodón y expandex, en tallas 30,32,34 y 36	2021		2658	31890	3,00%	\$ 71.345	\$ 2.275.225.340
	2022	9%	2897	34761	3,20%	\$ 73.628	\$ 2.559.355.481
	2023	9%	3157	37889	3,40%	\$ 76.131	\$ 2.884.547.188
	2024	9%	3442	41299	3,60%	\$ 78.872	\$ 3.257.346.067
	2025	9%	3751	45016	3,80%	\$ 81.869	\$ 3.685.426.487
Jeans Dama en tela Denim en Algodón y expandex, en tallas S,M,L,XL	2021		1772	21260	3,00%	\$ 71.345	\$ 1.516.816.893
	2022	9%	1931	23174	3,20%	\$ 73.628	\$ 1.706.236.987
	2023	9%	2105	25259	3,40%	\$ 76.131	\$ 1.923.031.459
	2024	9%	2294	27533	3,60%	\$ 78.872	\$ 2.171.564.044
	2025	9%	2501	30011	3,80%	\$ 81.869	\$ 2.456.950.991
TOTAL				190855			\$

						24.436.500.937
--	--	--	--	--	--	----------------

Fuente: Elaboración Propia.

11.5. Costos Variables

Los costos variables, son aquellos que están directamente relacionados con el volumen de producción y ventas de la empresa. Esto quiere decir que, a medida que la producción aumenta, también lo hacen los gastos variables (Holded, 2019). Entre ellos se encuentran los siguientes:

11.5.1. Materia Prima

La materia prima con que se elaboran los Jeans de nuestra marca es de la más alta calidad, por consiguiente, para la elaboración de cada Jeans Shennis se necesitan \$35.700 para comprar los materiales. Ver detalle en la tabla 23.

Tabla 23. Costos de materia prima requerida

Descripción	Ca nt	Unid ad	Valor Unitario (IVA incluido)	Total Costos 1 pantalón	Total costos Diarios	Total Costos mensuales
Tela tipo Denim 100% x mts	1,2	Mts	\$ 18.500	\$ 22.200	\$ 4.440.000	\$ 115.440.000
Cremallera o cierre de cobre de 10cms	1	UND	\$ 500	\$ 500	\$ 100.000	\$ 2.600.000
Boton de acero	1	UND	\$ 350	\$ 350	\$ 70.000	\$ 1.820.000
Taches de aluminio	6	UND	\$ 30	\$ 180	\$ 36.000	\$ 936.000
Hilo de Algodón	2	UND	\$ 300	\$ 600	\$ 120.000	\$ 3.120.000
Hilacha	2	UND	\$ 300	\$ 600	\$ 120.000	\$ 3.120.000
Molde	1	UND	\$ 400	\$ 400	\$ 80.000	\$ 2.080.000
Forro Bolsillo	0,5	Mts	\$ 2.000	\$ 1.000	\$ 200.000	\$ 5.200.000
Papel molde	1	UND	\$ 500	\$ 500	\$ 100.000	\$ 2.600.000
Marquilla en cuero con logo Jeans "sheenis"	1	UND	\$ 700	\$ 700	\$ 140.000	\$ 3.640.000
Etiqueta	1	UND	\$ 200	\$ 200	\$ 40.000	\$ 1.040.000

Bolsa	1	UND	\$ 40	\$ 40	\$ 8.000	\$ 208.000
Hilos Multicolor para personalización	8	UND	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 300.000	\$ 7.800.000
TOTAL				\$ 28.770	\$ 5.754.000	\$ 149.604.000

Fuente: Elaboración Propia

Para entrar en etapa productiva se ha planificado tener la inversión mensual de materia prima que sería aproximadamente \$ 149.604.000. A partir del segundo mes se pueden pedir materiales y como lo establecen las políticas de compras, estos se podrán pagar hasta dentro del siguiente mes periodo en el cual se espera que con el flujo de caja y las ventas en general se pueda solventar el valor a pagar de los pedidos a los proveedores.

11.5.2. Costos de Instrumentos para la confección

A continuación se muestran los instrumentos o herramientas que por su naturaleza son útiles para la confección del producto y que son indispensables para el personal operativo en planta de producción.

Tabla 24. Costos de Herramientas

HERRAMIENTAS					
No	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
1	Tijeras profesionales Kai 7250 (10.0 in)	UND	16	\$ 50.000	\$ 800.000
2	Tijeras ZigZag	UND	16	\$ 92.000	\$ 1.472.000
3	Tijeras Corta hilos	UND	16	\$ 10.000	\$ 160.000
4	Tizas	UND	500	\$ 1.000	\$ 500.000
5	Alfileres	UND	20000	\$ 20	\$ 400.000
7	Reglas De Costura De Sastre, Funarrow Diy Set	UND	96	\$ 15.000	\$ 1.440.000
9	Piqueteros	UND	16	\$ 7.500	\$ 120.000
10	Remachador de Diferentes tamaños	UND	16	\$ 40.000	\$ 640.000
11	Cinta métrica X 5 MTS	UND	16	\$ 10.000	\$ 160.000
12	Contenedores de Basura x 10 Lts	UND	40	\$ 10.000	\$ 400.000
13	Alicates Sacabocados	UND	16	\$ 33.000	\$ 528.000
14	Cutter Manual	UND	16	\$ 80.000	\$ 1.280.000
15	Bases de corte	UND	80	\$ 24.000	\$ 1.920.000
16	Prensa de Palanca ajustable	UND	16	\$ 35.000	\$ 560.000

17	Bobinadora eléctrica automática	UND	8	\$	300.000	\$	2.400.000
TOTAL						\$	12.780.000

Fuente: Elaboración Propia.

11.5.3. Gastos de Dotación para el personal

En las tabla 25, 26 y 27 se discriminan de manera detallada los costos de los Elementos de Protección Personal, Dotación y elementos de Bioseguridad, que requiere el personal operativo con el fin de disminuir riesgos operacionales y sanitarios en el proceso de producción.

Tabla 25. Costos de Dotación EPPs para el personal

EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL						
No	Descripción	Unidad	Cantidad	Cant de Trabajadores	Valor unitario	Valor Total
1	Mascarillas Tapabocas en tela	Und	8	14	\$ 8.500	\$ 952.000
2	Guantes tipo industrial en lona	Und	8	14	\$ 15.000	\$ 1.680.000
3	Guantes desechables		16	14	\$ 1.500	\$ 336.000
4	Overol en tela Jean petrolizado	Und	1	14	\$ 160.000	\$ 2.240.000
5	Botas Punta de acero	Und	1	14	\$ 180.000	\$ 2.520.000
6	Delantales unisex en cuerina	Und	1	14	\$ 25.000	\$ 350.000
7	Lentes protectores	Mts	1	14	\$ 28.000	\$ 392.000
8	Auriculares para protección de ruido	Und	1	14	\$ 45.000	\$ 630.000
9	Carnet + mascara de empaque para ubicar en brazo	Und	1	14	\$ 12.000	\$ 168.000
10	Gorros Desechables para el cabello- Unisex	Und	8	14	\$ 850	\$ 95.200
11	Casco de seguridad		1	14	\$ 22.000	\$ 308.000
TOTAL			47		\$ 497.850	\$ 9.671.200

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. Elementos de bioseguridad

EQUIPOS DE BIOSEGURIDAD

Nº	Descripción	Unidad	Cantidad	Cant trabajadores	Valor unitario	Valor Total
1	Tapabocas Tipo N-95 ref 9820	UN D	4	33	\$ 8.500	\$ 1.122.000
2	Careta con gorra, protector plástico de producción nacional elaborado en Vipack Atóxico Farmacéutico antiempañante súper transparente Calibre 260	UN D	2	33	\$ 12.500	\$ 825.000
3	Alcohol en spray Frasco de 350ml de uso personal	UN D	2	33	\$ 15.000	\$ 990.000
4	Gel Antibacterial (Alcohol 70%). Fórmula con Aloe Vera y Glicerina 350ml.	UN D	2	33	\$ 18.000	\$ 1.188.000
5	Jabón Líquido Antibacterial. Fórmula con Aloe Vera y Glicerina. 350ml.	UN D	2	33	\$ 20.000	\$ 1.320.000
6	Toalla poliéster con tejido especial - Toalla: 30 cm x 30 cm Estuche: 7 cm x 5 cm x 3 cm. Marca: 3 cm	UN D	1	33	\$ 8.500	\$ 280.500
TOTAL						\$ 5.725.500

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. Dotación del Personal

DOTACIÓN DE PERSONAL						
Nº	Descripción	Unidad	Cantidad	Cant de Trabajo	Valor Unitario	Valor Total
1	Camisas con el logo de la empresa	UND	1	16	\$ 20.000	\$ 320.000
2	Jeans	UND	1	16	\$ 45.000	\$ 720.000
3	Zapatos o botas	UND	1	16	\$ 50.000	\$ 800.000
TOTAL						\$ 1.840.000

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Todos los implementos se suministran 3 veces al año, y solo se suministrarán al personal que gane hasta 2 salarios mínimos Legales Vigentes. Para el caso de los elementos de bioseguridad, no se contempla el valor del I.V.A, debido a que están exentos según decreto 551 de 2020.

11.5.4. Costos de mantenimiento y operación de maquinaria, equipos y/o Vehículos

Para el caso de mantenimiento de maquinaria los costos se ejecutarán de manera semestral, o cuando surja un desperfecto, el cual también aplica para equipos de oficina y demás que por su naturaleza requieran mantenimiento. Para el caso del vehículo se incluyen los gastos de operación del vehículo que tienen que ver con el pago de conductor, peajes, gasolina, mantenimiento preventivo y correctivo, pago del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, Revisión Tecnicomecánica e Impuesto de rodamiento. Estos últimos tres se pagan con una periodicidad anual. En la tabla 28 se muestran los costos mensuales y anuales por este concepto.

Tabla 28. Costos de Mantenimiento de Vehículos y maquinaria

Costos de Mantenimiento de maquinaria, equipos y vehículos								
Maquinaria	Cant			2021	2022	2023	2024	2025
Mantenimiento Correctivo y Preventivo	1	\$ 2.830.000	\$ 2.830.000	\$ 33.960.000	\$ 34.978.800	\$ 36.028.164	\$ 37.109.009	\$ 38.222.279

Fuente: Elaboración Propia

Costos de Operación del Vehículo								
Descripción	cant	Valor unitario	Valor Mes	Valor Año 2021	2022	2023	2024	2025
Vehículos								
SOAT	1	\$ 636.650		\$ 655.750	\$ 675.422	\$ 695.685	\$ 716.555	\$ 738.052
Tecnicomecánica	1	\$ 345.608					\$ 355.976	\$ 366.656
Peajes Mes	900	\$ 18.600	\$ 16.740.000	\$ 200.880.000	\$ 206.906.400	\$ 213.113.592	\$ 219.507.000	\$ 226.092.210
Gasolina X Galón Ida y vuelta	140	\$ 8.310	\$ 1.163.400	\$ 13.960.800	\$ 14.379.624	\$ 14.811.013	\$ 15.255.343	\$ 15.713.003
Total			\$ 17.903.400	\$ 214.840.800	\$ 221.286.024	\$ 227.924.605	\$ 234.762.343	\$ 241.805.213

Fuente: Elaboración propia

11.5.5. Costos de operación diversos

Estos costos están más relacionados con la producción y son costos que tienen que ver con el gasto energético, la papelería, internet entre otros y difieren de los que se contemplan en la parte administrativa. (Ver tabla 29).

Tabla 29. Gastos Diversos Operativos

GATOS DIVERSOS OPERATIVOS									
Descripción	cantidad	unidad	Valor Mensual/ unitario	Inflación	Valor Anual				
					2021	2022	2023	2024	2025
GASTOS ADMINISTRATIVOS PAPELERÍA	1	MES	\$ 500.000	3%	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400	\$ 6.556.362	\$ 6.753.053
ENERGÍA PARA LA PARTE PRODUCTIVA		MES	\$ 3.000.000	3%	\$ 36.000.000	\$ 37.080.000	\$ 38.192.400	\$ 39.338.172	\$ 40.518.317
SERVICIO DE AGUA		MES	\$ 750.000	3%	\$ 9.000.000	\$ 9.270.000	\$ 9.548.100	\$ 9.834.543	\$ 10.129.579
DE INTERNET	1	MES	\$ 200.000	3%	\$ 2.400.000	\$ 2.472.000	\$ 2.546.160	\$ 2.622.545	\$ 2.701.221
CAFETERÍA - FUENTE DE SODA		GLB	\$ 800.000	3%	\$ 9.600.000	\$ 9.888.000	\$ 10.184.640	\$ 10.490.179	\$ 10.804.885
TOTAL			\$ 5.250.000		\$ 63.000.000	\$ 64.890.000	\$ 66.836.700	\$ 68.841.801	\$ 70.907.055

11.5.5. Depreciación de activos.

La depreciación es considerada como el valor que pierde un activo por el tiempo que ha pasado desde que se adquiere o por el nivel de uso que se le ha dado. Los cálculos realizados para este caso comprenden una depreciación lineal ya que asume el hecho de que el activo pierde la misma cantidad de valor cada año que pasa durante toda su vida útil, en los que se tienen en cuenta las variables de Depreciación anual, costo del activo, valor residual y años de vida útil. A continuación en la tabla 30 se muestra el comportamiento de las depreciaciones de los activos tangibles que por su naturaleza se deprecian con el tiempo.

Se aclara que no se tiene en cuenta la infraestructura, debido a que es un activo que se está arrendando y no se adquiere en propiedad.

Tabla 30. Depreciación lineal de activos

Descripción Depreciaciones	Muebles y Enseres	Maquinaria y Equipos de Operación	Equipos de Oficina	Vehículos	Herramientas	TOTAL DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
Vida útil (años)	10	10	5	5	1		
% anual	10%	33%	20%	20%	0,083		
1	\$ 7.406.000	\$ 12.872.000	\$ 2.706.000	\$ 20.600.000	\$ 2.556.000	\$ 32.142.222	
2	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222	\$ 2.706.000	\$ 20.600.000	\$ 2.556.000	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
3	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222	\$ 2.706.000	\$ 20.600.000	\$ 2.556.000	\$ 32.142.222	\$ 64.284.444
4	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222	\$ 2.706.000	\$ 20.600.000	\$ 2.556.000	\$ 32.142.222	\$ 96.426.667
5	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222	\$ 2.706.000	\$ 20.600.000	\$ 2.556.000	\$ 32.142.222	\$ 128.568.889
6	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222				\$ 8.836.222	\$ 137.405.111
7	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222				\$ 8.836.222	\$ 146.241.333
8	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222				\$ 8.836.222	\$ 155.077.556
9	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222				\$ 8.836.222	\$ 163.913.778
10	\$ 7.406.000	\$ 1.430.222				\$ 8.836.222	\$ 172.750.000

Fuente: Elaboración Propia.

Nota: Para el caso de los equipos de oficina, no se tomó en cuenta el valor del software contable y el valor de creación de la página web y aplicación móvil al ser elementos que no se deprecian y que en contrariedad adquieren o aumentan más su valor.

211.6. Precio de venta

Para definir el precio al que se va a comercializar se tomó como referencia la encuesta, en la cual se estableció que el 73% de personas estarían dispuestas a pagar entre \$50.000 y \$100.000. Con esto, de acuerdo a cálculos realizados lo que cuesta producir un

pantalón incluyendo los impuestos cobrados en materia prima y demás elementos operativos necesarios es de \$63.221 I.V.A incluido.

Bajo estos términos y costos se calcula la rentabilidad.

11.6.1. Rentabilidad o Utilidad

Quedó establecido que, siendo \$63.221 el coste real de producción de cada pantalón, el precio del producto al público, la utilidad esperada sería del 13%, lo que equivale a \$8.124, quedando un precio de venta final al público de **\$71.345**. La inversión se puede recuperar antes del cierre del primer año financiero. Estos datos son supuestos debido a que la dinámica de ventas es muy variable y puede aumentar o disminuir el valor mensual proyectado.

11.7. Fuentes de Financiación

Para la financiación total del proyecto se hace necesario financiar gran parte del capital con una entidad bancaria, en estos casos la mayoría ofrece una tasa de interés del 2.88%, que supone una tasa de interés mensual de 0.24%. De los \$ 594.924.90, que se requiere para la inversión inicial, se financiará un total de \$500.000.000. Se proyecta pagar en 5 años con cuotas mensuales de \$9.060.269. Para los años subsiguientes, como el abono al capital aumenta los intereses tenderán a disminuir (Ver tabla 31). Adicionalmente en el **Anexo No 2**, se muestra el consolidado mensual y el comportamiento del crédito con mayor detalle.

Tabla 31. Costos de financiación

Descripción	Valor
Plazo	60
Monto	500.000.000
Tasa anual	2,88%

Tasa mensual	0,24%
Tasa mensual C/ IVA	0,28%
Pago mensual	\$9.060.269

Fuente: Elaboración Propia

RESUMEN FINANCIACIÓN				
Plazo (año)	Saldo insoluto	Pago Anual total	Capital	Intereses
2021	\$ 406.558.619	\$ 108.723.225	\$ 93.441.381	\$ 13.174.003
2022	\$ 309.947.303	\$ 108.723.225	\$ 96.611.316	\$ 10.441.300
2023	\$ 210.058.514	\$ 108.723.225	\$ 99.888.789	\$ 7.615.893
2024	\$ 106.781.066	\$ 108.723.225	\$ 103.277.448	\$ 4.694.635
2025	\$0	\$ 108.723.225	\$ 106.781.066	\$ 1.951.522

11.8. Flujo de Caja Económico

El Flujo de Caja económico se genera de acuerdo a los ingresos y egresos en los que incurre la empresa. Este es indispensable para establecer qué tan viable sería para la empresa establecer un punto de partida, a continuación se muestra el flujo de caja, aclarando que para el primer año existe una inversión inicial que afectaría las ganancias netas, sin embargo para los siguientes años se espera una estabilización ya que no se incluiría la inversión inicial.

Tabla 32. Flujo de caja económico escenario Normal

FLUJO DE CAJA EMPRESA JEANS SHENNIS PROYECTADO A 5 AÑOS- ESCENARIO NORMAL						
CONCEPTO	PERIODO 0 2020	PERIODO 1 2021	PERIODO 2 2022	PERIODO 3 2023	PERIODO 4 2024	PERIODO 5 2025
Inversión inicial	-\$ 594.924.902					
PRÉSTAMO	\$ 500.000.000					
INGRESOS (Utilidad Bruta)		\$ 3.792.042.234	\$ 4.265.592.468	\$4.807.578.647	\$ 5.428.910.111	\$ 6.142.377.478
Ingresos Operacionales por concepto de ventas		\$ 3.792.042.234	\$ 4.265.592.468	\$ 4.807.578.647	\$ 5.428.910.111	\$ 6.142.377.478
EGRESOS		\$ 3.350.386.162	\$ 3.573.850.353	\$ 3.787.942.802	\$ 4.028.303.760	\$ 4.299.459.685
NO OPERACIONALES		\$ 262.045.517	\$ 275.856.350	\$ 292.104.832	\$ 311.169.517	\$ 333.866.380
De administración		\$ 213.042.113	\$ 228.510.766	\$ 246.477.528	\$ 267.323.128	\$ 291.588.551

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

84

Salarios Nómina administrativa		\$ 195.285.163	\$ 210.221.108	\$ 227.639.180	\$ 247.957.199	\$ 271.682.670
Pago de Servicios (Alquiler de bodega, servicios públicos y otros)		\$ 16.560.000	\$ 17.056.800	\$ 17.568.504	\$ 18.057.990	\$ 18.558.704
Seguros		\$ 1.196.950	\$ 1.232.859	\$ 1.269.844	\$ 1.307.940	\$ 1.347.178
De financiación		\$ 13.174.003	\$ 10.441.300	\$ 7.615.893	\$ 4.694.635	\$ 1.951.522
Abono a intereses de Financiación		\$ 13.174.003	\$ 10.441.300	\$ 7.615.893	\$ 4.694.635	\$ 1.951.522
Otros		\$ 35.829.402	\$ 36.904.284	\$ 38.011.412	\$ 39.151.754	\$ 40.326.307
Gastos de Actualización de registro mercantil ante Cámara de Comercio, concepto sanitario, bomberos y demás legalidades de pago anual (Pago de Diferidos)		\$ 2.620.402	\$ 2.699.014	\$ 2.779.984	\$ 2.863.383	\$ 2.949.285
Gastos Imprevistos		\$ 33.209.000	\$ 34.205.270	\$ 35.231.428	\$ 36.288.371	\$ 37.377.022
GASTOS OPERACIONALES		\$ 3.088.340.645	\$ 3.265.851.780	\$ 3.463.695.747	\$ 3.684.992.021	\$ 3.933.451.082
Activos Fijos Intangibles (licencias y permisos)		\$ 227.000	\$ 234.968	\$ 243.215	\$ 251.752	\$ 260.588
Dotación del personal (dar mínimo 3 dotaciones en el año)		\$ 5.520.000	\$ 5.685.600	\$ 5.856.168	\$ 6.031.853	\$ 6.212.809
Elementos de Protección Personal		\$ 20.909.700	\$ 21.536.991	\$ 22.183.101	\$ 22.848.594	\$ 23.534.052
Dotación Elementos de Bioseguridad		\$ 5.897.265	\$ 6.074.183	\$ 6.256.408	\$ 6.444.101	\$ 6.637.424
Materias Primas e insumos		\$ 1.795.248.000	\$ 1.849.105.440	\$ 1.904.578.603	\$ 1.961.715.961	\$ 2.020.567.440
Salarios de Nómina de producción Incl parafiscales		\$ 438.338.923	\$ 472.817.404	\$ 513.099.939	\$ 560.188.193	\$ 615.302.875
Gastos de servicios en operación (Energía, servicios públicos y otros)		\$ 63.000.000	\$ 64.890.000	\$ 66.836.700	\$ 68.841.801	\$ 70.907.055
Salarios Nómina de área de ventas Incl parafiscales		\$ 150.497.316	\$ 162.062.650	\$ 175.554.220	\$ 191.297.733	\$ 209.688.978
Mantenimiento de Maquinaria, Equipo y Vehículos		\$ 33.960.000	\$ 34.978.800	\$ 36.028.164	\$ 37.109.009	\$ 38.222.279
Herramientas		\$ 13.163.400	\$ 13.558.302	\$ 13.965.051	\$ 14.384.003	\$ 14.815.523
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
Gastos de Operación del vehículo		\$ 214.840.800	\$ 221.286.024	\$ 227.924.605	\$ 234.762.343	\$ 241.805.213
pago de IVA		\$ 314.596.018	\$ 381.479.196	\$ 459.027.351	\$ 548.974.457	\$ 653.354.625
Utilidades antes de Impuestos		\$ 441.656.071	\$ 691.742.115	\$ 1.019.635.845	\$ 1.400.606.351	\$ 1.842.917.793
impuesto industria y comercio		\$ 1.324.968	\$ 2.075.226	\$ 3.058.908	\$ 4.201.819	\$ 5.528.753
Impuesto sobre la Renta (DIAN) 31%		\$ 136.913.382	\$ 207.522.635	\$ 305.890.753	\$ 420.181.905	\$ 552.875.338
Utilidades después de Impuestos	\$ -	\$ 303.417.721	\$ 482.144.254	\$ 710.686.184	\$ 976.222.627	\$ 1.284.513.702
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
Amortización del Préstamo		\$ 93.441.381	\$ 96.611.316	\$ 99.888.789	\$ 103.277.448	\$ 106.781.066

FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 594.924.902	\$ 242.118.563	\$ 417.675.161	\$ 642.939.617	\$ 905.087.401	\$ 1.209.874.858
---------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------------

Fuente: Elaboración Propia.

11.9. Evaluación Financiera

Con el flujos de caja Neto en el escenario normal se muestra a continuación el análisis o evaluación financiera para la Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto, Relación costo-beneficio, periodo de recuperación y demás indicadores. En numerales posteriores también se evalúa un flujo de caja que no contempla financiación para efectos de comparar indicadores frente a los escenarios propuestos y un flujo de caja con un volumen de ventas con un -10% de volumen de ventas.

11.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

En la siguiente tabla se muestra el cálculo detallado del Valor Actual Neto para el proyecto en cada uno de sus escenarios:

Tabla 33. Valor Actual neto del proyecto

CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (NORMAL)			
PERIODO	FNE	(1+i)^	FNE/(1+i)^
0	-\$ 594.924.902		-\$ 594.924.902
1	\$ 242.118.563	1,10	\$ 220.107.784
2	\$ 417.675.161	1,21	\$ 345.186.083
3	\$ 642.939.617	1,33	\$ 483.050.050
4	\$ 905.087.401	1,46	\$ 618.186.873
5	\$ 1.209.874.858	1,61	\$ 751.237.098
		VAN	\$ 1.822.842.987

Fuente: Elaboración Propia.

Debido a que el Valor Actual Neto para el escenario normal es mayor que cero el proyecto es viable y se puede recomendar para implementar para el modelo de negocio bajo una tasa de descuento COK del 10%.

11.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

En la tabla 36 se muestra el cálculo de la Tasa Interna de Retorno para diferentes tasas de Descuento y diferentes cálculos de Valor Actual Neto en el escenario normal.

Tabla 34. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno por cada escenario.

TASA INTERNA DE RETORNO	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 2.822.770.697
5%	\$ 2.262.489.557
10%	\$ 1.822.842.987
15%	\$ 1.473.186.932
20%	\$ 1.191.667.062
25%	\$ 962.442.728
30%	\$ 773.860.286
35%	\$ 617.228.446
40%	\$ 485.983.012
45%	\$ 375.108.118
50%	\$ 280.729.286
55%	\$ 199.823.383
60%	\$ 130.009.275
TIR	72%

Fuente: Elaboración Propia

Bajo la consideración de una tasa de descuento base del 10%, la Tasa Interna de Retorno dio un Valor de 72% en el escenario normal (Escenario de evaluación primaria), valor que es mayor a la tasa de descuento base con lo cual el interés equivalente sobre el

capital generado por el proyecto, es superior al interés mínimo aceptable de capital bancario.

11.9.3. Punto De Equilibrio

El punto de equilibrio de una empresa, representa un estado cuando los ingresos cubren los gastos fijos y variables y no se incurre en utilidades algunas. A continuación se presenta el detalle, basados en un escenario normal de ventas.

Tabla 35. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2021	2022	2023	2024	2025
COSTOS FIJOS					
Costos de administración					
Servicios de Administración (arriendo de inmueble, serv púb y otros)	\$ 16.560.000	\$ 17.056.800	\$ 17.568.504	\$ 18.057.990	\$ 18.558.704
Nómina de administración	\$ 195.285.163	\$ 210.221.108	\$ 227.639.180	\$ 247.957.199	\$ 271.682.670
Seguros	\$ 1.196.950	\$ 1.232.859	\$ 1.269.844	\$ 1.307.940	\$ 1.347.178
Gastos de Actualización de registro mercantil ante Cámara de Comercio, concepto sanitario, bomberos y demás legalidades de pago anual (Pago de Diferidos)	\$ 2.620.402	\$ 2.699.014	\$ 2.779.984	\$ 2.863.383	\$ 2.949.285
Gastos Imprevistos	\$ 33.209.000	\$ 34.205.270	\$ 35.231.428	\$ 36.288.371	\$ 37.377.022
Total anual	\$ 248.871.514	\$ 265.415.050	\$ 284.488.940	\$ 306.474.882	\$ 331.914.858
Total mensual	\$ 20.739.293	\$ 22.117.921	\$ 23.707.412	\$ 25.539.574	\$ 27.659.572
COSTOS VARIABLES					
Costos Variables (Materia Prima)	\$ 1.795.248.000	\$ 1.858.261.205	\$ 1.923.486.173	\$ 1.991.000.538	\$ 2.060.884.657
Nóminas (Ventas y Producción)	\$ 588.836.240	\$ 634.880.054	\$ 688.654.159	\$ 751.485.926	\$ 824.991.853
Costos de operación del vehículo (Combustible y peajes)	\$ 214.185.051	\$ 221.702.946	\$ 229.484.719	\$ 237.539.633	\$ 245.877.274
Costos diversos operativos (recursos Energéticos y otros)	\$ 63.000.000	\$ 65.211.300	\$ 67.500.217	\$ 69.869.474	\$ 72.321.893
Herramientas	\$ 13.163.400	\$ 13.558.302	\$ 13.965.051	\$ 14.384.003	\$ 14.815.523
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 33.960.000	\$ 34.978.800	\$ 36.028.164	\$ 37.109.009	\$ 38.222.279
Activos Fijos Intangibles (licencias y permisos)	\$ 227.000	\$ 234.968	\$ 243.215	\$ 251.752	\$ 260.588
Dotación del personal	\$ 5.520.000	\$ 5.685.600	\$ 5.856.168	\$ 6.031.853	\$ 6.212.809
Elementos de Protección Personal	\$ 20.909.700	\$ 21.536.991	\$ 22.183.101	\$ 22.848.594	\$ 23.534.052
Dotación Elementos de Bioseguridad	\$ 5.897.265	\$ 6.074.183	\$ 6.256.408	\$ 6.444.101	\$ 6.637.424

Depreciación	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
TOTAL anual	\$ 2.773.088.877	\$ 2.780.055.505	\$ 2.909.125.268	\$ 3.049.895.571	\$ 3.204.075.676
Total mensual	\$ 231.090.740				
Total costos de 1 pantalón	\$ 63.221	\$ 65.118	\$ 67.071	\$ 69.083	\$ 71.156
PRECIO DE VENTA	\$ 71.345	\$ 73.485	\$ 75.690	\$ 77.961	\$ 80.299
PUNTO DE EQUILIBRIO (Cant Jeans)	2553	2643	2751	2877	3025
PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS /Egresos	\$ 182.134.568	\$ 194.241.818	\$ 208.200.888	\$ 224.291.118	\$ 242.909.155

Fuente: Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta los gastos fijos se puede establecer según el precio de venta que el punto de equilibrio mensual en el mercado sería de 2553 productos vendidos en el escenario normal, para el primer periodo

11.9.4. Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

El análisis del Periodo de Recuperación de la Inversión, para la empresa se muestra en las siguientes tablas, entendiéndose este como el Payback para los inversores.

Tabla 36. Análisis del Periodo de Recuperación de la Inversión PRI Escenario Positivo.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN Escenario Normal

AÑO	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	-\$ 594.924.902	-\$ 594.924.902
1	\$ 242.118.563	-\$ 352.806.339
2	\$ 417.675.161	\$ 64.868.822
3	\$ 642.939.617	\$ 707.808.439
4	\$ 905.087.401	\$ 1.612.895.839
5	\$ 1.209.874.858	\$ 2.822.770.697

P.R.I =	2	AÑOS
	1,86	meses
	3	AÑOS

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN	
PRI	2 años y 1,86 meses
Horizonte del Proyecto	5 años
Como el PRI es menor al horizonte establecido para el proyecto, se acepta y es viable	

11.9.5. Relación Costo Beneficio

La relación costo beneficio involucra el Valor Actual Neto de ingresos y egresos., bajo estas consideraciones se tiene que:

$$RCB (\text{Escenario Normal}) = \frac{\$ \$ 18.106.550.951}{\$ \$ 14.266.350.293} = 1.269$$

Como la relación costo beneficio dio un valor mayor que uno, el proyecto es viable y rentable bajo el escenario planteado.

11.9.6. Rentabilidad Sobre las Inversiones

Esta rentabilidad también llamada Rentabilidad de las inversiones o del activo (ROA - Return on Assets, ROI - Return on Investments), este ROA nos da una medida de lo capaz que es la empresa de traducir la inversión en ingreso neto. Cuanto mayor sea el ROA mejor. Para el caso de este proyecto se tomará el flujo de caja normal, ya que es el más acercado a la realidad. Habrá que tener en cuenta el nivel de endeudamiento de la compañía. Se calcula bajo la siguiente ecuación:

$$ROA = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Activos Totales}}$$

Para el caso del proyecto los beneficios netos se traducen en el flujo neto del flujo de caja y los activos totales, en la tabla 41 se evidencian estos dos ítems.

Tabla 37. Activos fijos totales y Flujo neto de Caja

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria	\$ 96.720.000
Bienes Muebles	\$ 37.740.000
Equipos de Oficina	\$ 17.680.000
Vehículo para distribución	\$ 103.000.000
TOTAL	\$ 255.140.000

Fuente: Elaboración Propia.

Flujo de caja Escenario normal

FCNETO NORMAL	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
	-\$ 594.924.902	\$ 242.118.563	\$ 417.675.161	\$ 642.939.617	\$ 905.087.401	\$ 1.209.874.858

En la tabla 42 se puede visualizar el incremento progresivo del ROA, que según diferentes autores, entre mayor valor tenga el ROA mejor es el índice de la empresa.

Tabla 38. Cálculo de la rentabilidad Sobre las Inversiones

ROA POR PERIODO					
PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
-49,33	20,08	34,63	53,31	75,05	100,32

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

91

11.10. Flujo de Caja económico sin financiación

FLUJO DE CAJA EMPRESA JEANS SHENNIS PROYECTADO A 5 AÑOS- ESCENARIO NORMAL						
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
inversión inicial	-\$ 594.924.902					
INGRESOS (Utilidad Bruta)		\$ 3.792.042.234	\$ 4.265.592.468	\$ 4.807.578.647	\$ 5.428.910.111	\$ 6.142.377.478
Ingresos Operacionales por concepto de ventas		\$ 3.792.042.234	\$ 4.265.592.468	\$ 4.807.578.647	\$ 5.428.910.111	\$ 6.142.377.478
EGRESOS		\$ 3.337.212.159	\$ 3.563.409.052	\$ 3.780.326.909	\$ 4.023.609.125	\$ 4.297.508.163
NO OPERACIONALES		\$ 248.871.514	\$ 265.415.050	\$ 284.488.940	\$ 306.474.882	\$ 331.914.858
De administración		\$ 213.042.113	\$ 228.510.766	\$ 246.477.528	\$ 267.323.128	\$ 291.588.551
Salarios Nómina administrativa		\$ 195.285.163	\$ 210.221.108	\$ 227.639.180	\$ 247.957.199	\$ 271.682.670
Pago de Servicios (Alquiler de bodega, servicios públicos y otros)		\$ 16.560.000	\$ 17.056.800	\$ 17.568.504	\$ 18.057.990	\$ 18.558.704
Seguros		\$ 1.196.950	\$ 1.232.859	\$ 1.269.844	\$ 1.307.940	\$ 1.347.178
Otros		\$ 35.829.402	\$ 36.904.284	\$ 38.011.412	\$ 39.151.754	\$ 40.326.307
Gastos de Actualización de registro mercantil ante Cámara de Comercio, concepto sanitario, bomberos y demás legalidades de pago anual (Pago de Diferidos)		\$ 2.620.402	\$ 2.699.014	\$ 2.779.984	\$ 2.863.383	\$ 2.949.285
Gastos Imprevistos		\$ 33.209.000	\$ 34.205.270	\$ 35.231.428	\$ 36.288.371	\$ 37.377.022
GASTOS OPERACIONALES		\$ 3.088.340.645	\$ 3.265.851.780	\$ 3.463.695.747	\$ 3.684.992.021	\$ 3.933.451.082
Activos Fijos Intangibles (licencias y permisos)		\$ 227.000	\$ 234.968	\$ 243.215	\$ 251.752	\$ 260.588
Dotación del personal (dar mínimo 3 dotaciones en el año)		\$ 5.520.000	\$ 5.685.600	\$ 5.856.168	\$ 6.031.853	\$ 6.212.809
Elementos de Protección Personal		\$ 20.909.700	\$ 21.536.991	\$ 22.183.101	\$ 22.848.594	\$ 23.534.052
Dotación Elementos de Bioseguridad		\$ 5.897.265	\$ 6.074.183	\$ 6.256.408	\$ 6.444.101	\$ 6.637.424
Materias Primas e insumos		\$ 1.795.248.000	\$ 1.849.105.440	\$ 1.904.578.603	\$ 1.961.715.961	\$ 2.020.567.440
Salarios de Nómina de producción Incl parafiscales		\$ 438.338.923	\$ 472.817.404	\$ 513.099.939	\$ 560.188.193	\$ 615.302.875
Salarios Nómina de área de ventas Incl parafiscales		\$ 150.497.316	\$ 162.062.650	\$ 175.554.220	\$ 191.297.733	\$ 209.688.978
Mantenimiento de Maquinaria, Equipo y Vehículos		\$ 33.960.000	\$ 34.978.800	\$ 36.028.164	\$ 37.109.009	\$ 38.222.279
Gastos de servicios en operación (Energía, servicios públicos y otros)		\$ 63.000.000	\$ 64.890.000	\$ 66.836.700	\$ 68.841.801	\$ 70.907.055
Instrumentos de confección		\$ 13.163.400	\$ 13.558.302	\$ 13.965.051	\$ 14.384.003	\$ 14.815.523
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

92

Gastos de Operación del vehículo		\$ 214.840.800	\$ 221.286.024	\$ 227.924.605	\$ 234.762.343	\$ 241.805.213
pago de IVA		\$ 314.596.018	\$ 381.479.196	\$ 459.027.351	\$ 548.974.457	\$ 653.354.625
Utilidades antes de Impuestos		\$ 454.830.075	\$ 702.183.416	\$ 1.027.251.737	\$ 1.405.300.986	\$ 1.844.869.315
impuesto industria y comercio		\$ 1.364.490	\$ 2.106.550	\$ 3.081.755	\$ 4.215.903	\$ 5.534.608
Impuesto sobre la Renta (DIAN) 31%		\$ 140.997.323	\$ 210.655.025	\$ 308.175.521	\$ 421.590.296	\$ 553.460.795
Utilidades después de Impuestos	\$ -	\$ 312.468.261	\$ 489.421.841	\$ 715.994.461	\$ 979.494.787	\$ 1.285.873.913
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 594.924.902	\$ 344.610.484	\$ 521.564.063	\$ 748.136.683	\$ 1.011.637.009	\$ 1.318.016.135

Fuente: Elaboración propia.

Este último flujo de caja representa un escenario en el cual no se contempla la financiación, situación muy beneficiosa ya que si se compara con el flujo de caja neto del Escenario normal con la financiación incluida, los índices financieros mejoran. Si bien el margen de utilidad no evidencia grandes cambios, si supone un periodo de recuperación de la inversión en menor tiempo. Se aclara que solo se realiza el análisis comparativo con el escenario normal, ya que está comprobado que los dos escenarios restantes presentan extremos financieros fuera de la realidad y solo en eventualidades muy especiales influenciadas por situaciones no esperadas, podrían presentarse.

Evaluando este último flujo de caja se tiene una VAN de \$ 2.220.834.211, una Tasa Interna de Retorno de 86% y una relación costo beneficio de 1.272, que si se compara con el escenario normal existe un incremento de 14 puntos porcentuales en la TIR, y un incremento en la relación costo beneficio de 0.1 punto. Indicadores que a mediano y largo plazo evidencian un mejor comportamiento de utilidades para la empresa y sus socios.

MÓDULO 12. ANÁLISIS DE RIESGOS

En el presente módulo se muestra la matriz de análisis de riesgos pre operacionales con sus respectivas clases, efectos, descripción y las medidas de mitigación aplicables según los aspectos administrativos, legales, financieros y demás que por su naturaleza comprenden un posible riesgo para la salud física, mental y de cualquier otra índole que pueda generar una situación de emergencia, inconformidad, penalidad etc. Además se muestra el análisis de sensibilidad del proyecto con sus características.

12.1. Análisis de Sensibilidad

Según (Arias, 2015), El análisis de sensibilidad es una técnica que estudia el impacto que tienen sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman. A continuación en la tabla 43 se muestra el análisis de sensibilidad planteando un escenario en el que el volumen de ventas disminuye en el 10%, para ello se muestra un flujo de caja con este escenario, representado por la venta del 75% de la producción.

Tabla 39. Flujo de caja En escenario negativo

FLUJO DE CAJA EMPRESA JEANS SHENNIS PROYECTADO A 5 AÑOS- ESCENARIO NORMAL						
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
inversión inicial	-\$ 594.924.902					
PRÉSTAMO	\$ 500.000.000					
INGRESOS (Utilidad Bruta)		\$ 3.345.919.618	\$ 3.729.228.169	\$ 4.164.503.681	\$ 4.659.579.879	\$ 5.223.575.428
Ingresos Operacionales por concepto de ventas		\$ 3.345.919.618	\$ 3.729.228.169	\$ 4.164.503.681	\$ 4.659.579.879	\$ 5.223.575.428
EGRESOS		\$ 3.279.156.501	\$ 3.488.212.355	\$ 3.685.266.967	\$ 3.905.469.521	\$ 4.152.760.198
NO OPERACIONALES		\$ 262.045.517	\$ 275.856.350	\$ 292.104.832	\$ 311.169.517	\$ 333.866.380
De administración		\$ 213.042.113	\$ 228.510.766	\$ 246.477.528	\$ 267.323.128	\$ 291.588.551
Salarios Nómina administrativa		\$	\$	\$	\$	\$

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE JEANS

94

		195.285.163	210.221.108	227.639.180	247.957.199	271.682.670
Pago de Servicios (Alquiler de bodega, servicios públicos y otros)		\$ 16.560.000	\$ 17.056.800	\$ 17.568.504	\$ 18.057.990	\$ 18.558.704
Seguros		\$ 1.196.950	\$ 1.232.859	\$ 1.269.844	\$ 1.307.940	\$ 1.347.178
De financiación		\$ 13.174.003	\$ 10.441.300	\$ 7.615.893	\$ 4.694.635	\$ 1.951.522
Abono a intereses de Financiación		\$ 13.174.003	\$ 10.441.300	\$ 7.615.893	\$ 4.694.635	\$ 1.951.522
Otros		\$ 35.829.402	\$ 36.904.284	\$ 38.011.412	\$ 39.151.754	\$ 40.326.307
Gastos de Actualización de registro mercantil ante Cámara de Comercio, concepto sanitario, bomberos y demás legalidades de pago anual (Pago de Diferidos)		\$ 2.620.402	\$ 2.699.014	\$ 2.779.984	\$ 2.863.383	\$ 2.949.285
Gastos Imprevistos		\$ 33.209.000	\$ 34.205.270	\$ 35.231.428	\$ 36.288.371	\$ 37.377.022
GASTOS OPERACIONALES		\$ 3.017.110.983	\$ 3.180.213.783	\$ 3.361.019.912	\$ 3.562.157.782	\$ 3.786.751.595
Activos Fijos Intangibles (licencias y permisos)		\$ 227.000	\$ 234.968	\$ 243.215	\$ 251.752	\$ 260.588
Dotación del personal (dar mínimo 3 dotaciones en el año)		\$ 5.520.000	\$ 5.685.600	\$ 5.856.168	\$ 6.031.853	\$ 6.212.809
Elementos de Protección Personal		\$ 20.909.700	\$ 21.536.991	\$ 22.183.101	\$ 22.848.594	\$ 23.534.052
Dotación Elementos de Bioseguridad		\$ 5.897.265	\$ 6.074.183	\$ 6.256.408	\$ 6.444.101	\$ 6.637.424
Materias Primas e insumos		\$ 1.795.248.000	\$ 1.849.105.440	\$ 1.904.578.603	\$ 1.961.715.961	\$ 2.020.567.440
Salarios de Nómina de producción Incl parafiscales		\$ 438.338.923	\$ 472.817.404	\$ 513.099.939	\$ 560.188.193	\$ 615.302.875
Salarios Nómina de área de ventas Incl parafiscales		\$ 150.497.316	\$ 162.062.650	\$ 175.554.220	\$ 191.297.733	\$ 209.688.978
Mantenimiento de Maquinaria, Equipo y Vehículos		\$ 33.960.000	\$ 34.978.800	\$ 36.028.164	\$ 37.109.009	\$ 38.222.279
Gastos de servicios en operación (Energía, servicios públicos y otros)		\$ 63.000.000	\$ 64.890.000	\$ 66.836.700	\$ 68.841.801	\$ 70.907.055
Instrumentos de confección		\$ 13.163.400	\$ 13.558.302	\$ 13.965.051	\$ 14.384.003	\$ 14.815.523
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
Gastos de Operación del vehículo		\$ 214.840.800	\$ 221.286.024	\$ 227.924.605	\$ 234.762.343	\$ 241.805.213
pago de IVA		\$ 243.366.357	\$ 295.841.199	\$ 356.351.516	\$ 426.140.218	\$ 506.655.138
Utilidades antes de Impuestos		\$ 66.763.117	\$ 241.015.814	\$ 479.236.714	\$ 754.110.358	\$ 1.070.815.230
impuesto industria y comercio		\$ 200.289	\$ 723.047	\$ 1.437.710	\$ 2.262.331	\$ 3.212.446
Impuesto sobre la Renta (DIAN) 31%		\$ 20.696.566	\$ 72.304.744	\$ 143.771.014	\$ 226.233.107	\$ 321.244.569
Utilidades después de Impuestos	\$ -	\$ 45.866.261	\$ 167.988.022	\$ 334.027.990	\$ 525.614.919	\$ 746.358.215
Depreciación		\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222	\$ 32.142.222
Amortización del Préstamo		\$ 93.441.381	\$ 96.611.316	\$ 99.888.789	\$ 103.277.448	\$ 106.781.066
FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 594.924.902	-\$ 15.432.897	\$ 103.518.929	\$ 266.281.423	\$ 454.479.693	\$ 671.719.371

Si se compara con el escenario normal se tiene que :

INDICADORES FINANCIEROS	Valor
TASA DE DESCUENTO (COK)	10%
VALOR ACTUAL NETO (V.A.N)	\$1.822.842.987
TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R)	72%
RELACIÓN COSTO BENEFICIO R.C.B	1,269
INDICADORES FINANCIEROS	Valor
TASA DE DESCUENTO (COK)	10%
VALOR ACTUAL NETO (V.A.N)	\$ 404.159.826
TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R)	25%
RELACIÓN COSTO BENEFICIO R.C.B	1,130

Como se puede visualizar, el proyecto es sensible a variables relacionadas con el volumen de ventas. Mínimas variaciones producen efectos de disminución de la TIR. Para evitar inconvenientes de operación y sostenibilidad de la empresa por estas variables se debe vigilar muy de cerca la estrategia de ventas para atraer cada vez más público y sostener los presupuestos de ventas presentados anteriormente, de lo contrario, es posible caer en un punto de no retorno donde se deba liquidar la empresa. Esto nos indica tener un volumen de ventas mínimo del 75% para obtener una rentabilidad mínima, con lo que una disminución de ventas del proyecto inferior a este porcentaje pondría en alto riesgo el proyecto. Igualmente, se deben monitorear las negociaciones con los proveedores para

obtener los mejores beneficios que ayuden a sostener presupuestos y no afecten de una manera drástica los indicadores del proyecto.

12.2. Matriz de Análisis de Riesgos

En este apartado se muestran otros posibles riesgos pre-operacionales a tener en cuenta.

Tabla 40. Análisis de riesgos del proyecto.

Nombre del proyecto		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE JEANS DENOMINADA “SHENNNIS” UBICADA EN LA CIUDAD DE NEIVA, DEPARTAMENTO DE HUILA, COLOMBIA						
Responsable del diligenciamiento		Asociados “Jeans Sheenis”			Cargo		Representante Legal	
MATRIZ DE IMPACTO-ANÁLISIS DEL RIESGO								
#	TIPO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	EFECTO O CONSECUENCIA	ANÁLISIS DEL RIESGO			RESPONSABLE	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
				PROBABILIDAD	IMPACTO	ZONA DE RIESGO		
						Severidad	Evaluación	
14	FINANCIEROS	Ineficiente ejecución presupuestal.	Incumplimiento de metas, desventaja competitiva	3	4	12	ALTA	Administrador del proyecto Tener una planificación y proyección presupuestal y adaptarla a las condiciones necesarias, tener actualizados informes y datos ordenados, control de cartera,
15		Inclusión de gastos no contemplados.	Sobreendeudamiento, pago de intereses, pérdida de sostenibilidad, afectar rubros que no corresponden con el objeto del gasto.	4	4	16	EXTRERMA	Administrador del proyecto Disponer de recursos para imprevistos.

16		Incumplimiento del pago de obligaciones	Procesos de cobro, suma de intereses, sanciones por parte de los entes de control.	2	4	8	ALTA	Administrador del proyecto	Control en los procesos de gestión financiera, registros y soportes contables actualizados, revisiones periódicas de información financiera y facturación, capacitaciones y consulta permanente de las normas.
17		Mala estimación de los costos durante la fase de inicio del proyecto.	Sobrecostos, sobreendeudamiento, conflictos de las partes interesadas, posible liquidez de activos.	3	3	9	ALTA	Administrador del proyecto	Proteger activos mediante seguros, planificar los posibles costos directos e indirectos, evaluar los costos.
18		Cambio en Tasa de Cambio representativa para adquisición de productos	Incremento de los precios de equipos e insumos	2	3	6	MODERADO	Administrador del proyecto	Implementación de un rubro de imprevistos u otros en la formulación del proyecto para satisfacer el incremento de precio de los equipos y/o insumos.
19	ADMINISTRATIVOS	Cambio en POT en administraciones futuras	Cambios en la infraestructura y dificultad para establecer nuevas edificaciones.	2	2	4	MODERADO	Administrador del proyecto	Uso de instrumentos jurídicos y legales para no permitir cambios en el POT.
20		Falta de planeación de los procesos	Información descentralizada, desorientación en enfoque, desequilibrio en el proyecto, falta de visión, pérdida de productividad, incumplimiento de metas.	2	3	6	MODERADO	Administrador del proyecto	Orientar los procesos a la planificación estratégica, análisis de resultados, seguimiento y control de los procesos ejecutados.
21		Falla de gestión de la calidad	Aumento de costos, entrega del proyecto con asuntos pendientes, pérdida de credibilidad, desventaja competitiva.	3	4	12	ALTA	Administrador del proyecto	Implementación de métodos efectivos para el monitoreo de la calidad mediante las fases planificar, hacer, verificar y actuar, y otros para el control de la calidad basados en la mejora continua.

22		Paro de labores por falta de materiales y suministros	Imposibilidad de desarrollar el proyecto y terminarlo en el plazo estimado.	4	3	1 2	ALTA	Administrador del proyecto	Estudio de especificaciones de materiales y de construcción, adecuar recursos alternos como medidas de contingencia.
23		Inexistencia de elementos tecnológicos y/o físicos en el mercado de bienes y servicios	Cambios en los plazos de entrega.	4	3	1 2	ALTA	Administrador del proyecto	Estudio de mercados, alternativas de oferentes en el mercado nacional e internacional.
24		Mal dimensionamiento de las capacidades técnicas del equipo.	Retraso en los procesos, pérdida de tiempo y calidad del producto.	3	3	9	ALTA	Administrador del proyecto	Estudios previos técnicos y operacionales, manual de funcionamiento, fichas técnicas.
25	LEGALES	Incumplimiento del marco legal obligatorio	Sanciones por parte de los entes administrativos gubernamentales.	1	4	4	MODERADO	Administrador del proyecto	Manual de interventoría y 98plaguicidas, auditorías, registros de procesos, seguimientos regulares.
26		Fraude interno, conductas inadecuadas	Se incurran a sanciones legales y pérdida de credibilidad, daño en la imagen.	1	3	3	BAJA	Administrador del proyecto	Desarrollo de controles administrativos para impedir situaciones de fraude, auditoría interna, herramientas de detección tecnológica, capacitaciones y consulta permanente de las normas.
27		Ineficiencia en la transparencia en el manejo de los recursos	Deterioro de la imagen institucional, procesos penales administrativos y financieros, sanciones.	1	4	4	MODERADO	Administrador del proyecto	Auditorías, controles administrativos de rubros, delegación del gasto, manual de funciones.
28		Fraude externo	Retraso en el cumplimiento de metas, deterioro de la imagen, procesos penales y sanciones.	1	4	4	MODERADO	Administrador del proyecto	Auditorías internas y externas, programas de prevención de fraudes y corrupción.

29		Afectar rubros que no corresponden con el objeto del gasto en beneficio propio o a cambio de una retribución económica.	Faltas disciplinarias, procesos penales, demandas.	2	4	8	ALTA	Administrador del proyecto	Verificación por parte de supervisores, auditorías y controles, registros de flujos de caja, control de cartera.
30		Cambio en normativa que regula la investigación y desarrollo de tecnologías innovadoras.	Posible Disminución de recursos para la Investigación y desarrollo científico.	2	3	6	MODERADO	Administrador del proyecto	Uso de instrumentos jurídicos y legales.
34	SOCIALES	Asonadas, manifestaciones, de parte de la comunidad y/o grupos indígenas	Clausura de actividades, pérdidas económicas, daños a las instalaciones.	1	4	4	MODERADO	Administrador del proyecto	Plan de contingencia, comunicación constante, números de emergencia para apoyo de autoridades, capacitaciones en la administración de emergencias públicas. .
35		Desplazamiento involuntario de personas por grupos armados delincuenciales.	Clausura de actividades, pérdidas económicas, daños a las instalaciones.	2	4	8	ALTA	Administrador del proyecto	Protección de activos mediante seguros, plan de contingencia, números de emergencia para apoyo de autoridades.
37		Atentados terroristas	Clausura de actividades, pérdidas económicas, daños a las instalaciones, a la producción y a los seres humanos.	1	5	5	MODERADO	Administrador del proyecto	Plan de contingencia, comunicación constante, números de emergencia para apoyo de autoridades, capacitaciones en la administración de emergencias públicas. .
38		Públicos, robos y atracos)	clausura de actividades, pérdidas económicas, daños a las instalaciones, a la producción y a los seres humanos.	2	4	8	ALTA	Administrador del proyecto	Protección de activos mediante seguros, plan de contingencia, números de emergencia para apoyo de autoridades.

Fuente: Elaboración Propia

MÓDULO 13. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

13.1. Sostenibilidad ambiental

Del mismo modo cualquier decisión y acción que tome la empresa tiene un impacto sobre el medio ambiente, si bien puede ser consumiendo recursos naturales, como contaminándolo, por esta razón los aspectos sociales y medioambientales no se pueden asumir de maneras separadas, debe existir un intercambio entre los distintos aspectos mencionados para que una responsabilidad pueda equilibrarse en contra de otra (De La Cuesta & Valor, 2003). Cada una de las industrias debe cumplir con ciertas normas que buscan controlar los cambios físicos, químicos y biológicos para hacer de la afluyente un agua que no sea dañina y que pueda ser reutilizada, dentro de las normas legales.

Formalmente se denominan Recursos Naturales a los bienes que proporciona la naturaleza y que sirven al ser humano para cubrir sus necesidades. En Estocolmo (Suecia) entre el 5 y el 16 de junio de 1972 se celebró la Conferencia Científica de las Naciones Unidas o mejor conocida como la Primera Cumbre para la Tierra, en donde, mediante declaración adoptada por los miembros, se propuso en el marco de sus principios la conservación y mejora del medio ambiente y un plan de acción que contenía recomendaciones para la acción medioambiental internacional, a consecuencia entre otras cosas de las investigaciones presentadas por Clair Cameron Patterson (Álvarez & Nelson, S.F.). Es en este espacio donde se habla por primera vez del problema del cambio climático, resultado de detritos y contaminantes, y señalando de paso a los gobiernos la importancia de considerar los eventos que pudieran alterar y repercutir sobre el clima. En esa Conferencia se creó el organismo de Naciones Unidas que habría de encargarse de los

asuntos medioambientales: el Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Pero en un plano socioeconómico se dio un paso más allá, pues desde entonces los recursos naturales son considerados como bienes materiales escasos (alimentos, materias primas y servicios ambientales) que son producidos por la naturaleza, sin interferencia humana, y a los que se les atribuye como objetivo primordial cubrir las necesidades humanas vitales, que son de carácter ilimitado. Atendiendo a esta premisa la Ciencia Económica distingue entonces los Recursos Renovales de los Recursos No Renovables. Los primeros, como su nombre indica, tienen una mayor facilidad para su renovación, por lo que son más difíciles de agotar. Mientras que, los Recursos No Renovables, son aquellos recursos que no se pueden producir al mismo ritmo que son consumidos, lo que implica que su obtención sea limitada. Las últimas tendencias político-económicas pretenden hacer un análisis de los mismos de forma que se pueda mantener e incluso estimular el crecimiento económico de forma controlada, tratando de preservar los recursos naturales, a esto es lo que se denomina como “Desarrollo Sostenible” o “Sustentabilidad”.

Este concepto fue un hito “revolucionario” en el modelo de crecimiento económico, que plantea que ya no se puede crecer de cualquier modo, sino que es preciso hacerlo manteniendo las mismas condiciones ambientales, en otras palabras, que hay que cuidar que las circunstancias medioambientales permanezcan, porque los recursos naturales no son ilimitados. Por ende, empresa sostenible es aquella que integra los principios de sostenibilidad, visión a largo plazo, diversidad de opiniones, Integridad y responsabilidad. Según Amartya Sen, reconocer una dimensión ética y socialmente responsable en la vida de

la empresa no implica establecer valores éticos ni normas particulares, se trata sólo de reconocer que esa dimensión ética existe y que hay que tenerla en cuenta.

13.1.1. Marco Legal Ambiental

La Constitución Nacional en desarrollo del principio de desarrollo sostenible consagró en su Art. 80 que: " El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en zonas fronterizas ". Lo anterior implica asegurar que la satisfacción de las necesidades actuales se realice de una manera tal que no comprometa la capacidad y el derecho de las futuras generaciones para satisfacer las propias. El artículo 80 de la Constitución Política consagra el mandato de prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados; e igualmente, el artículo 88 de la Constitución establece la responsabilidad objetiva por el daño inferido a los derechos e intereses colectivos. Así mismo, la presente Ley establece el marco regulatorio y de procedimiento para hacer efectiva la responsabilidad por la infracción de las normas ambientales y la generación de peligros y daños al ambiente, los recursos naturales renovables, ecosistemas naturales y servicios ambientales que éstos prestan, que provengan de obras, proyectos o actividades. Las disposiciones de la presente ley no se aplican a casos de responsabilidad civil extracontractual por daños o afectaciones a la propiedad privada, la salud o al patrimonio individual que puedan derivarse por la infracción de normas ambientales.

La Constitución Política de Colombia de 1991 elevó a norma constitucional la consideración, manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente. En su Artículo 79, la Constitución Nacional consagra que: Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La Ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines. Esta norma constitucional puede interpretarse de manera solidaria con el principio fundamental del derecho a la vida, ya que éste sólo se podría garantizar bajo condiciones en las cuales la vida pueda disfrutarse con calidad.

Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental. La Ley suscita: “Todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental de la República,” según lo anterior se exige la implementación de un Departamento de Gestión Ambiental en las empresas medianas y grandes, que tengan código CIU industrial, es decir que su operación económica este reglamentada y estandarizada a nivel internacional, por lo cual se ven obligadas a tener este departamento, “lo importante es que todas las empresas independientemente de su tamaño cumplan con la norma ambiental, es decir, con las leyes, decretos y resoluciones que tiene que ver con el monitoreo e impacto ambiental que puedan tener” dijo Hildegard Heins, Gerente de Equilibrium Consulting Group. La Sentencia 486 de la Corte Constitucional del

22 de julio de 2009, excluye a las micro y pequeñas empresas de cumplir esta regla, ya que la implementación de esta norma ambiental requiere de una inversión económica que pone en riesgo su viabilidad y rentabilidad. Esta ley no plantea sanciones, estas deben ser impuestas por cada autoridad departamental teniendo en cuenta las fechas establecidas, en Bogotá, por ejemplo, la Secretaría de Ambiente ya cerró las fechas de registro de los Departamento de Gestión Ambiental, el procedimiento a seguir por parte de la Secretaría, es el seguimiento a las empresas que registraron sus departamentos y las visitas a las empresas que no hayan inscrito su departamento para conocer el motivo de por qué no lo hicieron “lo importante y lo que se debe tener en cuenta, es que más que inscribir el departamento, es la gestión de las empresas para difundir el mensaje y el espíritu de la norma y la implementación del Departamento de Gestión Ambiental” afirmó la Gerente de Equilibrium Consulting Group, empresa dedicada a la sostenibilidad y a la estrategia ambiental que se encarga de asesorar a todas las empresas independientemente de su actividad, convirtiéndolas en empresas sostenibles mediante la utilización adecuada y minimizada de los recursos como el agua, la energía etc. La resolución 0631 de 2015 regula los vertimientos puntuales a cuerpos de agua superficiales y alcantarillado público y señala que la Responsabilidad Social Empresarial es una gestión ética del negocio que le permite a las empresas actuar de forma positiva para con su entorno, tanto con sus trabajadores y clientes como con el medio ambiente. La norma ISO 14001 es la norma internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que ayuda a su organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de sus prácticas de negocios habituales. El decreto 1299 en uno de sus artículos habla de la obligación de las empresas de tener sistemas y proyectos que contribuyan al aumento de su sostenibilidad de manera continua,

evaluando la implementación de proyectos que busquen disminuir el impacto ambiental de las actividades de la empresa y la creación de conciencia. De acuerdo con la **ley 1124 de 2007** y el decreto **1299 del 22 de abril de 2008**, la empresa “Jeans Shennis” se compromete a crear e implementar un departamento de gestión ambiental en el lapso de los seis meses establecidos por el decreto, con el objeto de establecer e implementar acciones encaminadas a dirigir la gestión ambiental de la empresa, velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental, prevenir, minimizar y controlar la generación de cargas contaminantes, promover prácticas de producción más limpia y el uso racional de los recursos naturales. Además, aumentar la eficiencia energética y el uso de combustible más limpio, implementar opciones para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, y proteger y conservar los ecosistemas.

MÓDULO 14. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto establece una evaluación, análisis y lineamientos que busca la creación de una empresa, la cual pretende dedicarse a la manufactura y confección de Jeans de alta calidad, bajo la razón social “Jeans Shennis S.A.S”, con la sociedad de 3 emprendedores, con diversas profesiones entre ellos un economista, un contador público y un administrador financiero, personas altamente capacitadas y conocedoras del entorno comercial y financiero. Este grupo mediante la propuesta planteada, busca incursionar en un sector poco explorado desde la perspectiva de producción debido a que en la ciudad de Neiva, ubicada en el departamento del Huila-Colombia, solo existen empresas del orden nacional que han puesto sucursales pequeñas las cuales no se dedican a la fabricación directa, y que basan su funcionamiento exclusivamente en la comercialización. Bajo estas consideraciones el objetivo fundamental de este trabajo se centró en establecer un plan de negocios analizando la factibilidad y viabilidad económica para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Jeans en la ciudad de Neiva. Otras premisas que se buscaron con el proyecto se centraron en 1. Realizar un estudio de mercado con el fin de identificar cuáles son las condiciones de oferta y demanda 2. Realizar un estudio técnico y de ingeniería de los procesos de producción y logística del producto 3. Desarrollar un estudio administrativo, legal y de viabilidad económica y 4. Evaluar la factibilidad financiera para la creación de la empresa. Con esto se estableció un análisis DOFA en el capítulo de diagnóstico, una investigación del mercado mediante una encuesta, una estrategia de marketing, un plan operativo, un estudio técnico especializado y una evaluación financiera que arrojó para el proyecto, flujos de caja efectivos en concordancia

con el estudio basado en gerencia por escenarios, en los cuales se analizaron un total de tres (3) ; el primero que tiene que ver con un escenario positivo, el segundo analizado bajo un escenario normal y apegado a la realidad y el tercero un escenario negativo que podría darse eventualmente si existieran imprevistos. Específicamente en el escenario normal (el cual es el más idóneo para tomar decisiones) los datos que arrojó el análisis como indicadores financieros fueron; una Tasa Interna de Retorno TIR del 72%, un Valor Actual Neto VAN de \$ \$ 1.822.842.987 y una relación Costo Beneficio de 1.269; índices que evidenciaron una situación alentadora para ejecutar el proyecto de acuerdo con la proyección de ventas para 5 años. Los demás escenarios mostraron extremos que generalmente están muy alejados de la realidad financiera, contable y administrativa de una empresa.

CONCLUSIONES

El estudio de mercado establecido por la encuesta realizada da cuenta de que, en la ciudad de Neiva existe una alta demanda en la compra de ropa, especialmente en Jeans, sin embargo existen pocas empresas que se dediquen a la fabricación, confección y distribución de jeans de calidad que posean características físicas, tecnológicas y funcionales para competir y sostenerse. Se ha identificado una fuerte competencia u oferta de fabricación de empresas como STUDIO F, LEVIS , DIESEL, CHEVIGNON, Sin embargo se identificó que estas empresas son externas y solo se dedican a la exclusiva comercialización de Jeans. Bajo este análisis la empresa “Jeans Shennis” de acuerdo con la caracterización de sus capacidades, cuenta con condiciones para entrar a competir en este mercado e ir en concordancia con la dinámica de la oferta, aprovechando que su función esencial es brindar servicios innovadores con diseños de calidad. Con estas consideraciones se debe tener en cuenta que, para que el perfil competitivo en el sector de la manufactura sea diferenciado, debe establecer estrategias innovadoras a través de la mejora continua de sus servicios para el máximo aprovechamiento económico y social del producto, en una economía de continua competencia y transformación del entorno.

El estudio técnico evidenció que se requiere una inversión inicial, incluyendo un capital de trabajo desde el ámbito financiero de \$ 594.924.902, y para poder iniciar operaciones proyectadas para el año 1, se requiere un capital de trabajo para el primer mes de mínimo \$ 257.914.500. Adicionalmente se evidencia que para satisfacer la demanda y el volumen de producción, se requieren procesos de pre alistamiento, confección, distribución, inversión en maquinaria, equipos, muebles, vehículos, planta física especializada e implementar un área de producción y un área administrativa que soporte el

buen funcionamiento de la empresa, la cual funcione bajo un talento humano capacitado y con experiencia en la labor manufacturera. Ahora bien, para garantizar los ingresos netos para el desarrollo de jeans de alta calidad y diseño innovador, se estableció un precio de venta mínimo de \$71.345 IVA incluido, el cual además incluye el diseño, un plus que genera innovación y desarrollo productivo.

El estudio administrativo y legal evidencia que la empresa requiere para funcionar de la mejor manera, establecer unas políticas que tienen que ver con la compra el manejo de efectivo, el manejo administrativo y los salarios del equipo de talento humano; además se requiere subdividir la empresa en diferentes áreas tales como áreas de producción, área de recepción de materiales y un área administrativa, que se encargan de organizar la documentación necesaria para el debido funcionamiento de la empresa y también pueden ejercer el control necesario de todos los procesos que se llevan a cabo en las otras áreas. Por su parte para que sea viable económicamente el proyecto de creación de empresa, la rentabilidad o utilidad mínima será del 13% por unidad producida, lo que evidenció al final un flujo de caja positivo para los periodos analizados en el escenario normal, con una proyección de ventas total a 5 años de \$24.436.500.937

La evaluación económica y financiera del proyecto de *“Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de fabricación de jeans denominada “Shennis” ubicada en la ciudad de Neiva, departamento de Huila, Colombia”* mediante la aplicación del análisis financiero básico establecido por diferentes autores, mostró para un escenario normal una TIR de 72%, un VAN de \$ 1.822.842.987 y una relación costo beneficio de 1.269. El periodo de recuperación de la inversión es positivo con lo cual, los resultados desde la perspectiva privada resultan muy atractivos. Estos índices nos indican finalmente

que debido a que el Valor Actual Neto VAN es mayor que cero el proyecto es viable y se puede recomendar para implementar para el modelo de negocio bajo una tasa de descuento COK del 10%. Por otro lado, bajo la consideración de una tasa de descuento base del 10%, la Tasa Interna de Retorno dio un valor que es mayor a la tasa de descuento base, con lo cual el interés equivalente sobre el capital generado por el proyecto es superior al interés mínimo aceptable de capital bancario, por consiguiente el proyecto es aceptable, y se recomienda su ejecución bajo estos escenarios.

Finalmente cabe destacar que la evaluación económica y financiera para proyectos de inversión privada reduce la incertidumbre, si desde su formulación o pre factibilidad, se profundiza en las implicaciones técnicas, económicas, financieras, administrativas y otros contextos que afecten la eficiencia económica de las entidades que proponen, implementa y ejecutan los proyectos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez M. N., (S.F.) Retrospectiva y reflexiones aproximadas acerca de la degradación del medio ambiente. p 30.

Andrade, S., (2005) Diccionario de economía.

Ayala Molina, S. A., & Torres Restrepo, L. Y. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital.

Arias, E., (2015). Análisis de Sensibilidad. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.html> . El 11 de Noviembre de 2020.

Bayer, R. (1961). Historia de la Estética. París: Fondo de Cultura Económica. Disponible en <https://books.google.com.co/books?id=gkRkCgAAQBAJ&pg=PT18&dq=belleza+seg%C3%BAAn+Hesiodo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje3erj16vPAhUJbR4KHbjA BY0Q6AEIHDA.#v=onepage&q=lo%20bello%20es%20aquello&f=false>

Bernal, C. A. (2006). Metodología de la investigación (No. 001.42 B4564m Ej. 1 022619). Pearson.

Bernal, J. P., Triana, L. L., & Taboso, I. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Jeans para dama (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).

Berry, C., Wang, H., & Hu, S. J. (2013). Product architecting for personalization. *Journal of Manufacturing Systems*, 32(3), 404-411.

Chapman, A. (2004). Análisis DOFA y análisis PEST. Accesible en:

<http://www.degerencia.com/articulos.php>

Cuervo, K. (2017) ¿Por qué vale la pena constituir una SAS? Tomado de

<https://www.finanzaspersonales.co/impuestos/articulo/por-que-vale-la-pena-constituir-una-sas/37888>

De Castro, S. M., (2005) La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa 53.

De La Cuesta, G. M. & Valor, M. C. (2003) Responsabilidad social de la empresa

Concepto, medición y desarrollo en España. Boletín económico de ice N° 2755.

Díaz, C. L. M., & Castro, J. F. (2015). Uso del Valor actual Neto, tasa Interna de retorno y

relación Beneficio-costos en la evaluación financiera de UN Programa de

Vacunación de fiebre aftosa en el estado Yaracuy, Venezuela. *Revista de la*

Facultad de Ciencias Veterinarias, UCV, 56(1), 58-61.

García, J. & Casanueva, C. (2001) *Prácticas de la gestión empresarial*. Editorial Mc Graw

Hill, P 3.

Hernández S. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1996). Metodología de la Investigación. XXVI Mc. Graw Hill. Koenigsberger O. (1977).

Huiracocha Salavarría, M. C., Lima Perlaza, C. A., & Santos Altamirano, M. F. (2012). Proyecto Creación De Una Empresa Dedicada A La Comercialización De Jeans Reversibles, En La Ciudad De Guayaquil (Doctoral Dissertation).

Humphrey, A., & Lie, B. (2004). Análisis de matriz DOFA.

Mazria E. (1983). Viviendas y edificios en zonas cálidas y tropicales. Madrid, Paraninfo. El libro de la energía solar pasiva. Ed. G. Gili. México. Normas IRAM, 11601.

Mete, M. R. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7), 67-85.

Mosquera, G. A., Triana, D. K., Álvarez, R., Naranjo, A., Perea Robayo, G. D., & Gaitán Beltrán, N. (2017). Caracterización tejido empresarial Neiva: resumen ejecutivo.

Nemati, H., & Smith, K. (2006). Evolution of an executive information system: the replenishment data warehouse at JeansWear. In *Cases on Database Technologies and Applications* (pp. 26-45). IGI Global.

Peter, J. P., Olson, J. C., Jorge Luis Blanco y Correa Magallanes, Taymani, Y. L., &

Nicolesco, J. D. (2006). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing.

McGraw-Hill.

Rivas, O. A. C. (2005). Estudio de tiempos y movimientos en el proceso de producción de una industria manufacturera de ropa.

Santamaría Cáceres, F. P. (2011). El proceso de producción y su incidencia en la calidad de servicio de lavado y tinturado de jeans de la Empresa Sunnytec Ecuador SA de la ciudad de Pelileo (Bachelor's thesis).

Sapag, Ch. N., (S.F). Preparación y Evaluación de Proyectos. Quinta Edición. Mc-Graw Hill.

Valencia, W. A. (2011). Indicador de rentabilidad de proyectos: el valor actual neto (van) o el valor económico agregado (eva). *Industrial data*, 14(1), 15-18.

Enlaces de Consulta

Alcaldía de Neiva.

<http://www.alcaldianeiva.gov.co/Gestion/EstudiosInvestigacionesyOtrasPublicaciones/Informe%203%20-%20Estudio%20de%20Crecimiento%20Urbano.pdf>

DANE. Estadísticas de comercio internacional. (2017) Disponible en:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional>

El eterno jean se vende como pan caliente. (2014) El universal. Disponible en:

<http://www.eluniversal.com.co/economica/el-eterno-jean-se-vende-como-pan-caliente-149522>

Inexmoda. Consumo de vestuario en Colombia – gasometría (2016) sala de prensa

inexmoda. Disponible en: <http://saladeprensainexmoda.com/consumo-de-vestuario-en-colombia-gastometria-enero-2016/>

Matriz de Riesgos de una fabrica Textil. (2014)

<https://es.scribd.com/doc/244812365/Matriz-de-Riesgo-Confecciones>

Portafolio. (2011). Colombianos gastan \$1,43 billones en Jeans. Portafolio, 1. Disponible

en <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombianos-gastan-43-billonesjeans-194534>.

Publimetro. (2015). Colombiatex: El poder del Denim made in Colombia. Publimetro, 1.

Disponible en

<https://www.publimetro.co/co/vidaconestilo/2015/01/28/colombiatex-denim-made-incolombia.html>

Rivera, C. (2013). KeyJeans. Disponible en

<http://www.keyjeans.com.co/index.php/quienes-somos>

Rockcontent. (2019). Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/punto-de-equilibrio/>

Sas, G. J. (2014). GNX Jeans. Disponible en

<http://fichas.findthecompany.com.mx/1/142247339/GNX-Jeans-Sas-en->

[Bogota](#)

APÉNDICES

Anexo 1. Análisis proyectado de gastos salariales y parafiscales

Gastos salariales y prestacionales 2020 -patrono		Proyección año 1 de operación				
CALCULO MENSUAL PARA UNA PERSONA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
% real diferencial vigencia (2019-2020)	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
crecimiento	6,0%	6,6%	7,2%	7,8%	8,4%	9,0%
SMMLV	\$ 877.803	\$ 935.738	\$ 1.003.111	\$ 1.081.354	\$ 1.172.188	\$ 1.277.685
% real AUXILIO TRANSPORTE	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
crecimiento	10,0%	16,0%	16,6%	17,2%	17,8%	18,4%
auxilio transporte (Solo aplica para el personal que se gana 1 SMLV)	102.853	119.309	139.114	163.042	192.063	227.403
TOTAL SALARIO MENSUAL	\$ 980.656	\$ 1.055.047	\$ 1.142.225	\$ 1.244.396	\$ 1.364.251	\$ 1.505.088
Prestaciones sociales	\$ 376.185	\$ 420.388	\$ 451.600	\$ 487.925	\$ 530.201	\$ 579.439
Salud (8,5%)	\$ 74.613	\$ 79.538	\$ 85.264	\$ 91.915	\$ 99.636	\$ 108.603
Pensión (12%)	\$ 105.336	\$ 112.289	\$ 120.373	\$ 129.762	\$ 140.663	\$ 153.322
ARL (0,522%) Riesgo I	\$ 4.582	\$ 22.795	\$ 24.436	\$ 26.342	\$ 28.554	\$ 31.124
Prima de servicios (Salario mensual * días trabajados durante sem/ 360)	\$ 73.150	\$ 77.978	\$ 83.593	\$ 90.113	\$ 97.682	\$ 106.474
Vacaciones (Salario mensual Básico * días trabajados/720 días)	\$ 36.575	\$ 38.989	\$ 41.796	\$ 45.056	\$ 48.841	\$ 53.237
Cesantías (Días laborados x Salario/ 360 días)	\$ 73.150	\$ 87.921	\$ 95.185	\$ 103.700	\$ 113.688	\$ 125.424
Intereses a las cesantías (Cesantías x días trabajadosx 0,12/360)	\$ 8.778	\$ 879	\$ 952	\$ 1.037	\$ 1.137	\$ 1.254
Aportes Parafiscales	\$ 79.002	\$ 84.216	\$ 90.280	\$ 97.322	\$ 105.497	\$ 114.992
Comfamiliar (4% sueldo)	\$ 35.112	\$ 37.430	\$ 40.124	\$ 43.254	\$ 46.888	\$ 51.107
ICBF (3%)	\$ 26.334	\$ 28.072	\$ 30.093	\$ 32.441	\$ 35.166	\$ 38.331
SENA (2%)	\$ 17.556	\$ 18.715	\$ 20.062	\$ 21.627	\$ 23.444	\$ 25.554
Dotación	\$ 43.890	\$ 45.207	\$ 46.563	\$ 47.960	\$ 49.399	\$ 50.881
PAGO MENSUAL UNA PERSONA 1 SMMLV	\$ 1.479.734	\$ 1.559.651	\$ 1.684.105	\$ 1.829.643	\$ 1.999.949	\$ 2.199.518

Anexo 2. Análisis detallado de Financiación

Descripción	Valor
Plazo	60
Monto	500.000.000
Tasa anual	2,88%
Tasa anual	3,34%
Tasa mensual	0,24%
Tasa mensual C/ IVA	0,28%
Pago mensual	\$9.060.269

Plazo (Meses)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses
1	\$492.331.731	\$9.060.269	\$7.668.269	1.200.000
2	\$484.642.114	\$9.060.269	\$7.689.617	1.181.596
3	\$476.931.089	\$9.060.269	\$7.711.025	1.163.141
4	\$469.198.597	\$9.060.269	\$7.732.493	1.144.635
5	\$461.444.577	\$9.060.269	\$7.754.020	1.126.077
6	\$453.668.970	\$9.060.269	\$7.775.607	1.107.467
7	\$445.871.715	\$9.060.269	\$7.797.254	1.088.806
8	\$438.052.754	\$9.060.269	\$7.818.962	1.070.092
9	\$430.212.024	\$9.060.269	\$7.840.730	1.051.327
10	\$422.349.465	\$9.060.269	\$7.862.558	1.032.509
11	\$414.465.017	\$9.060.269	\$7.884.448	1.013.639
12	\$406.558.619	\$9.060.269	\$7.906.398	994.716
13	\$398.630.210	\$9.060.269	\$7.928.410	975.741
14	\$390.679.728	\$9.060.269	\$7.950.482	956.713
15	\$382.707.111	\$9.060.269	\$7.972.616	937.631
16	\$374.712.299	\$9.060.269	\$7.994.812	918.497
17	\$366.695.230	\$9.060.269	\$8.017.070	899.310
18	\$358.655.840	\$9.060.269	\$8.039.389	880.069
19	\$350.594.069	\$9.060.269	\$8.061.771	860.774
20	\$342.509.855	\$9.060.269	\$8.084.215	841.426
21	\$334.403.133	\$9.060.269	\$8.106.721	822.024

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA DE JEANS

119

22	\$326.273.843	\$9.060.269	\$8.129.290	802.568
23	\$318.121.921	\$9.060.269	\$8.151.922	783.057
24	\$309.947.303	\$9.060.269	\$8.174.617	763.493
25	\$301.749.928	\$9.060.269	\$8.197.375	743.874
26	\$293.529.731	\$9.060.269	\$8.220.197	724.200
27	\$285.286.649	\$9.060.269	\$8.243.082	704.471
28	\$277.020.618	\$9.060.269	\$8.266.031	684.688
29	\$268.731.575	\$9.060.269	\$8.289.043	664.849
30	\$260.419.455	\$9.060.269	\$8.312.120	644.956
31	\$252.084.194	\$9.060.269	\$8.335.261	625.007
32	\$243.725.728	\$9.060.269	\$8.358.466	605.002
33	\$235.343.992	\$9.060.269	\$8.381.736	584.942
34	\$226.938.921	\$9.060.269	\$8.405.071	564.826
35	\$218.510.450	\$9.060.269	\$8.428.471	544.653
36	\$210.058.514	\$9.060.269	\$8.451.936	524.425
37	\$201.583.048	\$9.060.269	\$8.475.466	504.140
38	\$193.083.987	\$9.060.269	\$8.499.062	483.799
39	\$184.561.264	\$9.060.269	\$8.522.723	463.402
40	\$176.014.814	\$9.060.269	\$8.546.450	442.947
41	\$167.444.570	\$9.060.269	\$8.570.243	422.436
42	\$158.850.467	\$9.060.269	\$8.594.103	401.867
43	\$150.232.438	\$9.060.269	\$8.618.029	381.241
44	\$141.590.417	\$9.060.269	\$8.642.022	360.558
45	\$132.924.336	\$9.060.269	\$8.666.081	339.817
46	\$124.234.128	\$9.060.269	\$8.690.207	319.018
47	\$115.519.728	\$9.060.269	\$8.714.401	298.162
48	\$106.781.066	\$9.060.269	\$8.738.662	277.247
49	\$98.018.075	\$9.060.269	\$8.762.990	256.275
50	\$89.230.689	\$9.060.269	\$8.787.386	235.243
51	\$80.418.839	\$9.060.269	\$8.811.850	214.154
52	\$71.582.456	\$9.060.269	\$8.836.383	193.005
53	\$62.721.473	\$9.060.269	\$8.860.983	171.798
54	\$53.835.821	\$9.060.269	\$8.885.652	150.532
55	\$44.925.431	\$9.060.269	\$8.910.390	129.206
56	\$35.990.235	\$9.060.269	\$8.935.196	107.821
57	\$27.030.163	\$9.060.269	\$8.960.072	86.377
58	\$18.045.146	\$9.060.269	\$8.985.017	64.872
59	\$9.035.115	\$9.060.269	\$9.010.031	43.308
60	\$0	\$9.060.269	\$9.035.115	21.684

Anexo 3. Encuesta aplicada para el estudio de mercadeo.

Encuesta para establecer un análisis de estudio de mercado en la compra de Jeans

Objetivo: Establecer la preferencia de compra y variables que afectan al ciudadano Neivano en la compra de Jeans de diferente tipo.

Dirigida a:

Personas entre los 15 y 80 años de edad.

- Por favor responda a estas preguntas marcando con una X según su preferencia:

1. Género: Masculino Femenino

2. Elija su rango de edad: 15-19 20-24 25-80

3. Qué tipo de ropa prefiere usar?

3.1. Formal

3.2. Jeans

3.3. De moda

3.4. Deportiva

4. Usa Jeans? SI NO

5. Entre estas opciones, ¿qué marca de Jeans usa?

5.1. LEE

5.2. LEVIS

5.3. STUDIO F

5.4. Otra Cual? _____

6. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta a la hora de comprar un jean?

6.1. Precio

6.2. Calidad

6.3. Diseño

6.4. Marca

7. ¿Cuánto dinero suele gastar al comprar un jean?

7.1. Menos de \$50.000

7.2. Menos de \$100.000

7.3. Menos de \$200.000

7.4. Menos de \$300.000

8. Estaría dispuesto a comprar un jean fabricado en esta misma ciudad?

SI **NO**

9. Con qué frecuencia compra Jeans?

9.1. Mensual

9.2. Semestral

9.3. Trimestral

9.4. Anual

Observaciones y/o sugerencias:
