



FORTALECIMIENTO EMPRESA SERVIDOTACIONES DEL HUILA

Laura María Cedeño Pastrana

ID 790152

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Pitalito

Programa Contaduría Pública

Pitalito, febrero de 2025

Fortalecimiento empresa Servidotaciones del Huila

Laura María Cedeño Pastrana

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de contador público

Asesor(a)

Héctor Julio Vargas Castro

Esp. En Alta Gerencia

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Pitalito

Programa Contaduría Pública

Pitalito, febrero de 2025

Dedicatoria

*A la vida, por darme el valor de cambiar de rumbo.
Este giro transformó mis sueños y me permitió
encontrar mi verdadera vocación, con tan solo 23 años,
y tras sacrificios personales y decisiones difíciles, hoy
culmino una etapa que representa constancia, esfuerzo
y crecimiento.*

Resumen

El presente informe describe el proyecto de emprendimiento Servidotaciones del Huila, una empresa ubicada en Pitalito, Huila, dedicada a la confección y comercialización de uniformes industriales y equipos de protección personal (EPP). El objetivo principal es ofrecer productos de alta calidad, personalizados y que cumplan con las normativas de seguridad laboral vigentes, enfocados en sectores como el agroindustrial, la construcción, los servicios públicos y las instituciones educativas.

El diseño del proyecto abarca un estudio de mercado detallado, la elaboración de un plan financiero sólido y la implementación de un sistema de control interno que garantice la transparencia y eficiencia operativa. Se destacan las estrategias de sostenibilidad social y ambiental, con un enfoque en la generación de empleo y el desarrollo económico local. Además, el informe incluye una evaluación financiera que proyecta el crecimiento de la empresa en el mediano plazo, con estimaciones de rentabilidad y retorno de inversión.

Entre los resultados más relevantes se encuentran la consolidación de la estructura organizacional, la identificación de los principales proveedores y clientes, y el cumplimiento de los requisitos normativos. Las conclusiones resaltan la viabilidad del emprendimiento, el potencial de expansión y su impacto positivo en la comunidad de Pitalito.

Palabras clave: dotación industrial, equipos de protección personal, sostenibilidad, control interno, estudio de mercado, emprendimiento, viabilidad financiera.

Abstract

This report describes the entrepreneurial project Servidotaciones del Huila, a company located in Pitalito, Huila, dedicated to the manufacture and sale of industrial uniforms and personal protective equipment (PPE). The main objective is to offer high-quality, customized products that comply with current occupational safety regulations, focusing on sectors such as agroindustry, construction, public services, and educational institutions.

The project design includes a detailed market study, the development of a solid financial plan, and the implementation of an internal control system that guarantees operational transparency and efficiency. Social and environmental sustainability strategies are highlighted, with a focus on job creation and local economic development. In addition, the report includes a financial evaluation that projects the company's medium-term growth, with estimates of profitability and return on investment.

Among the most significant results are the consolidation of the organizational structure, the identification of key suppliers and customers, and compliance with regulatory requirements. The conclusions highlight the viability of the project, its potential for expansion, and its positive impact on the Pitalito community.

Keywords: industrial equipment, personal protective equipment, sustainability, internal control, market research, entrepreneurship, financial viability.

Contenido

1. Introducción	13
2. Justificación de la idea de emprendimiento	16
3. Objetivos	18
3.1. Objetivo general.....	18
3.2. Objetivos específicos	18
4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor.....	19
5. Concepto de negocio.....	19
6. Valor agregado.....	20
7. Antecedentes.....	21
8. Módulo de mercado	25
8.1. Análisis del Sector.....	25
8.2. Análisis del Mercado.....	26
8.3. Investigación de mercados	27
8.3.1. Tipo de investigación.....	27
8.3.2. Definición de la población.....	28
8.3.3. Muestra	29
8.3.4. Instrumentos utilizados para recolectar la información.....	29
8.3.5 Análisis y sistematización	32

8.3.6 Conclusiones del estudio de mercado.....	47
8.4. Clientes.....	48
8.5. Competencia.....	49
8.6. Estrategias de venta para el fortalecimiento de la empresa.....	51
8.6.1. Concepto de Producto o servicio.....	51
8.6.2. Estrategia de distribución.....	52
8.6.3. Estrategia de precio.....	53
8.6.4. Estrategia de Promoción.....	54
8.6.5. Estrategia de comunicación.....	54
8.6.6. Estrategia de servicio.....	56
8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado.....	56
8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento.....	57
9. Módulo de operación.....	58
9.1. Ficha técnica.....	58
9.2. Descripción del proceso.....	60
9.3. Estado de desarrollo.....	62
9.4. Plan de producción.....	62
9.5. Proyección de ventas.....	63
9.6. Requerimientos de inversión.....	65
9.6.1. Lugar de operación.....	65

9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo	65
9.7. Plan de compras	69
10. Módulo de organización	70
10.1. Estrategia organizacional	71
10.2. Matriz DOFA	72
10.3. Organismos de apoyo	73
10.4. Estructura organizacional	75
10.5. Aspectos legales	77
10.6. Costos Administrativos	79
11. Modulo financiero.....	80
11.1. Proyección de ingresos.....	80
11.2. Proyección de egresos (costos y gastos)	82
11.3. Capital de trabajo	86
11.4 Balance general	87
11.5 Estado de resultados	89
11.6. Punto de equilibrio	90
11.7. Flujo de caja	92
11.8. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.....	94
12. Módulo de impactos.....	98
12.1. Impacto Económico.....	98

12.2. Impacto Regional	98
12.3. Impacto Social.....	98
12.4. Impacto Ambiental.....	99
13. Resumen ejecutivo	99
14. Referentes bibliográficos	101
Anexos	104

Lista de tablas

Tabla 1 Ubicación	32
Tabla 2 Sector.....	35
Tabla 3 Número de empleados.....	36
Tabla 4 Frecuencia de compra	38
Tabla 5 Dotaciones que requiere con mayor frecuencia	39
Tabla 6 Aspectos importantes al seleccionar un proveedor	40
Tabla 7 Principales beneficios que espera a comprar a un proveedor local.....	42
Tabla 8 Importancia de personalización de los uniformes.....	43
Tabla 9 Presupuesto anual para compra de dotaciones	45
Tabla 10 Adquisición de dotación proveedor local o externo.....	46
Tabla 11 Competencia.....	51
Tabla 12 Presupuesto	56
Tabla 13 Estrategia aprovisionamiento	57
Tabla 14 Ficha Técnica Jean rígido para hombre	58
Tabla 15 Ficha Técnica Gafa de seguridad	59
Tabla 16 Ficha Técnica Juego de pretales.....	60
Tabla 17 Descripción del proceso	61
Tabla 18 Plan de producción.....	62

Tabla 19 Proyección de ventas.....	63
Tabla 20 Requerimientos de maquinaria, planta y equipo	65
Tabla 21 Plan de compras	70
Tabla 22 Matriz DOFA	72
Tabla 23 Estructura organizacional.....	76
Tabla 24 Costos Administrativos	79
Tabla 25 Proyección de ingresos.....	80
Tabla 26 Proyección de egresos (costos y gastos)	82
Tabla 27 Otros Costos de Fabricación	83
Tabla 28 Costo MO Directa	84
Tabla 29 Gastos Admón. y Ventas.....	84
Tabla 30 Capital de trabajo	86
Tabla 31 Estado de situación financiera.....	88
Tabla 32 Estado de resultados.....	89
Tabla 33 Punto de equilibrio	90
Tabla 34 Flujo de caja	92
Tabla 35 Conclusiones financieras.....	94

Lista de graficas

Gráfica 1 Antigüedad	34
Gráfica 2 Ubicación	35
Gráfica 3 Sector	36
Gráfica 4 Número de empleados	37
Gráfica 5 Frecuencia de compra	38
Gráfica 6 Dotaciones que requiere con mayor frecuencia	39
Gráfica 7 Aspectos importantes al seleccionar un proveedor	41
Gráfica 8 Principales beneficios que espera a comprar a un proveedor local	42
Gráfica 9 Importancia de personalización de los uniformes	44
Gráfica 10 Presupuesto anual para compra de dotaciones	45
Gráfica 11 Adquisición de dotación proveedor local o externo	46
Gráfica 12 Organigrama organizacional	75
Gráfica 13 Punto de equilibrio	91

Lista de anexos

Anexo A. Formato de encuesta, con evidencias	104
Anexo B. Formato Entrevista con evidencias	104
Anexo C. Productos	105
Anexo D. Fotografías internas y externas de la empresa.	105
Anexo E. Link Excel plan financiero	106

1. Introducción

El emprendimiento Servidotaciones del Huila, ubicado en el municipio de Pitalito, Huila, surge en un contexto de creciente demanda de productos que aseguren la seguridad y comodidad de los trabajadores en sectores clave de la economía local, como la construcción, la agroindustria y el comercio. Esta necesidad se ve reforzada por la obligación legal que tienen las empresas de cumplir con las normativas de seguridad laboral, lo que ha generado la urgencia de contar con proveedores de dotaciones industriales y equipos de protección personal (EPP) de alta calidad, adaptados a las exigencias de cada sector, este proyecto busca satisfacer la demanda local mediante la confección, personalización y comercialización de productos que no solo cumplan con los estándares de calidad más exigentes, sino que también estén alineados con las normativas de seguridad laboral vigentes en Colombia. En el desarrollo de este documento se exponen los fundamentos que justifican la creación de la empresa, se describe el contexto en el que se llevará a cabo la iniciativa y se establecen las bases para su operación.

Se inicia con un análisis del problema que origina la creación de la empresa y se explican los motivos por los cuales esta propuesta es clave para satisfacer las necesidades del mercado. A continuación, se realiza un recorrido por Latinoamérica, Colombia y el Huila, con el fin de conocer otros emprendimientos similares y aprender de sus experiencias. Este análisis se complementa con una evaluación del sector de dotaciones industriales en Colombia y el Huila, para tener una visión más precisa del mercado local en Pitalito, abordando aspectos como las políticas públicas, la oferta y la demanda de productos, el estudio de mercado define la población objetivo, la muestra y los instrumentos utilizados para conocer a los potenciales clientes, la competencia y sus características. Este análisis resulta clave para comprender la viabilidad del

emprendimiento, evidenciando que existe una oportunidad clara en la confección, personalización y comercialización de uniformes industriales y EPP que cumplan con las normativas nacionales.

Finalmente, el estudio de mercado también permite definir la propuesta de valor que se presentará a los clientes. Servidotaciones del Huila se orienta a ofrecer un modelo de negocio innovador, que incorpora elementos como una plataforma digital para facilitar la interacción con los clientes, el uso de empaques sostenibles y la creación de un sistema de fidelización que buscará atraer y retener a los clientes a través de una experiencia personalizada y alineada con los valores de la sostenibilidad y la responsabilidad social.

2. Justificación de la idea de emprendimiento

En el contexto actual, las empresas de diversos sectores, como la construcción, comercio, salud, entre otras, enfrentan la necesidad de garantizar la seguridad y comodidad de sus trabajadores a través de dotaciones y uniformes industriales adecuados. Según el Código Sustantivo del Trabajo en Colombia, los empleadores tienen la obligación de proporcionar a sus empleados ropa y equipos de protección necesarios para el desempeño seguro de sus labores (Ministerio del Trabajo, 2023). Esta normativa busca no solo proteger a los empleados de posibles accidentes laborales, sino también mejorar las condiciones de trabajo, contribuyendo a un entorno laboral más seguro y productivo. Desde una perspectiva económica, el mercado local de dotaciones y uniformes industriales presenta una oportunidad significativa para nuevos emprendimientos. La demanda de ropa de trabajo adecuada y equipos de protección personal (EPP) está en constante crecimiento debido al crecimiento del municipio de Pitalito y el aumento de la conciencia sobre la importancia de la seguridad en el trabajo, impulsada por regulaciones cada vez más estrictas. Se aprovecha esta demanda, ofreciendo productos de alta calidad y adaptados a las necesidades específicas de cada sector, además, desde un punto de vista social, la empresa genera nueve empleos, contribuyendo igualmente de manera significativa a la reducción de accidentes laborales y enfermedades profesionales. El hecho de proporcionar a los trabajadores ropa adecuada y equipos de protección no solo mejora su seguridad y salud, sino que también aumenta su moral y compromiso con la empresa, lo que a su vez puede mejorar la productividad. De esta manera, la empresa cumple con la normativa legal, haciendo énfasis en la distribución de productos con materiales durables, utilizando maquinaria poco contaminante, reutilización de sobrantes en otros productos, contribuyendo con ello al manejo amigable con la naturaleza. Así también se posiciona como un actor responsable y comprometido con el

bienestar de sus empleados. Financieramente, ofrece un atractivo retorno de inversión, especialmente en la región, donde las empresas locales, buscan proveedores confiables y accesibles que puedan ofrecer productos personalizados a precios competitivos. Este tipo de emprendimiento puede capitalizar la creciente demanda de las pequeñas y medianas empresas (pymes) que requieren uniformes personalizados y dotaciones especializadas que reflejen la identidad de la empresa y cumplan con los estándares de seguridad requeridos por la ley. En el mercado local, el emprendimiento no solo satisface una necesidad del mercado, sino que también contribuye al desarrollo económico local al crear empleos y fomentar la cultura de la seguridad laboral. Por estas razones, el establecimiento de una empresa dedicada a la confección y comercialización de dotaciones y uniformes industriales es no solo una respuesta a una necesidad creciente, sino también una oportunidad para contribuir al bienestar económico, social, ambiental y financiero de la comunidad. Este emprendimiento busca ser un aliado estratégico para las empresas locales, ayudándolas a cumplir con las normativas laborales vigentes y a garantizar un entorno de trabajo seguro y eficiente para sus colaboradores.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Fortalecer la empresa SERVIDOTACIONES DEL HUILA, acorde con los estándares de calidad y normativas del sector, reposicionándola a partir de los resultados del estudio de mercado y el plan financiero.

3.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la viabilidad de la empresa, a partir de la caracterización de los clientes, competencia, proveedores.
- Plantear las estrategias de venta que permita fortalecer la empresa a partir del aumento de las ventas y por consiguiente el aumento de los ingresos.
- Proyectar el plan financiero para la empresa Servidotaciones del Huila, con el cual se fortalezcan los ingresos, se disminuya los egresos y se amplíen las utilidades.

4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor

A partir de la observación en su entorno de la autora del proyecto, se establece la necesidad creciente de atender a una población trabajadora que igualmente aumenta en la región ante la realización de obras viales entre otras. Una alta rentabilidad en la empresa permite brindar productos y servicios de una buena calidad al mejor precio del mercado, manteniendo un balance entre los ingresos, costos y gastos. Es aquí donde radica la importancia de la implementación de un sistema de costos empresarial. Su cálculo es importante para la gestión empresarial, ya que permitir organizar con mayor precisión el material que se les suministra a los operarios y no incurrir en gastos adicionales. Es importante porque la prosperidad de una empresa depende de los precios que se imponen a los productos y servicios, entre menos gastos, la utilidad será mayor, para su cumplimiento se deberían diferentes actividades como la organización en las ordenes de producción, valoración de la entrada y salida de material complementario y estimación en la mano de obra.

5. Concepto de negocio

La idea de negocio consiste en establecer una empresa de dotaciones industriales en el municipio de Pitalito Huila, buscando su desarrollo/crecimiento desde la confección, personalización y comercialización de dotaciones y uniformes industriales, dirigida a satisfacer las necesidades de seguridad y comodidad de los trabajadores. La empresa se especializa en la producción de uniformes industriales que cumplan con los estándares de calidad y normativas de seguridad laboral vigentes en Colombia, establecidos en el Código Sustantivo del Trabajo y otras regulaciones relacionadas. Los productos incluirán desde 12 ropa de trabajo básica hasta equipos

de protección personal (EPP), todos diseñados para resistir las condiciones más exigentes de cada sector. La oferta incluirá una amplia gama de uniformes y dotaciones industriales, tales como overoles, chaquetas, pantalones, botas de seguridad, guantes, cascos, y otros EPP. Los productos serán confeccionados con materiales de alta resistencia, diseñados para proteger a los trabajadores de riesgos específicos como calor, fuego, productos químicos, o impactos físicos. Además, la empresa ofrecerá servicios de personalización de uniformes, permitiendo a las empresas incorporar su identidad corporativa a través de colores, logotipos, lemas, y otros elementos distintivos. También se ofrecerá asesoría en la selección de dotaciones adecuadas para cada tipo de trabajo, asegurando que las empresas cumplan con las normativas de seguridad y salud en el trabajo.

6. Valor agregado

El valor agregado de Servidotaciones del Huila radica en su enfoque integral que combina calidad, personalización, innovación y sostenibilidad en la confección y comercialización de dotaciones industriales y equipos de protección personal (EPP). La empresa no solo cumple con las normativas de seguridad laboral vigentes en Colombia, sino que también ofrece productos diseñados con materiales de alta resistencia que garantizan durabilidad y confort. Su propuesta de valor se fortalece con la implementación del Experience Hub, compuesto por tres pilares diferenciadores: Servidotaciones Connect, una plataforma digital para facilitar la compra y personalización de productos; Servidotaciones Eco Pack, que promueve embalajes sostenibles mediante materiales reutilizables; y Servidotaciones Club, una estrategia de fidelización de clientes mediante descuentos y beneficios exclusivos. Además, la empresa

aporta al desarrollo económico local al generar empleo, apoyar a pequeñas y medianas empresas en el cumplimiento de normativas de seguridad, y fomentar la cultura de prevención de riesgos laborales. En términos de competitividad, Servidotaciones del Huila se destaca por ofrecer precios accesibles sin comprometer la calidad, tiempos de entrega optimizados y un servicio personalizado que responde a las necesidades específicas de cada sector. Todo esto convierte a la empresa en un aliado estratégico para sus clientes, diferenciándola de otras opciones en el mercado y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

7. Antecedentes

El estado del arte es una sección clave que describe el contexto actual del mercado, las tendencias, los competidores, y los avances tecnológicos relevantes para el negocio.

Al indagar en diferentes páginas de internet en algunos países de América Latina por emprendimientos iguales o similares, se encontró que existe, entre otros países tales como México, LAZZAR, es una empresa mexicana con presencia en el Continente Americano. Se mantienen a la vanguardia innovando en tecnología tanto textil como de máquinas e internet y en GRUPO DIAMANTE INTERNACIONAL, una empresa comprometida en dar soluciones integrales en ropa de trabajo. Se dedican a la fabricación de Uniformes Corporativos y soluciones integrales con los más altos estándares de Calidad y mejora continua de todos sus productos, procesos y servicios.

En Panamá encontramos a MUNDO INDUSTRIAL, son una empresa dedicada a la distribución de elementos de protección personal y dotaciones para todo tipo de industria.

Cuentan con una amplia experiencia en la industria y con una amplia variedad de productos. En Chile la empresa EIKONA, ofrece una amplia gama de ropa corporativa diseñada para satisfacer las necesidades de las empresas en términos de imagen, identidad y profesionalismo. Su colección de ropa corporativa incluye camisas, blusas, poleras y chaquetas, todas ellas con opciones de personalización, como bordados o estampados de logotipos. Su ropa corporativa está confeccionada con tejidos de alta calidad que brindan comodidad y durabilidad. En Ecuador, la empresa ROYALTEX S.A.S, Ofrecen una alternativa de vestimenta con el mejor valor para los clientes superando sus aspiraciones de servicio, calidad, moda y precio. Royal tex es uno de los principales proveedores de dotaciones de uniformes a nivel nacional siendo socio estratégico de empresas dedicadas a diferentes segmentos de negocio y en INDUSTRIAL WORK tiene el propósito de proveer los mejores uniformes de trabajo a los distintos sectores comerciales. La experiencia en la Industria los permitió trabajar con cientos de empresas y clientes en todo el país. (Royaltex, s. f.), (Industrial Work., s. f.).

En Colombia encontramos a GRUPO QUIROMAR S.A.S., es una empresa de confecciones, en la ciudad de Bogotá, con un gran carisma de desarrollo familiar y empresarial. Desarrollan proyectos sostenibles que generan imagen corporativa a través de experiencias que inspiran confianza en las partes interesadas, garantizando comodidad y seguridad en uniformes empresariales; en DÉCIMO DOTACIONES S.A.S, es una compañía de manufactura y comercializa elementos de protección, ropa ignífuga y resistente al arco eléctrico, asegurando el cumplimiento de los requisitos normativos y del cliente, en JSG DOTACIONES Y UNIFORMES tienen como objetivo diseñar y confeccionar dotaciones y uniformes para la imagen institucional y corporativa, es una empresa orientada a contribuir con el desarrollo de nuevas y mejores líneas de uniformes y

dotaciones, para empresas grandes y pequeñas que requiera de servicios en gran medida personalizados; INTERNACIONAL DE DOTACIONES, ayudan a construir y fortalecer marcas, a través de la confección de uniformes de trabajo con altos estándares de calidad;

DOTACIONES CORPORATIVAS, son una tienda exclusivamente digital, sin sucursal física, la empresa se diferencia en el mercado por su enfoque en entregar la dotación en tiempo récord, con la mejor calidad. En Dotaciones Corporativas, ofrecen una selección cuidadosa de prendas básicas que puede combinar y adaptar a las necesidades específicas de la empresa

DOTACIONES DEL HUILA, Ofrecen servicios de confección y suministro de prendas de vestir y dotación a través de la planificación y ejecución de las actividades de acuerdo con las necesidades de los clientes. Mediante equipos de confección confiables y personal competente;

CENTRAL DE DOTACIONES S.A.S., se dedican a la fabricación en los diferentes tipos de materiales: Dril, lino, dacrón, jean, poliéster, antiluido, impermeable, entre otros y son distribuidores directos en las marcas más reconocidas en calzado industrial. (Central de Dotaciones. (s. f.))

La historia de este emprendimiento, narra que para inicios del año 2020 la autora toma la decisión de formalizar la relación con su pareja lo que involucró desplazar su lugar de residencia a Pitalito, Huila, estando allí su pareja es víctima de fraude y pierde su empresa, pese a la pandemia y la pérdida económica, iniciaron una empresa nueva llamada SERVIDOTACIONES DEL HUILA, con pocos recursos y una alta demanda de elementos de protección personal, se dieron cuenta que Pitalito es un municipio con una economía en constante crecimiento, que ha experimentado en los últimos años un auge significativo en sectores como la construcción, la industria cafetera, la agroindustria y el comercio. Con el incremento de proyectos de

infraestructura y la expansión de las actividades industriales, surgió una necesidad creciente de garantizar la seguridad laboral y el bienestar de los trabajadores en estos sectores. Ante esta creciente demanda, la creación de una empresa de dotaciones industriales en Pitalito se convirtió en una necesidad urgente para el desarrollo de la región. La llegada de una empresa dedicada a la confección y personalización de uniformes industriales resolvía varios problemas: no solo proporcionaba a las empresas locales productos adaptados a sus necesidades, sino que también impulsaba la economía local al generar empleo y reducir la dependencia de proveedores externos.

En el año 2021 se da apertura al taller de confección industrial, inicialmente la fábrica comenzó sus labores en una casa ubicada en el barrio quinta real de Pitalito, con un inventario de 4 máquinas de coser, donde duró aproximadamente dos años funcionando y debido a su crecimiento trasladó sus instalaciones a un local ubicado en el barrio Centro en la Carrera 5 no 10 – 57, donde actualmente se encuentra operando, hoy día cuentan con un inventario de más de 15 máquinas mecánicas para coser, mesa de corte, morderías, materia prima e insumos. En el año 2024 se presenta la oportunidad de ampliar sus servicios y activos no corrientes mediante la compra de dos máquinas bordadoras industriales. Desde sus comienzos Servidotaciones del Huila se ha especializado en la confección de Dotaciones y comercialización de elementos de seguridad industrial entre otros, realizando entregas a nivel local y nacional, al sector privado y público. Actualmente se está desarrollando un proceso de fortalecimiento de la empresa con el apoyo técnico de Centro Progresá Uniminuto.

8. Módulo de mercado

8.1. Análisis del Sector

De acuerdo con estudios recientes, de la adopción de normativas por parte del Ministerio del Trabajo, ha obligado a las empresas a invertir más en la seguridad y protección de sus empleados. Esto ha generado un aumento en la demanda de dotaciones industriales que se adapten a las necesidades de cada sector, fomentando la competencia entre proveedores que buscan diferenciarse a través de la calidad, personalización y cumplimiento normativo. (Ley 1562, El Congreso de Colombia), (Decreto 1072 de 2015 Sector Trabajo, Ministerio del Trabajo).

El mercado de dotaciones y uniformes industriales en Colombia ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por el fortalecimiento de las regulaciones laborales y la creciente conciencia sobre la seguridad en el trabajo. Sectores como la construcción, alimentos, comercio y salud, que requieren equipos de protección personal (EPP) específicos, han visto un incremento en la demanda de productos que no solo cumplan con los estándares de seguridad, sino que también sean duraderos y cómodos para los trabajadores.

El mercado objetivo de las dotaciones industriales puede dividirse en varios segmentos, basados en las necesidades de los sectores productivos y de servicios que requieren este tipo de uniformes y equipos:

Sector agroindustrial: En el municipio de Pitalito y sus alrededores, hay un fuerte componente agroindustrial relacionado con el cultivo de café y otros productos agrícolas. Este sector requiere uniformes y EPP especializados para proteger a los trabajadores de condiciones

climáticas adversas, exposición a pesticidas y maquinaria agrícola. (BASF Agricultura solutions, 2022).

Empresas de servicios públicos y mantenimiento: Organizaciones que se dedican al suministro de agua, electricidad, recolección de residuos, mantenimiento de infraestructura, y otros servicios similares. Estos trabajadores también necesitan dotaciones que garanticen su seguridad en operaciones diarias.

Pequeñas y medianas empresas locales: Empresas de distintos sectores (desde fábricas hasta servicios) que necesitan uniformes personalizados que refuercen la identidad corporativa, al mismo tiempo que cumplan con las normas de seguridad laboral.

Sector de la construcción: Las compañías constructoras demandan constantemente dotaciones industriales como overoles, cascos, guantes y botas de seguridad. Este es un segmento clave en términos de consumo de productos de protección.

Instituciones educativas y de formación técnica Instituciones que ofrecen programas técnicos y de formación para oficios relacionados con la industria, que podrían necesitar dotaciones para sus estudiantes durante las prácticas.

Contratistas del sector público: Especialmente aquellos que desarrollan proyectos de infraestructura, mantenimiento de vías, y obras públicas en la región. Este grupo podría beneficiarse de un servicio de personalización que incluya logos o colores institucionales.

8.2. Análisis del Mercado

La oferta en el mercado de dotaciones industriales en Pitalito, Huila, está compuesta por siete empresas, de las cuales tres fabrican y distribuyen (Dótatex, Wander Industrias y MV Confecciones), mientras que las restantes cuatro solo distribuyen (H&M Dotaciones,

Ferreindustrias, Asesalud Industrial, Dotaciones ISO Seguridad, Distrialturas y Colbordar). Estas empresas ofrecen uniformes industriales y equipos de protección personal (EPP) a diversos sectores productivos de la región.

Por otro lado, la demanda está representada por 50 empresas de distintos sectores económicos que requieren dotaciones industriales. Estas empresas incluyen constructoras (8), firmas de ingeniería (8), empresas de telecomunicaciones (9), ladrilleras (5), comercios generales (8), parroquias (6) y agropecuarias (6), lo que evidencia un mercado amplio y diversificado. Para el estudio de mercado, se tomó una muestra del 76% de estas empresas (38 empresas demandantes) y un 71,4% de las empresas oferentes (5 empresas competidoras), con el fin de analizar sus necesidades y evaluar la viabilidad del emprendimiento. (Portafolio.co, 2024).

8.3. Investigación de mercados

Con el objetivo de fortalecer la empresa, se desarrolla un estudio del mercado de las dotaciones industriales en la zona sur del Huila, con especial atención al municipio de Pitalito.

8.3.1. Tipo de investigación

Se realizará un estudio de mercado, tipo descriptivo con enfoque mixto: cuantitativo, descriptivo. El objetivo del estudio es describir el mercado local de dotaciones industriales en Pitalito, Huila, para identificar las necesidades, preferencias y oportunidades de negocio mediante la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, con el fin de definir la viabilidad del emprendimiento. (Fernández, Francisco J, 2017).

8.3.2. Definición de la población

Como población Objetivo uno se tendrá el total de empresas que existen en Pitalito y requieren de dotación industrial, Que en la actualidad son 50 empresas, según información obtenida de páginas amarillas de portafolio, año 2022 relacionadas a continuación: 8 constructoras de obras civiles: G & m construcciones S.A, Constructora m & m y CIA LTDA, Dieléctrica construcciones SAS, Molina arquitectura y construcciones S.A.S, Riascos construcciones S.A.S, Construcciones el cóndor S.A, Construcciones C.G.C S.A.S, Consultoría y construcción S.A.S. 8 Ingenierías: Cigma ingeniería SAS, SBW ingeniería SAS, V & V ingeniería LTDA, O&M ingeniería CIA LTDA, Energizando ingeniería y construcción S.A.S, Sermar ingenieros SAS, Tovar ingeniería S.A.S, ODS ingeniería SAS. 9 telecomunicaciones: Sinergy soluciones integrales SAS, Smartphone SAS, Sistemas avanzados en telecomunicaciones SAS, AFCV comunicaciones SAS, Alfasurt TV cable SAS, Andivision S.A.S, Giganet technology ultra SAS, Megabyte servicios S.A.S ZOMAC, Conecttic S.A.S. 5 ladrilleras: Alfareros del macizo colombiano SAS, Ladrillera villa Laura, Ladrillera CEYCRO, Ladrillera los laboyos SAS, Ladrillera porcelana. 8 comercio general: Ferretriana SAS, Bizcocheria las acacias Pitalito SAS, Distriventas del sur, Central mayorista ferretera huila SAS, Serviguas Pitalito SAS, Taller de pintura alexander SAS, Protecom huila SAS, Cortezza S.A.S. 6 parroquias: Parroquia San Isidro en la Argentina-Huila, Parroquia San Lorenzo, Parroquia Valvanera de Pitalito, Parroquia central de San Agustín, Parroquia del espíritu santo, Iglesia misión vida internacional. 6 agropecuarias: Agropecuaria la hacienda putumayo S.A.S, Colinagro S.A, P Y C agro-innova soluciones SAS, Agrocooperativa del huila, Agro hurtado SAS, Agro distribuidora su finca S.A.S ZOMAC. (Portafolio.co, 2024)

Como población objetivo dos, se tendrá el total de las empresas que existen y se dedican a fabricar y distribuir dotaciones industriales en Pitalito y que en la actualidad son 7 empresas. Según la siguiente información obtenida directamente por la autora del proyecto, al hacer un recorrido por el comercio local. Fabrican y distribuyen: Dótate, Wander industrias, MV confecciones. Solo Distribuyen: H&M dotaciones, Ferreindustrias, Asesalud industrial, Dotaciones ISO seguridad, Distrialturas, Colbordar.

8.3.3. Muestra

Se define como muestra de la población objetivo uno el 76% del total que equivale a 38 empresas que adquieren los productos. Se define como muestra de la población objetivo dos el 71,4% del total, que equivale a 5 empresas de la competencia.

8.3.4. Instrumentos utilizados para recolectar la información

Se elaboran dos instrumentos para este proceso que son la encuesta para aplicar a los potenciales clientes y la entrevista, para aplicarla a los competidores.

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS. R.C.S.
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA
CENTRO PROGRESA E.P.E.

Encuesta a potenciales clientes

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que nos encontramos desarrollando un proyecto de emprendimiento en esta ciudad, para lo cual solicitamos su colaboración, si lo estima conveniente, brindándonos la siguiente información, que solo tendrá fines académicos.

1. Información General: Nombre. Ubicación: Antigüedad: Adquiere dotaciones industriales Si No
2. Sector de la empresa Construcción Agroindustria Comercio Servicios Otros
3. Número de empleados 1-10 11-50 51-100 Más de 100
4. ¿Con qué frecuencia su empresa adquiere dotaciones industriales para sus empleados?
 Cada 3 meses Cada 6 meses Anualmente Solo cuando es necesario
5. ¿Qué tipo de dotaciones requiere su empresa con mayor frecuencia? Uniformes corporativos Uniformes institucionales Uniformes industriales Uniformes médicos Elementos de protección personal Otros
6. ¿Qué aspectos son importantes al seleccionar un proveedor de dotaciones? 21
Calidad de los productos Personalización Precio Servicio al cliente Cumplimiento con normativas Tiempo de entrega Otros
7. ¿Cuáles serían los principales beneficios que espera al comprar a un proveedor local?
 Reducción en tiempos de entrega Facilidad para hacer cambios o devoluciones Comunicación Atención personalizada Precios competitivos Otros

8. ¿Qué tan importante es para su empresa la personalización de los uniformes en cuanto a en colores, logotipos, diseños? Muy importante Importante Poco importante Nada importante Indiferente

9. ¿Cuál es el presupuesto anual estimado por su empresa para la compra de dotaciones industriales? Menos de \$2 millones De \$2 a \$5 millones Más de \$5 millones

10. ¿Actualmente adquiere las dotaciones de un proveedor local o externo? Local Departamental Nacional Otros:

GRACIAS

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS. R.C.S.
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA
CENTRO PROGRESA E.P.E.

Entrevista a la competencia

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que nos encontramos desarrollando un proyecto de emprendimiento en esta ciudad, para lo cual solicitamos su colaboración, si lo estima conveniente, brindándonos la siguiente información, que solo tendrá fines académicos.

1. Nombre del entrevistado: Cargo: Nombre de la empresa: Fabrica Distribuye
2. ¿Cuánto tiempo lleva su empresa operando en el mercado de dotaciones industriales?
3. ¿Cómo ha evolucionado su negocio desde que empezó? ¿Qué cambios importantes ha experimentado? ¿Qué innovaciones o mejoras ha introducido en sus productos en los últimos años?

4. ¿Cuáles son los principales productos que ofrece en su línea de dotaciones industriales?
5. ¿Qué canales de venta utiliza su empresa para distribuir los productos (tiendas físicas, ventas online, visitas comerciales, etc.)? ¿Cuál ha sido el más efectivo?
6. ¿Cómo percibe la demanda de dotaciones industriales en Pitalito en la actualidad? ¿Cuáles son los sectores O EMPRESAS en Pitalito que demandan sus productos? ¿Ha notado algún crecimiento o declive en estos sectores?
7. ¿Cuáles aspectos tiene en cuenta para ser competitivo en el medio local? 23
8. ¿Qué planes a futuro tiene su empresa en cuanto al crecimiento o expansión? ¿Está planeando introducir nuevos productos o servicios?

GRACIAS.

8.3.5 Análisis y sistematización

A continuación, se presenta los resultados de la información obtenida al aplicar los instrumentos encuesta y entrevista, tomando tres aspectos: Tabulación cuantitativa, gráfica y descriptiva

Respuesta pregunta No 1

Tabla 1

Ubicación

Nombre	Ubicación	Ubicación %	Antigüedad Cantidad	Antigüedad %
Sandra Milena Ochoa	Agua blanca	13,16%	2	2,63%

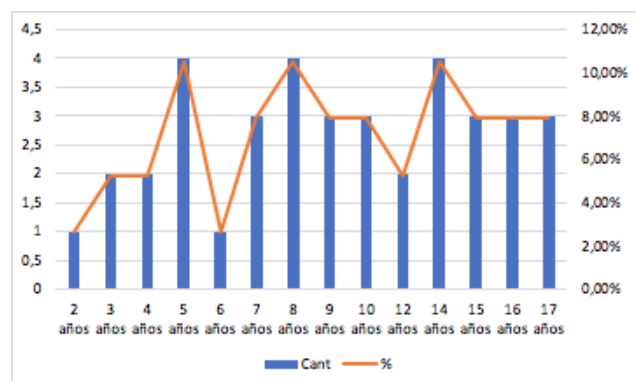
Catalina Ramírez	Agua blanca	13,16%	3	5,26%
Dieléctrica construcciones SAS	Sucre	13,16%	8	10,53%
Molina Arquitectura y construcciones SAS	Sucre	13,16%	7	7,89%
Cigma ingeniería SAS	Villas de San Roque	5,26%	4	5,26%
O&M ingeniería CIA LTDA	Agua blanca	13,16%	5	10,53%
Tovar ingeniería SAS	Villas de San Roque	5,26%	9	7,89%
Sinergy soluciones integrales SAS	Centro	31,58%	8	10,53%
Smartphone SAS	Centro	31,58%	16	7,89%
Sistemas avanzados en telecomunicaciones SAS	Quinche	7,89%	7	7,89%
AFCV comunicaciones SAS	Centro	31,58%	5	10,53%
Alfasurt TV cable SAS	Centro	31,58%	15	7,89%
Andivisión SA	Centro	31,58%	10	7,89%
Megabyte servicios SAS ZOMAC	Centro	31,58%	14	10,53%
Alfareros del macizo colombiano SAS	Quinche	7,89%	12	5,26%
Ladrillera villa Laura	Sucre	13,16%	8	10,53%
Ladrillera CEYCRO	San Antonio	7,89%	14	10,53%
Ladrillera los laboyos SAS	San Antonio	7,89%	10	7,89%
Ferretriana SAS	Centro	31,58%	5	10,53%
Bizcocheria las acacias Pitalito SAS	Sucre	13,16%	15	7,89%
Distriventas del sur	Centro	31,58%	16	7,89%
Central mayorista ferretera Huila SAS	Agua blanca	13,16%	15	7,89%
Taller de pintura Alexander SAS	Villas de San Roque	5,26%	4	5,26%
Protecom Huila SAS	Centro	31,58%	9	7,89%
Cortezza SAS	Centro	31,58%	12	5,26%
Parroquia San Isidro	Villas de San Roque	5,26%	17	7,89%
Parroquia Valvanera de Pitalito	Valvanera	5,26%	17	7,89%
Iglesia misión vida internacional	Agua blanca	13,16%	10	7,89%
Agropecuaria la hacienda putumayo SAS	Centro	31,58%	17	7,89%
Colinagro SA	Centro	31,58%	14	10,53%
G&M construcciones SAS	Trinidad	7,89%	8	10,53%
Construcciones M&M y CIA LTDA	Trinidad	7,89%	14	10,53%

Construcciones el cóndor SA	Trinidad	7,89%	16	7,89%
ODS ingeniería SAS	San Antonio	7,89%	9	7,89%
Conecttic SAS	Valvanera	5,26%	6	2,63%
Servigruas Pitalito SAS	Sucre	13,16%	7	7,89%
Agrocooperativa del Huila	Villas de San Roque	5,26%	5	10,53%
PYC agro-innova soluciones SAS	Quinche	7,89%	3	5,26%
Total		100,00%	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 1

Antigüedad



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

La lista de empresas o personas que forman parte del conjunto de datos incluye compañías de diferentes sectores, también refiere a la ubicación geográfica, la cual varía entre localidades como agua blanca y sucre (13,16%), centro (31,58%), quinche, San Antonio, trinidad, y villas de San Luís (7,89%), entre otros. La cantidad de años que cada empresa o persona ha estado en operación activa, las antigüedades varían desde 2 años (2,63%) hasta un máximo de 17 años (7,89%). De acuerdo con esta información, la empresa debe dirigir su

marketing a los sectores de menor presencia de empresas iguales como Valvanera y Villas de San Roque.

Respuesta pregunta No 2

Tabla 2

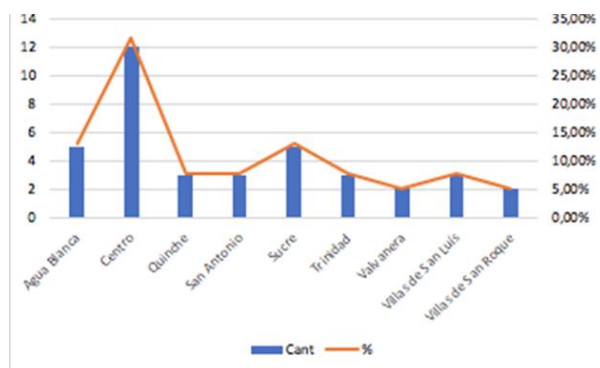
Sector

Sector	Cantidad	%
Agroindustria	4	10,53%
Comercio	13	34,21%
Construcción	9	23,68%
Servicio	12	31,58%
Total	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 2

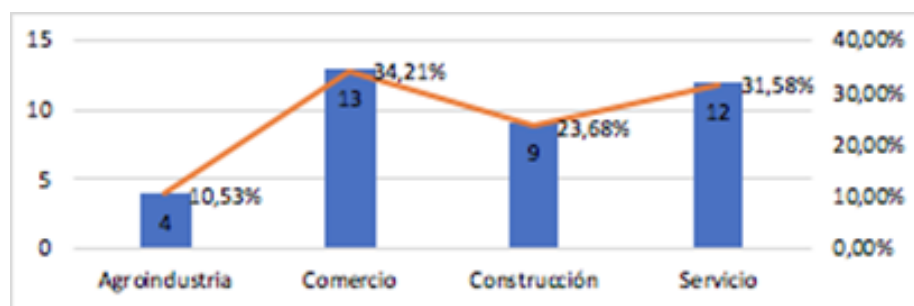
Ubicación



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 3

Sector



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

El conjunto de datos está compuesto por empresas de diversos sectores. El sector comercio tiene la mayor representación con 13 empresas, lo que corresponde al 34,21% del total. Le sigue el sector de servicios, que agrupa a 12 empresas (31,58%), y luego la construcción con 9 empresas (23,68%). Finalmente, el sector agroindustrial es el menos representado, con solo 4 empresas, lo que equivale al 10,53%. Con base en esta información, la empresa podría enfocar sus esfuerzos de expansión o marketing en el sector agroindustrial, dada su menor participación, lo que podría indicar una oportunidad de crecimiento en comparación con otros sectores más saturados.

Respuesta pregunta No 3

Tabla 3

Número de empleados

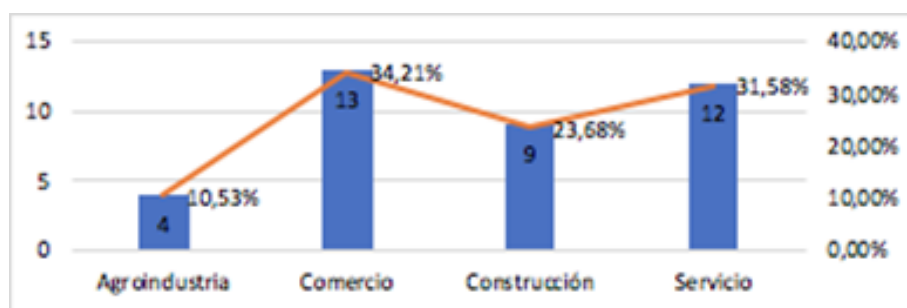
Número de empleados	Cantidad	%
1 a 10	11	28,95%
11 a 50	19	50,00%
51 a 100	8	21,05%

Más de 100	0	0,00%
Total	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 4

Número de empleados



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

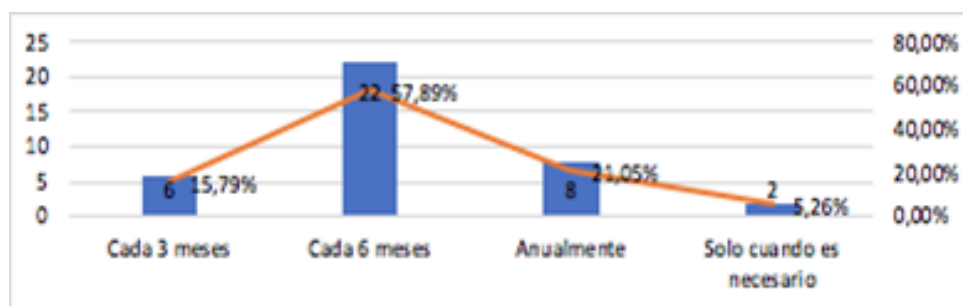
La mayoría de las empresas (50,00%) tienen entre 11 y 50 empleados, representando 19 compañías. Le siguen las empresas más pequeñas, con entre 1 y 10 empleados, que constituyen el 28,95% (11 empresas). Las empresas medianas, con entre 51 y 100 empleados, comprenden el 21,05% del total, es decir, 8 empresas. No se reportan empresas con más de 100 empleados. Esto sugiere que la mayoría de las empresas en este conjunto de datos son pequeñas o medianas, lo que podría indicar una necesidad de servicios o soluciones más adaptadas a negocios de mayor escala. (Decreto 957 de 2019, Sector Comercio, Industria y Turismo)

Respuesta pregunta No 4

Tabla 4*Frecuencia de compra*

Frecuencia de compra	Cantidad	%
Cada 3 meses	6	15,79%
Cada 6 meses	22	57,89%
Anualmente	8	21,05%
Solo cuando es necesario	2	5,26%
Total	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 5*Frecuencia de compra*

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

La frecuencia de compra de las empresas en el conjunto de datos varía considerablemente. La mayoría de las empresas (57,89%) realizan compras cada 6 meses, con 22 empresas representadas en esta categoría, 8 empresas que constituyen el 21,05%, realizan compras anualmente, 6 empresas (15,79%) compran cada 3 meses, mientras que solo 2 empresas (5,26%) adquieren productos o servicios únicamente cuando es

necesario. Estos datos sugieren que el ciclo de compras semestrales es el más común, lo que podría ser un factor clave al planificar estrategias de inventario o promociones periódicas.

Respuesta pregunta No 5

Tabla 5

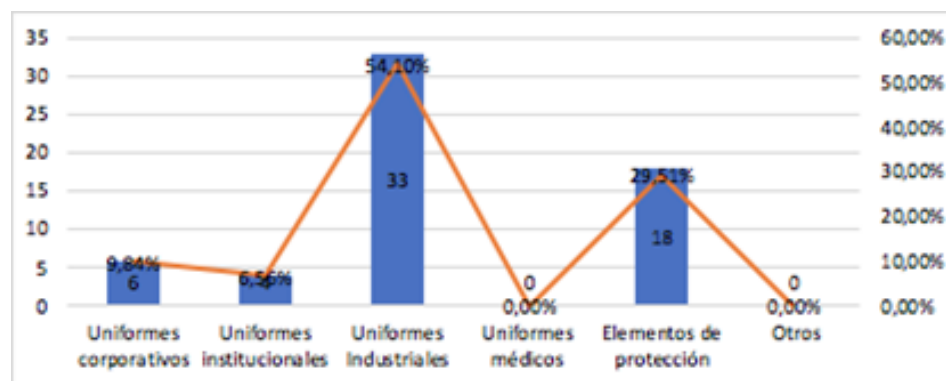
Dotaciones que requiere con mayor frecuencia

¿Qué tipo de dotaciones requiere con mayor frecuencia?	Cantidad	%
Uniformes corporativos	6	9,84%
Uniformes institucionales	4	6,56%
Uniformes industriales	33	54,10%
Uniformes médicos	0	0,00%
Elementos de protección	18	29,51%
Otros	0	0,00%
Total	61	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 6

Dotaciones que requiere con mayor frecuencia



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

El análisis de los tipos de dotaciones solicitadas por las empresas muestra una clara preferencia por los uniformes industriales, los cuales representan el 54,10% del total de votaciones (33 votaciones). Los elementos de protección personal (EPP) también tienen una alta demanda, con 18 votos que representan el 29,51%. Los uniformes corporativos tienen una menor frecuencia de votos con solo 6 (9,84%), mientras que los uniformes institucionales representan el 6,56% (4 votos). No se reportan solicitudes para uniformes médicos ni para otras categorías. Estos datos sugieren que el enfoque principal para la oferta de dotaciones debe centrarse en los uniformes industriales y los elementos de protección personal, dado que son los productos más demandados por las empresas en este conjunto de datos. Además, una campaña de marketing dirigida a sectores como el de la salud o servicios relacionados, nos ayudaría a identificar si existe una demanda latente que no ha sido captada por la oferta actual. Esto podría diversificar el portafolio de productos y abrir nuevas oportunidades de negocio. (Kotler, Philip, 2001)

Respuesta pregunta No 6.

Tabla 6

Aspectos importantes al seleccionar un proveedor

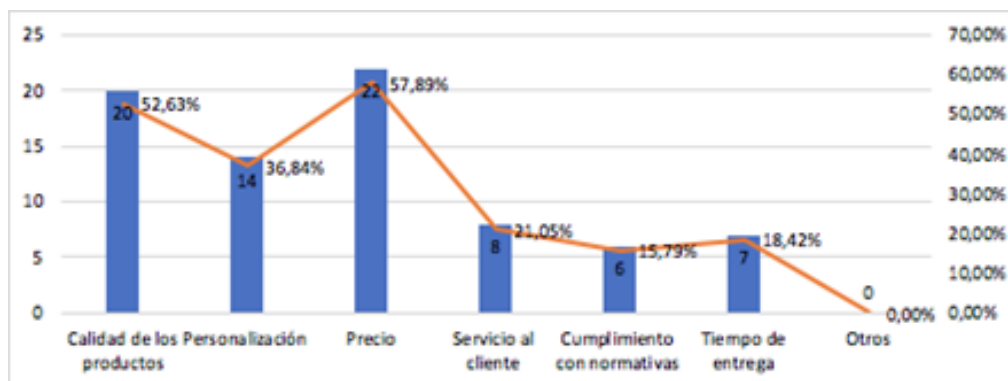
¿Qué aspectos son importantes al seleccionar un proveedor de dotaciones?	Cantidad	%
Calidad de los productos	20	25,97%
Personalización	14	18,18%
Precio	22	28,57%
Servicio al cliente	8	10,39%
Cumplimiento con normativas	6	7,79%
Tiempo de entrega	7	9,09%
Otros	0	0,00%

Total	77	100,00%
--------------	-----------	----------------

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 7

Aspectos importantes al seleccionar un proveedor



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Se muestra que los factores más relevantes para las empresas al seleccionar un proveedor de dotaciones son el precio (57,89%) y la calidad de los productos (52,63%), representando las prioridades más altas con 22 y 20 menciones, respectivamente. La personalización también es un criterio importante, con el 36,84% de las empresas (14 menciones) valorando este aspecto. Otros factores como el servicio al cliente (21,05%), el tiempo de entrega (18,42%) y el cumplimiento con normativas (15,79%) son menos determinantes, pero siguen siendo significativos. No se reportaron menciones en la categoría "Otros". Una estrategia para mejorar sería optimizar los tiempos de entrega, ya que solo obtuvo 7 menciones de las empresas, este aspecto como un criterio clave, mejorar este servicio podría ayudar a diferenciarse de la competencia y captar a clientes más exigentes en términos de velocidad y eficiencia logística.

Respuesta pregunta No 7

Tabla 7

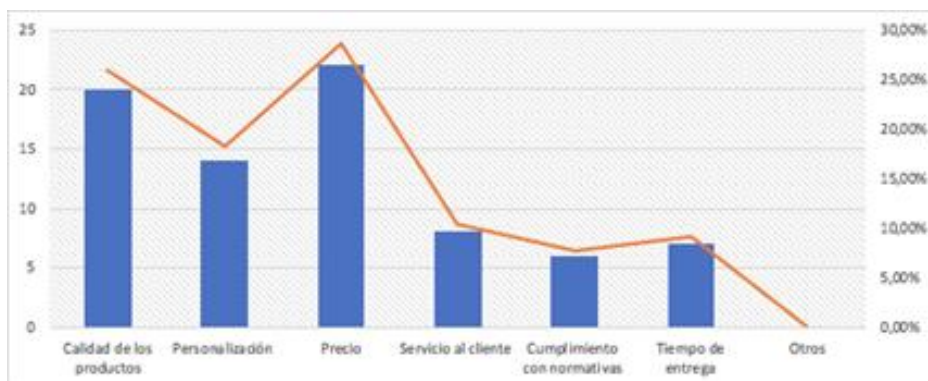
Principales beneficios que espera a comprar a un proveedor local

¿Cuáles serían los principales beneficios que espera al comprar a un proveedor local?	Cantidad	%
Reducción en tiempo de entrega	11	13,10%
Facilidad para hacer cambios o devoluciones	14	16,67%
Comunicación	12	14,29%
Atención personalizada	24	28,57%
Precios competitivos	23	27,38%
Otros	0	0,00%
Total	84	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 8

Principales beneficios que espera a comprar a un proveedor local



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

El análisis revela que los principales beneficios que las empresas esperan al comprar a un proveedor local son la atención personalizada (63,16%) y los precios competitivos (60,53%), con 24 y 23 menciones, respectivamente. La facilidad para hacer cambios es también un beneficio

valorado por el 36,84% de las empresas (14 menciones), seguido de una mejor comunicación con el proveedor (31,58%, 12 menciones). La reducción en los tiempos de entrega es mencionada por el 28,95% (11 menciones), mientras que no se reportan menciones en la categoría "Otros". Las empresas valoran la proximidad de los proveedores locales, principalmente porque ofrecen una atención más personalizada y precios más competitivos, lo que indica que estos son factores clave al considerar la compra local. A pesar de la importancia de la atención personalizada y precios competitivos, la reducción en tiempos de entrega es mencionada por menos del 30% de las empresas. Esto representa una oportunidad para mejorar, ya que optimizar los tiempos de entrega podría aumentar la preferencia por proveedores locales, fortaleciendo su competitividad frente a proveedores externos.

Respuesta pregunta No 8

Tabla 8

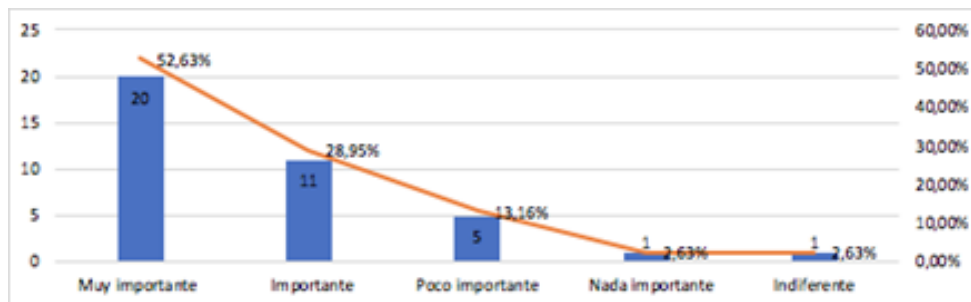
Importancia de personalización de los uniformes

¿Qué tan importante es para su empresa la personalización de los uniformes en cuanto a colores, logotipos y diseños?	Cantidad	%
Muy importante	20	52,63%
Importante	11	28,95%
Poco importante	5	13,16%
Nada importante	1	2,63%
Indiferente	1	2,63%
Total	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 9

Importancia de personalización de los uniformes



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

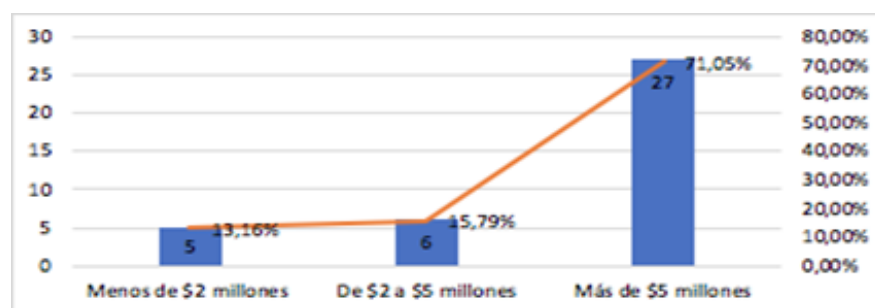
El análisis muestra que la personalización de uniformes es un aspecto altamente valorado por las empresas. El 52,63% de ellas (20 empresas) consideran que la personalización en colores, logotipos y diseños es muy importante, mientras que el 28,95% (11 empresas) lo califican como importante. Solo el 13,16% (5 empresas) consideran que es poco importante, y una pequeña minoría (2,63%) lo ve como nada importante o se muestra indiferente (1 empresa en cada caso). La mayoría de las empresas (81,58%) valoran en gran medida la personalización de los uniformes, lo que sugiere que adaptar los productos a las necesidades específicas de cada cliente es un factor decisivo para la mayoría de los compradores. Una estrategia para mejorar sería ofrecer mayores opciones de personalización y diseñar soluciones personalizadas que atiendan tanto las necesidades específicas de los sectores que consideran la personalización como clave, como aquellos que son menos exigentes en este aspecto.

Respuesta pregunta No 9

Tabla 9*Presupuesto anual para compra de dotaciones*

¿Cuál es el presupuesto anual estimado por su empresa para la compra de dotaciones industriales?	Cantidad	%
Menos de \$2.000.000	5	13,16%
de \$2.000.000 a \$5.000.000	6	15,79%
Más de \$5.000.000	27	71,05%
Total	38	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 10*Presupuesto anual para compra de dotaciones*

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

El análisis de los presupuestos anuales estimados por las empresas para la compra de dotaciones industriales revela que la mayoría de las empresas (71,05%, 27 empresas) destinan más de \$5 millones, solo un 15,79% (6 empresas) tienen un presupuesto de \$2 a \$5 millones, y un 13,16% (5 empresas) indican que su presupuesto es de menos de \$2 millones. La gran mayoría de las empresas parece tener un presupuesto significativo destinado a la adquisición de dotaciones industriales, lo que sugiere una fuerte inversión en este aspecto. Dado que un 28,95% de las empresas manejan presupuestos más bajos,

podría ser beneficioso para los proveedores desarrollar ofertas y paquetes específicos para empresas con presupuestos limitados. Esto no solo diversificaría su clientela, sino que también podría atraer a empresas que, aunque tienen un presupuesto menor, buscan soluciones de calidad a precios accesibles.

Respuesta pregunta No 10

Tabla 10

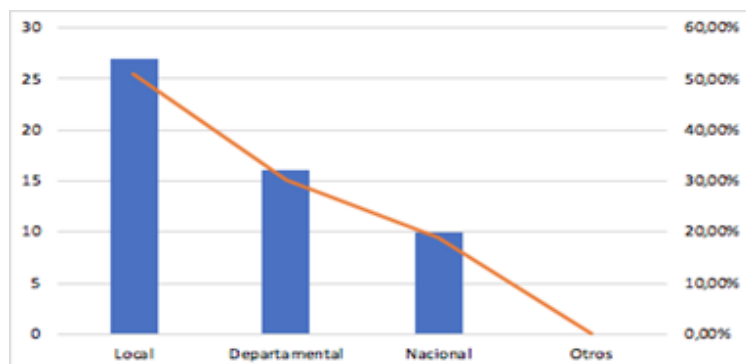
Adquisición de dotación proveedor local o externo

¿Actualmente adquiere las dotaciones de un proveedor local o externo?	Cantidad	%
Local	27	50,94%
Departamental	16	30,19%
Nacional	10	18,87%
Otros	0	0,00%
Total	53	100,00%

Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

Gráfica 11

Adquisición de dotación proveedor local o externo



Nota. Información recolectada a partir de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada.

La tabla refleja las fuentes de adquisición de dotaciones de las empresas encuestadas. Un 71,05% de ellas compra las dotaciones de un proveedor local, mientras que el 42,11% las adquiere a nivel departamental. A nivel nacional, un 26,32% de las empresas recurre a proveedores. No se registraron respuestas en la categoría de otros. El total acumulado supera el 100% (139,47%), lo que sugiere que algunas empresas adquieren dotaciones de múltiples fuentes, combinando proveedores locales, departamentales y nacionales.

8.3.6 Conclusiones del estudio de mercado

El análisis de la encuesta revela que la mayoría de las empresas encuestadas se ubican en el centro de la ciudad y pertenecen principalmente a los sectores comercio (34,21%) y servicios (31,58%), mientras que el agroindustrial representa una oportunidad de expansión debido a su menor participación (10,53%). Predominan las empresas pequeñas y medianas, con el 50% empleando entre 11 y 50 trabajadores, lo que sugiere la necesidad de adaptar la oferta a negocios de menor escala. La frecuencia de compra semestral (57,89%) destaca la importancia de estrategias de inventario y ventas recurrentes. En cuanto a los productos más demandados, los uniformes industriales (54,10%) y los Elementos de Protección Personal (29,51%) lideran las preferencias, mientras que la personalización es valorada por el 81,58% de las empresas. Los principales factores en la elección de proveedores son el precio (57,89%) y la calidad (52,63%), aunque la atención personalizada (63,16%) y precios competitivos (60,53%) son claves para preferir proveedores locales. Sin embargo, la mejora en los tiempos de entrega (28,95%) podría fortalecer la competitividad frente a proveedores externos. La mayoría de las empresas destinan

más de \$5 millones anuales a la compra de dotaciones (71,05%), aunque un 28,95% maneja presupuestos más bajos, lo que sugiere la oportunidad de desarrollar paquetes accesibles. Además, el 71,05% adquiere sus dotaciones a nivel local, aunque un porcentaje relevante también compra a proveedores departamentales (42,11%) y nacionales (26,32%), evidenciando un mercado competitivo donde la diferenciación en calidad, personalización y servicio puede generar ventajas estratégicas.

8.4. Clientes

De acuerdo con el estudio de mercado, los clientes de la empresa se caracterizan por su ubicación geográfica, que se evidencia en una notable concentración en los sectores del centro y Sucre, destacando que 16 de los 38 clientes, encuestados, llevan más de diez años, de permanencia en el mercado, atendiendo áreas que representan una parte significativa del mercado objetivo. En términos de sectores empresariales, los clientes pertenecen principalmente al sector comercio y servicio, seguidos por el sector de construcción y, en menor medida, el sector de agroindustria; 35 esto indica la existencia de una clientela diversa, pero con mayor presencia de las actividades comerciales y de servicios. El tamaño de las empresas, que se tienen de clientes, también varía, el 50,00% de las empresas tiene entre 11 y 50 empleados, lo que las clasifica como pequeñas o medianas. Las microempresas, con 1 a 10 empleados, representan el 28,95%, y el 21,05% son empresas medianas con 51 a 100 empleados. No hay presencia de grandes empresas con más de 100 empleados, lo que muestra una necesidad de incrementar las soluciones personalizadas para empresas de menor escala. En cuanto a la frecuencia de compra, estos clientes, adquieren en un 57,89% de las empresas dotaciones cada 6 meses, mientras que el 21,05% lo hace anualmente. Solo un 15,79% realiza compras trimestrales, y un 5,26% compra

dotaciones solo cuando lo consideran necesario, lo que destaca la importancia de establecer estrategias para incrementar la oferta a estos clientes, buscando que mejoren los ciclos de compra. La personalización de uniformes es un factor relevante para estas empresas, considerando este aspecto muy importante. Este interés refleja la necesidad de ofrecer productos que se adapten a la imagen corporativa de los clientes. Referente al presupuesto anual, que asignan los clientes para dotaciones industriales, se puede afirmar que es bueno, ya que el 71,05% de las empresas destinan más de \$5 millones a estas adquisiciones. Sin embargo, un 28,95% tiene presupuestos más ajustados, lo que podría requerir de presentar ofertas más económicas. Como conclusión de esta caracterización de clientes, se puede afirmar que la demanda de dotaciones industriales, especialmente las personalizadas, se mantendrá alta, para lo que se hace necesario mejorar la relación con los proveedores locales y ofrecer opciones adaptadas a diferentes presupuestos. Además, es esencial explorar oportunidades para atender tanto a clientes o empresarios con alta capacidad de inversión, como a aquellos que buscan soluciones más rentables sin sacrificar la calidad.

8.5. Competencia

A partir de las entrevistas realizadas a diversas empresas competidoras en el mercado de dotaciones industriales en Pitalito, se observa una serie de características comunes que definen el comportamiento y las estrategias del sector. Las empresas competidoras presentan una variabilidad en cuanto a su antigüedad, algunas operando más de 20 años y otras con menos de 5 años en el mercado, las más experimentadas cuentan con una trayectoria sólida que les permite mantener una base de clientes amplia. A lo largo del tiempo, las empresas han implementado cambios sustanciales en su oferta de productos, incluyendo la incorporación de nuevas líneas que

cumplen con normativas más rigurosas de seguridad, esta innovación no solo abarca la mejora en la protección, sino también la personalización, permitiendo a las empresas adaptarse mejor a las necesidades de sus clientes. En términos de productos, la mayoría de las empresas competidoras ofrecen una amplia gama de dotaciones, que incluyen desde ropa de trabajo básica hasta equipos de protección personal especializados, la personalización es un elemento clave en la oferta, permitiendo a las empresas diferenciarse en el mercado. Las empresas competidoras informan una demanda estable, con un ligero crecimiento observado en sectores como la construcción y el sector salud, que requieren productos con características especializadas. Las empresas se esfuerzan por mantener su competitividad mediante la calidad de sus productos, el cumplimiento de normativas de seguridad y la personalización. En general, la atención al cliente es fundamental para diferenciarse, con un énfasis en ofrecer un servicio adaptado y cercano. Asimismo, se prioriza la innovación, tanto en los materiales utilizados como en la mejora continua de los procesos de producción. Las empresas más competitivas están aquellas que se adaptan rápidamente a las necesidades del mercado, ofreciendo soluciones ágiles y accesibles. La mayoría de las empresas están mirando hacia el futuro con un enfoque en la expansión regional y la diversificación de sus productos. Algunas planean abrir nuevas líneas especializadas, como protección térmica, y ampliar su presencia en nuevos mercados. También se están explorando opciones para mejorar la capacidad de producción y la distribución mediante la incorporación de nuevas tecnologías y la diversificación de su red de proveedores. El mercado de dotaciones industriales en Pitalito se caracteriza por una competencia consolidada, donde la calidad, la personalización y la innovación juegan un papel fundamental. Las empresas compiten fuertemente por ofrecer productos que cumplan con las regulaciones de seguridad y que se adapten a las necesidades de sectores como la construcción, la salud y la industria cafetera.

Existen oportunidades de crecimiento para empresas que logren diversificar su oferta y adaptarse a nuevas demandas del mercado, especialmente en segmentos como la protección especializada y la sostenibilidad

Tabla 11

Competencia

Nombre de la empresa	Antigüedad (años)	Características destacadas
Dótatex	10	Especialización en la confección y comercialización de EPP
MV confecciones	8	Productos personalizados con énfasis en la calidad
Ferreindustrias	15	Distribución de EPP y materiales de seguridad industrial
Asesalud	5	Foco en dotaciones de salud y seguridad para instituciones
Colbordar	12	Amplia gama de dotaciones corporativas y protección

Nota. La información de la tabla fue obtenida mediante observación directa y entrevistas breves con representantes de las empresas competidoras en el municipio de Pitalito.

8.6. Estrategias de venta para el fortalecimiento de la empresa

Hace referencia a las actividades, que se plantean como requeridos para aumentar las ventas de la empresa. Estas acciones están diseñadas para aumentar la visibilidad de la empresa, generar valor agregado a sus productos, asegurando el fortalecimiento sostenible de la empresa.

8.6.1. Concepto de Producto o servicio

Servidotaciones del Huila busca posicionarse como el primer emprendimiento en la comercialización, dotaciones industriales y equipos de protección personal (EPP) diseñados para garantizar la seguridad y comodidad de los trabajadores en distintos sectores. Su oferta incluye uniformes industriales como overoles, chaquetas, pantalones, camisas y camisetas fabricadas en telas resistentes al desgaste, al fuego y a productos químicos, según las necesidades del cliente. También ofrecerá calzado de seguridad, incluyendo botas dieléctricas, de punta de acero y antideslizantes; guantes especializados para manipulación de químicos, cortes y altas temperaturas; cascos de seguridad con visores y protección contra impactos; gafas de protección con filtros UV y antiempañantes; tapabocas industriales reutilizables y desechables; protectores auditivos tipo copa o tapón; y arneses de seguridad certificados para trabajos en alturas. Además, la empresa brindará servicios de personalización de uniformes, incorporando logotipos, nombres y colores institucionales mediante estampado o bordado, asegurando identidad corporativa y cumplimiento de normativas de seguridad.

8.6.2. Estrategia de distribución

Para fortalecer la distribución de los productos de Servidotaciones del Huila, se realizará a través de tres canales principales: venta directa en tienda física, comercio electrónico y distribución por medio de aliados estratégicos, garantizando una cobertura eficiente y accesible para los clientes. El punto de venta físico está ubicado en la Calle 10 No. 2-26, Centro, Pitalito, donde los clientes pueden recibir asesoría personalizada, realizar compras inmediatas y recoger pedidos previamente programados.

A través del comercio electrónico, se contará con una plataforma web y redes sociales para la gestión de pedidos, cotizaciones y consultas, brindando una alternativa ágil para quienes prefieren comprar sin desplazarse. Se ofrecen envíos a nivel nacional por medio de transportadoras aliadas, asegurando la llegada de los productos a cualquier parte del país. Dentro de Pitalito, se dispone de un servicio de entrega a domicilio con opción de pago contra entrega o si la compra es superior a \$150.000, el domicilio será gratuito, para los 10 primeros clientes del mes. Asumiendo la empresa el costo por domicilio de \$4.000

Para llegar a clientes en municipios cercanos como San Agustín, Isnos, Garzón, La Plata, Palestina y Acevedo, se emplea un sistema de envío por encomienda con conductores, lo que facilita y agiliza la entrega sin necesidad de que los compradores se trasladen a Pitalito. Este esquema de distribución garantiza accesibilidad, comodidad y rapidez en la entrega de dotaciones industriales, fortaleciendo la presencia de la empresa en la región.

8.6.3. Estrategia de precio

La estrategia de precios de Servidotaciones del Huila, se inicia con las opiniones expresadas por los clientes potenciales, en el estudio de mercado, igualmente se basa en un enfoque competitivo y flexible, considerando factores como costos de producción, margen de rentabilidad, análisis del mercado y valor percibido por el cliente. Se establecen precios diferenciados según el tipo de cliente y volumen de compra, ofreciendo descuentos especiales a empresas, contratistas y clientes recurrentes para fortalecer relaciones comerciales a largo plazo e incentivar la compra frecuente.

El cálculo del precio parte de los costos directos e indirectos, incluyendo materia prima, mano de obra, insumos, gastos operativos y costos fijos como arriendo, servicios públicos, sueldos y gastos administrativos, asegurando que los precios cubran estos costos y permitan la sostenibilidad del negocio. Además, se busca una alta rotación de mercancía, por lo que se establecen precios accesibles y competitivos para mantener un flujo constante de ventas. (Casteblanco, Omar Eduardo, 2009).

Otro factor clave es la compra en grandes volúmenes, lo que permite acceder a mejores precios con proveedores y trasladar ese beneficio a los clientes, ofreciendo productos de calidad a costos más bajos sin comprometer la rentabilidad. Asimismo, se realiza un análisis de la competencia, garantizando que nuestros precios sean atractivos y alineados con las condiciones del mercado.

8.6.4. Estrategia de Promoción

SERVIDOTACIONES DEL HUILA busca reposicionarse constantemente como una empresa líder en la confección, personalización y comercialización de uniformes industriales y equipos de protección personal (EPP) en Pitalito, Huila. Para lograrlo, implementará estrategias de promoción mensual que incentiven la compra través de un sistema que realiza descuentos del 5% sobre pedidos de \$800.000 a los cinco primeros clientes del mes; y 10% sobre pedidos de \$1.500.000 A los 5 primeros clientes del mes; Con esta estrategia de promoción se busca fortalecer la fidelización de clientes y diferenciar la oferta en un mercado altamente competitivo.

8.6.5. Estrategia de comunicación

Coherente con las estrategias planteadas, la comunicación sea fundamental para que se concrete el reposicionamiento de la empresa en la región.; para ello se establecen las siguientes estrategias que darán a conocer la existencia de la empresa en el mercado regional.

Redes Sociales y Marketing Digital

Las redes sociales son una herramienta clave para la difusión de la marca y la interacción con clientes potenciales. Se utilizará Facebook, Instagram y WhatsApp Business como sus principales canales de comunicación, a través de estas plataformas, se compartirán publicaciones periódicas con imágenes y descripciones detalladas de los productos, destacando su calidad y cumplimiento con normativas de seguridad. Además, se publicarán testimonios de clientes satisfechos y casos de éxito para generar confianza en el mercado, también se promoverán descuentos y promociones para incentivar la compra, asegurando una mayor captación de clientes.

Para reforzar el alcance de las publicaciones, se implementará una estrategia de anuncios pagados en Facebook e Instagram, segmentados para llegar a empresas del sector agroindustrial, construcción y servicios públicos. La atención personalizada a través de WhatsApp Business permitirá una comunicación directa con los clientes, facilitando la resolución de dudas y agilizando el proceso de cotización y compra. Para esta estrategia, se destinará un presupuesto mensual de \$200.000 en publicidad digital.

Publicidad Impresa y Material POP

Para llegar a clientes que no utilizan activamente redes sociales, se diseñarán e imprimirán volantes con información de la empresa, catálogos de productos y promociones

especiales, estos materiales serán distribuidos en puntos estratégicos como ferreterías, almacenes industriales y empresas del sector de la construcción y agroindustria en Pitalito.

El diseño de estos materiales será atractivo y profesional, asegurando que transmitan la identidad de la marca y resalten los valores de calidad y seguridad en las dotaciones ofrecidas. La inversión estimada para la impresión y distribución de volantes será de \$300.000 cada mes, garantizando una presencia continua en el mercado local.

8.6.6. Estrategia de servicio

Atendiendo a las nuevas dinámicas estratégicas de fortalecimiento, la empresa se hará responsable mensualmente de hasta 20 artículos que en función de las garantías post venta tiene el cliente. Destinando un presupuesto de \$600.000. Para cubrir estas devoluciones.

8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado

Tabla 12

Presupuesto

Estrategia	Definición	Cantidad	Costo
Distribución	Domicilios a clientes especiales	10	\$40.000
Promoción	5 cliente de -10% y 5 clientes de -5% mensuales	10	\$950.000
Publicidad	Redes sociales más volantes publicitarios	Globales	\$500.000
Servicio	Garantías de fabricación	20	\$600.000
TOTAL			\$2.090.000

Nota. Datos obtenidos a partir de la estimación de costos del plan de mercadeo y proyecciones financieras.

Con una inversión estratégica de \$2.090.000, se proyecta fortalecer su presencia local mediante domicilios, descuentos, publicidad y garantías. Estas acciones están dirigidas a captar y fidelizar clientes clave en el mercado regional. Se espera que, a corto plazo, estas estrategias impulsen el crecimiento de las ventas y el posicionamiento de marca.

8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento

El fortalecimiento de la empresa implica se garanticen un STOP de mercancías en todos los tiempos o meses del año, para lo cual se establecen relaciones comerciales como se evidencia en el siguiente cuadro.

Tabla 13

Estrategia aprovisionamiento

Producto	Proveedor	Cantidad	Precio aproximado
Tela jean	Icoltex	100	\$ 11.000
	Pash SAS	100	\$ 10.500
Botas	J y G botas industriales SAS	100	\$ 54.000
	Calzado Rómulo Cedeño	20	\$ 110.000
Guantes	Guantes Ozfer	300	\$ 4.000
	Importadora latina	300	\$ 2.500
Gafas	Comercializadora 3G E U	600	\$ 2.200
	Importadora latina	360	\$ 2.500
Pretales	Comercializadora 3G E U	10	\$ 98.000

Insafe	2	\$	122.000
--------	---	----	---------

Nota. Información derivada de cotizaciones realizadas a proveedores estratégicos.

La estrategia de aprovisionamiento se basa en la diversificación de proveedores para garantizar calidad, disponibilidad y precios competitivos. Se establecen alianzas, asegurando un suministro eficiente de insumos clave, esta planificación permite responder oportunamente a la demanda, controlar los costos de producción y mantener la continuidad operativa. (Mecalux, 2021).

9. Módulo de operación

9.1. Ficha técnica

Tabla 14

Ficha Técnica Jean rígido para hombre

Ítem	Descripción
Producto específico	Jean rígido para hombre
Unidad de medida	Unidad
Descripción general	Pantalón elaborado en jean 100% algodón de 12 a 14 onzas, prelavado y tachado. Corte para caballero. Refuerzo interno en el lateral de tres costuras. 5 bolsillos: Dos adelante, dos atrás y uno relojero.

Especificaciones	Color: Azul Oscuro Tela: Índigo 14 onzas (Rígido) o 12.5 Onzas (Licrado) Tallas: 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40, 42, 44, 46
-------------------------	---

Nota. Datos técnicos recopilados para definir las características del jean rígido para hombre.

Tabla 15

Ficha Técnica Gafa de seguridad

Ítem	Descripción
Producto específico	Gafa de seguridad
Unidad de medida	Unidad
Descripción general	Diseñado para proteger el ojo contra golpes impacto de partículas polvo y chispas. Filtro UV. Lente de policarbonato. Incoloro: uso general. Anti-empañó (AF): película resistente a la condensación de humedad sobre el lente. Gracias a la película anti-empañó que el lente posee es más resistente a las rayaduras
Especificaciones	Diseño ojo de gato clásico elegante y económico. Su radio de curvatura y las patillas siguiendo la línea logran un calce perfecto a la cara. Tornillo de acero inoxidable.
Certificación	EN166

Nota. (Asociación Española de Normalización y certificación, 2001). Datos técnicos recopilados para establecer las características de la gafa de seguridad.

Tabla 16*Ficha Técnica Juego de pretales*

Ítem	Descripción
Producto específico	Juego de Pretales Regulables
Unidad de medida	Unidad
Descripción general	Juego de Pretales regulables, diseñado y orientado como unidad de escalamiento (ascenso vertical), para postes de diversos Diámetros y materiales. En actividades de mantenimiento de redes eléctricas, telecomunicaciones, TV cable y otros. No forma de un equipo de protección contra caídas.
Especificaciones	Equipo construido en cuerda trenzada de 13 mm. (Sujeción a poste) y cinta engomada 700 mm. (apoyo de pies) con refuerzo en cuero. Largo útil 1,80 mt.
Certificación	Aunque no se ha definido una norma técnica para este equipo, “se garantiza una resistencia de 5000 lb en sus partes, piezas y sistema constructivo. Capacidad 140kg Sistema de etiquetas que facilita su trazabilidad e inspección”.

Nota. (Resolución 4272 de 2021, Ministerio del trabajo). Datos técnicos recopilados para definir las características del juego de pretales.

9.2. Descripción del proceso

Se presenta la ruta a seguir en fabricación de un producto.

Tabla 17*Descripción del proceso*

Actividad del Proceso				
Bien / Servicio:	Jean rígido caballero			
Unidades a Producir:	100			
Actividad del Proceso	Tiempo de realización (horas)	Cargos que participan en la actividad	N° de personas que intervienen	Equipos y maquinarias utilizadas
Actividad 1 corte: Se tiende, traza y corta la tela	7	Operario de corte	2	Moldes, maquina cortadora
Actividad 2 preparación: Separan los cortes y en cada paquete se alista hilos y marquillas	1	Operario de corte	1	Corte y bolsas de empacar
Actividad 3 confección	37	Operarios de confección	3	Maquina plana, maquina fileteadora, maquina dos agujas
Actividad 4 Revisión de prendas: se realiza una revisión detallada de cada prenda para asegurarse de que estén en óptimas condiciones	1	Auxiliar de taller	1	N/A
Actividad 5 Colocación de ojales y botones	4	Operario de ojaladora y botonadora	1	Maquina ojaladora, Maquina botonadora
Actividad 6 Se pule la prenda, dobla y empaca	2	Auxiliar de taller	1	N/A
Actividad 7 Se organizan en el área de inventario, clasificadas por talla	1	Vendedor	1	N/A
Actividad 8 Se registran todos los datos relacionados en el sistema de información de la empresa	1	Administrador	1	Computador, software contable
Total	54			

Nota. Descripción detallada del proceso productivo del jean rígido para caballero.

El proceso refleja una adecuada distribución de funciones, tiempos y recursos humanos, lo que permite mantener un flujo de trabajo continuo y controlado. La secuencia de actividades está diseñada para minimizar errores y asegurar la calidad del producto final, integrando tareas operativas y administrativas.

9.3. Estado de desarrollo

Actualmente la empresa se encuentra desarrollando sus actividades de manera normal, ajustando el sistema financiero a una nueva aplicación, que le hará mejorar en este aspecto, igualmente se encuentra desarrollando un proceso de ajuste o fortalecimiento con el apoyo técnico de Centro Progresá Neiva.

9.4. Plan de producción

Se presenta a continuación, este plan para un mes.

Tabla 18

Plan de producción

Producto	Cantidad	Descripción
-----------------	-----------------	--------------------

Jean rígido caballero	710	El Jean Rígido Caballero está fabricado en índigo de 14onz, algodón 100%, tres corturas y prelavado, con un acabado resistente que garantiza una larga durabilidad incluso en condiciones de trabajo exigentes. Su diseño clásico de corte recto proporciona comodidad.
TOTAL	710	

Nota. Plan de producción asegurando disponibilidad del jean rígido para caballero.

Para el periodo mensual se proyecta la fabricación de 710 unidades del Jean Rígido Caballero, este plan responde a la capacidad instalada del taller y a las exigencias del mercado objetivo, priorizando la durabilidad, comodidad y resistencia del producto frente a condiciones laborales exigentes, la producción estimada permite organizar con anticipación los requerimientos de insumos, personal y tiempos de entrega

9.5. Proyección de ventas

Se proyecta las ventas para un año.

Tabla 19

Proyección de ventas

Proyección de ventas				
(Cifras expresadas en pesos colombianos)				
Precio por Producto		Año 1	Año 2	Año 3
Precio Jean rígido caballero	\$ / unid.	\$50.000	\$ 55.000	\$60.500
Precio Bota kondor ref. 725500 dieléctrica	\$ / par.	\$180.000	\$ 198.000	\$217.800

Precio Gafa seguridad	\$ / unid.	\$20.000	\$22.000	\$24.200
Precio Juego de pretales regulables	\$ / unid.	\$190.000	\$209.000	\$229.900
Unidades Vendidas por Producto		Año 1	Año 2	Año 3
Unidades Jean rígido caballero	unid.	8.800	10.560	12.672
Unidades Bota kondor ref. 725500 dieléctrica	par.	740	888	1.066
Unidades Gafa seguridad	unid.	5.230	6.276	7.531
Unidades Juego de pretales regulables	unid.	462	554	665
Total, Ventas		Año 1	Año 2	Año 3
Precio Promedio	\$	\$39.808	\$43.788	\$60.816
Ventas	unid.	19.232	23.078	21.934
Ventas	\$	\$765.580.000	\$1.010.565.600	\$1.333.946.592

Nota. Proyección de ventas elaborada para un horizonte de tres años, considerando el crecimiento progresivo. Las abreviaturas “unid.” y “par.” indican unidad y par, respectivamente.

La evolución proyectada refleja una estrategia orientada al posicionamiento progresivo en el mercado, con ajustes de precios alineados a la inflación esperada y al valor percibido por el cliente, el crecimiento en unidades vendidas sugiere un fortalecimiento de la fidelización de clientes y expansión territorial, mientras que el aumento del ingreso total indica una estructura comercial sólida.

9.6. Requerimientos de inversión

A continuación, se hace referencia a los elementos requeridos en la empresa.

9.6.1. Lugar de operación

La empresa está ubicada en la Calle 10 No. 2-26, en el centro del municipio de Pitalito, Huila, desde donde desarrolla todas sus actividades operativas y comerciales. Esta ubicación estratégica en el corazón de la ciudad le permite un fácil acceso tanto a sus clientes como a proveedores, facilitando la logística y el desarrollo eficiente de sus procesos. Además, al estar en una zona central, la empresa se encuentra en un entorno dinámico y comercial que favorece el crecimiento y fortalecimiento de sus relaciones empresariales.

9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

Tabla 20

Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

Tipo de activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Requisitos técnicos
Infraestructura y adecuaciones	Adecuación del local comercial y del área de confección	1	\$13.500.000	\$13.500.000	Instalación eléctrica industrial segura, iluminación eficiente, ventilación adecuada, mobiliario resistente como mesas de corte y estanterías, pisos antideslizantes, señalización de seguridad conforme al SG-SST

Maquinaria y equipo	Bordadoras	2	\$22.000.000	\$44.000.000	Instalación eléctrica estable, espacio ventilado, buena iluminación y mantenimiento regular. El personal debe estar capacitado en el manejo del software de bordado y en el ajuste de hilos y bastidores.
	Maquinaria de confección, como máquinas planas, fileteadoras, collarín, dos agujas, ojaladora, botonadora, cerradora	13	\$1.348.462	\$17.530.000	Se requiere una conexión eléctrica adecuada al tipo de motor, un área amplia y segura para el trabajo continuo, mantenimiento periódico, y operadores capacitados en su manejo y solución de fallas menores.
	Computador portátil	2	\$2.200.000	\$4.400.000	Procesador Intel i5 o equivalente, 8 GB de RAM, 256 GB de almacenamiento SSD, y una pantalla Full HD. Debe contar con conectividad Wi-Fi, puertos USB, y un sistema operativo actualizado (Windows 10 o superior)
Equipo de comunicación y computación	Televisor	1	\$1.400.000	\$1.400.000	Mínimo 43", resolución Full HD o superior, con puertos HDMI/USB y preferiblemente Smart TV.
	Impresora	1	\$750.000	\$750.000	Multifuncional (imprime, escanea y copia), con conexión

					USB y Wi-Fi. Compatible con papel carta y oficio, y con buena velocidad de impresión.
	Celular	1	\$450.000	\$450.000	Sistema Android 11 o superior, mínimo 4 GB de RAM y 64 GB de almacenamiento. Cámara de 12 MP o más y conectividad 4G, Wi-Fi y Bluetooth.
Equipo de transporte y carga	Moto	1	\$3.400.000	\$3.400.000	Cilindraje mínimo de 125 cc, en buen estado mecánico, con parrilla para carga y documentación vigente (SOAT y revisión técnico-mecánica).
	Mesa de corte	1	\$4.500.000	\$4.500.000	Material resistente, con una superficie plana y amplia, y altura ajustable para facilitar un corte preciso y cómodo.
Muebles y enseres	Estantería	30	\$170.000	\$5.100.000	Estructura robusta, estantes ajustables para adaptarse a distintos tamaños de productos, y un diseño modular para optimizar el uso del espacio.
	Escritorio	2	\$650.000	\$1.300.000	Superficie amplia de material duradero, con espacios de almacenamiento para organizar documentos y herramientas administrativas.

	Sillas	8	\$90.000	\$720.000	Ergonómicas, con ajuste de altura y respaldo, fabricadas con material antideslizante y resistente para garantizar comodidad y durabilidad en el uso diario.
	Maniqués	16	\$360.000	\$5.760.000	Fabricados en material resistente, con base estable y partes desmontables. Talla estándar para exhibir uniformes de forma adecuada.
	Muebles de exhibición	8	\$350.000	\$2.800.000	Construidos en materiales duraderos, con repisas útiles y diseño modular o móvil para facilitar la organización del espacio.
Gastos preoperativos	Matricular mercantil	1	\$460.000	\$460.000	Cumplir con las normas y regulaciones que regulan la producción, venta y uso de productos y servicios
	Publicidad y mercadeo	1	\$860.000	\$860.000	Se requiere la presentación de documentos de identidad, el formulario del Registro Único Tributario (RUT) y otros documentos específicos dependiendo del caso
	Honorarios contadores	1	\$600.000	\$600.000	Contrato por prestación de servicios.

	Profesional inscrito, encargado de informes contables y tributarios, con pagos y entregables definidos.
TOTAL	\$107.530.000

Nota. Cantidades y costos de materiales básicos para producción, expresados en pesos colombianos.

La inversión total de \$107.530.000 refleja una adecuada asignación de recursos en activos clave para la operatividad, priorizando infraestructura, maquinaria especializada y equipos tecnológicos necesarios para el proceso productivo y la gestión administrativa. La adquisición de maquinaria de confección y bordado, junto con las adecuaciones del local, asegura un entorno de trabajo eficiente y seguro, cumpliendo con las normativas del SG-SST, los equipos de comunicación y transporte permiten optimizar las operaciones logísticas y comerciales, mientras que los muebles y enseres aseguran un espacio adecuado para las tareas administrativas y de confección, los gastos preoperativos, como la matrícula mercantil y la publicidad, son esenciales para formalizar y posicionar la empresa en el mercado. (Decreto 1443 de 2014, Ministerio del trabajo)

9.7. Plan de compras

Se relaciona el plan para un mes.

Tabla 21*Plan de compras*

Materia prima	Cantidad	Unidad medida	Valor Unitario	Valor Total
Tela índigo 14onz	1.136	Metros	\$10.500	\$11.928.000
Hilos	107	Unidad	\$7.500	\$798.750
Botones metálicos	1	Millar	\$150.000	\$150.000
Etiqueta	710	Unidad	\$150	\$106.500
Cremalleras	710	Unidad	\$1.500	\$1.065.000
TOTAL				\$14.048.250

Nota. Cantidades y costos de materiales básicos para producción, expresados en pesos colombianos.

La inversión de \$14.048.250 en materia prima, posiciona a la empresa para una producción eficiente y de alta calidad en sus primeros ciclos de operación. Con la adquisición de telas, hilos, botones y otros insumos clave, se garantiza una base sólida para cubrir la demanda inicial. A medida que la producción aumente, es probable que la empresa experimente economías de escala, lo que podría reducir el costo unitario de los materiales y mejorar los márgenes de ganancia, la correcta gestión y optimización del inventario de materia prima serán factores clave para asegurar la rentabilidad y la capacidad de la empresa para responder a nuevas oportunidades de mercado. (Wengel et al, 2009).

10. Módulo de organización

10.1. Estrategia organizacional

La estrategia organizacional de la empresa se orienta a consolidarse como una empresa líder en la confección, personalización y comercialización de uniformes industriales y equipos de protección personal (EPP) en la región del sur del Huila, destacándose por la calidad, cumplimiento normativo y el compromiso con la seguridad laboral de sus clientes.

La estrategia se basa en cinco pilares fundamentales:

- **Calidad y cumplimiento normativo:** Ofrecer productos que cumplan con los estándares técnicos y legales en materia de seguridad industrial, garantizando la protección del trabajador en todos los sectores atendidos, como el agroindustrial, construcción, servicios públicos y contratistas estatales.
- **Atención personalizada y asesoría técnica:** Brindar un servicio cercano y consultivo que permita a los clientes seleccionar las dotaciones más adecuadas según sus necesidades específicas, fomentando relaciones comerciales duraderas basadas en la confianza.
- **Innovación y mejora continua:** Incorporar materiales de última generación, procesos productivos eficientes y técnicas de personalización que nos diferencien en el mercado y nos permitan responder ágilmente a las exigencias de los clientes.
- **Desarrollo local y sostenibilidad:** Promover el empleo local, el uso responsable de los recursos y prácticas empresariales que minimicen el impacto ambiental, aportando al desarrollo económico y social del municipio de Pitalito y sus alrededores.

- **Crecimiento estratégico:** Expandir nuestra cobertura en el sur del Huila mediante alianzas comerciales, participación en licitaciones públicas y fortalecimiento del posicionamiento de marca a través de canales digitales y ferias empresariales.

10.2. Matriz DOFA

Tabla 22

Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS INTERNO	Alta calidad y personalización de los productos	Dependencia de proveedores específicos
	Compromiso con la sostenibilidad	Limitada visibilidad de marca
ANALISIS EXTERNO	Experiencia técnica en confección y personalización	Recursos limitados para marketing y expansión
	Relación cercana con los clientes	Escalabilidad de la producción
	Capacidad de adaptación a normativas locales	Proceso de adaptación a nuevas tecnologías
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Crecimiento del mercado local y regional	Potenciar la oferta de productos personalizados y de alta calidad	Diversificar la base de proveedores y establecer acuerdos a largo plazo con varios de ellos
Normativas de seguridad laboral más estrictas	Integrar la sostenibilidad en todas las operaciones	Incrementar la visibilidad de la marca mediante una campaña de marketing digital
Tendencia hacia la sostenibilidad	Aprovechar la experiencia técnica del equipo para mejorar los procesos de personalización	Implementar estrategias de marketing de bajo costo, como el marketing en redes sociales
Alianzas estratégicas con empresas del sector	Fortalecer las relaciones con los clientes mediante programas de fidelización	Mejorar los procesos de producción mediante la optimización de tiempos
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA

Competencia local y nacional	Expandir las operaciones hacia nuevas regiones o mercados locales	Diferenciarse a través de la calidad, el servicio y la personalización.
Aumento en los costos de materias primas	Aprovechar las nuevas regulaciones como una oportunidad para reforzar la imagen de la empresa como líder	Crear un equipo especializado que monitoree de manera continua los cambios en las normativas laborales y medioambientales
Informalidad en el mercado que compite con precios bajos sin cumplir normas.	Desarrollar una línea de productos ecológicos o sostenibles para atraer a clientes	Negociar precios preferenciales con proveedores a largo plazo o buscar alternativas de materiales que mantengan la calidad y reduzcan los costos
Riesgos logísticos por dependencia de transporte e insumos foráneos.	Establecer alianzas con empresas de otros sectores (construcción, agroindustria, etc.) para asegurar una cadena de suministro	Diversificar los mercados atendidos, tanto geográficamente como sectorialmente, para mitigar los riesgos

Nota. La tabla muestra estrategias FODA combinando factores internos y externos. Información contextualizada en Colombia

10.3. Organismos de apoyo

- Centro Progresá (UNIMINUTO)

Fase de definición del negocio: Centro Progresá es un espacio de apoyo a emprendedores que proporciona asesoría estratégica en la fase inicial de creación de la empresa. A través de este programa, se realiza un diagnóstico inicial del negocio, se desarrolla un plan de negocios sólido y se proporciona asesoría técnica para la identificación de oportunidades y amenazas en el mercado.

Fase de implementación: En la fase de implementación, Centro Progresá ofrece acompañamiento en la estructuración financiera de la empresa, asistencia en la obtención de recursos y alianzas estratégicas, y acceso a formación continua. Además, facilita la conexión con redes de contacto y potenciales inversionistas.

- Cámara de Comercio de Pitalito

Fase de definición del negocio: La Cámara de Comercio ofrece programas de formación y asesoría gratuita o a bajo costo para emprendedores que se encuentran en las primeras fases de la creación de su negocio. Además, facilita el registro de la empresa y proporciona asesoría legal y tributaria.

Fase de implementación: Brinda apoyo en el proceso de internacionalización, si fuera aplicable, y en la obtención de registros de propiedad intelectual como marcas o patentes. También organiza ferias y eventos que pueden ser utilizados para aumentar la visibilidad de la empresa.

- iNNpulsa Colombia

Fase de definición del negocio: Impulsa Colombia ofrece apoyo a emprendimientos innovadores mediante la creación de programas de incubación y aceleración de negocios. Facilita recursos para la formulación de planes de negocio con un enfoque de innovación y desarrollo tecnológico.

Fase de implementación: Brinda acompañamiento en la implementación de modelos de negocio escalables e innovadores. Además, facilita acceso a redes de inversionistas y conecta a los emprendedores con otras empresas o agentes del ecosistema emprendedor. (iNNpulsa, 2023).

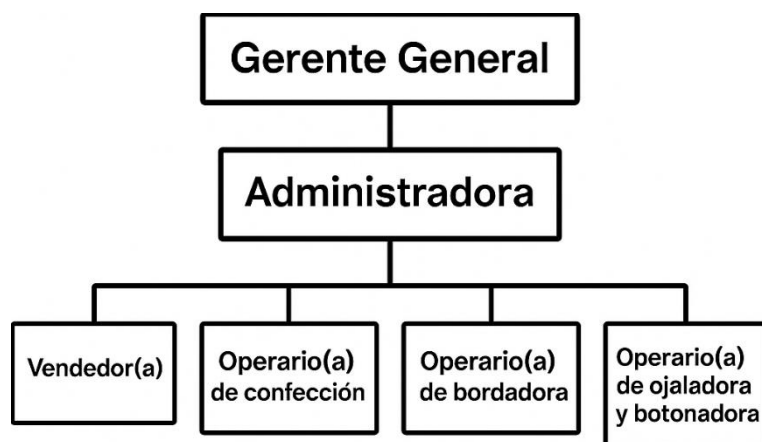
- Fondo Emprender (SENA)

Fase de definición del negocio: El Fondo Emprender apoya a los emprendedores con el financiamiento inicial de sus proyectos. En la fase de definición del negocio, ofrece orientación en la elaboración del plan de negocio y en la formulación de proyectos productivos. Fase de implementación: En la fase de implementación, el Fondo Emprender brinda recursos financieros para la puesta en marcha del negocio, como la compra de maquinaria o materiales. Además, proporciona acompañamiento técnico en la implementación del proyecto. (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, 2024)

10.4. Estructura organizacional

Gráfica 12

Organigrama organizacional



Nota. El organigrama muestra la estructura jerárquica de la empresa, destacando roles operativos clave bajo la coordinación de la administradora y la dirección del gerente general.

Tabla 23

Estructura organizacional

Nombre del cargo	Funciones principales	Formación	Experiencia (años)	Tipo de contratación	Unidad	Remuneración	Empleados en el cargo	Mes de vinculación
Gerente General	Dirigir y supervisar todas las áreas del negocio, tomar decisiones estratégicas.	Profesional en Administración o Contaduría	5	Contrato fijo	Dirección General	\$2.000.000	1	Enero
Administradora	Gestionar compras, inventarios, atención al cliente y coordinación operativa.	Profesional en Administración o Contaduría	3	Contrato fijo	Administración	\$1.500.000	1	Enero
Operario de confección	Realizar costuras y ensamblado de prendas industriales según patrones y especificaciones.	Curso en confección industrial	1	Contrato por obra	Producción	\$1.450.000	3	Enero
Operario de bordadora	Manejar máquina bordadora, preparar archivos y supervisar calidad del bordado.	Curso en manejo de bordadora	1	Contrato fijo	Producción	\$1.450.000	1	Enero
Operario de ojaladora y botonadora	Operar máquinas especializadas para ojal y botón en	Curso en máquinas industriales	1	Contrato fijo	Producción	\$1.450.000	1	Enero

	prendas terminadas.							
Operario de corte	Trazar y cortar telas según moldes y referencias técnicas.	Curso en corte textil	1	Contrato fijo	Producción	\$1.450.000	1	Enero

Nota. Los valores de remuneración están expresados en pesos colombianos. Se detalla cargos, funciones y demás especificaciones, según el organigrama presentado.

La estructura organizacional está pensada para garantizar una operación clara y eficiente, cada área cuenta con personal capacitado para cumplir funciones específicas que permiten que el proceso productivo avance sin contratiempos, el equipo combina dirección, administración y producción, con roles bien definidos y personal con la formación adecuada.

10.5. Aspectos legales

Normatividad Comercial

SERVIDOTACIONES DEL HUILA está constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), una figura jurídica que le permite operar con autonomía y responsabilidad limitada al capital aportado. La empresa desarrolla su actividad bajo el código CIU 1410: "Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel". Se encuentra formalmente registrada ante la Cámara de Comercio de Neiva – sede Pitalito, lo que le permite acceder a beneficios

comerciales, participar en procesos contractuales y actuar dentro del marco legal vigente.

(Revisión 4 Adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C. (2020) – DANE)

Normatividad Tributaria

SERVIDOTACIONES DEL HUILA opera bajo el Régimen Común, cumpliendo con las obligaciones fiscales correspondientes. La empresa declara y paga IVA, retención en la fuente, declaración de renta. A nivel municipal, está al día con el pago de ICA, ReteICA.

Normatividad Laboral

Todo el personal vinculado está afiliado al sistema de seguridad social: salud, fondo de pensiones y cesantías, ARL. Dispone de un reglamento interno de trabajo, debidamente radicado ante el Ministerio del Trabajo, y aplica el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), asegurando condiciones laborales seguras y conformes con la normatividad vigente.

Normatividad Técnica

La empresa cuenta con el concepto favorable de **uso del suelo** emitido por la Alcaldía Municipal.

Normatividad Ambiental

SERVIDOTACIONES DEL HUILA implementa buenas prácticas ambientales, como la correcta disposición de residuos textiles, el uso de materiales reciclables y el ahorro de recursos como agua y energía. Aunque no requiere licencia ambiental, cumple con las disposiciones

locales en materia de sostenibilidad. Asimismo, promueve una operación responsable, contribuyendo al cuidado del entorno mediante procesos productivos ecoeficientes.

10.6. Costos Administrativos

Tabla 24

Costos Administrativos

Cargos Primer Año de Operación	Número meses en el cargo primer año operación	Número personas en el cargo	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Administración						
Gerente general	12,0	1,0	\$2.000.000	\$24.000.000	\$24.832.800	\$25.627.450
Administrador	12,0	1,0	\$1.500.000	\$18.000.000	\$18.624.600	\$19.220.587
Total		2,0		\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037
Gastos de Administración						
	Rubros		Valor	Año 1	Año 2	Año 3
	Sueldos a empleados de administración			\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037
	Dotación del personal		\$450.000	\$1.350.000	\$1.404.000	\$1.460.160
	Seguridad y orden del almacén		\$145.000	\$1.740.000	\$3.480.000	\$3.619.200
	Arriendo local		\$2.000.000	\$24.000.000	\$24.960.000	\$25.958.400
	Papelería		\$80.000	\$960.000	\$998.400	\$1.038.336
	Software contable		\$60.000	\$720.000	\$748.800	\$778.752
	Total			\$70.770.000	\$75.048.600	\$77.702.885
Gastos de Ventas						
	Rubros		Valor	Año 1	Año 2	Año 3
	Sueldos a empleados de ventas			\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037
Gastos Fijos de Ventas						
	Publicidad		\$70.000	\$840.000	\$873.600	\$908.544
	Internet		\$80.000	\$960.000	\$993.312	\$1.025.098

Servicios públicos	\$550.000	\$6.600.000	\$6.829.020	\$7.047.549
Total		\$50.400.000	\$52.153.332	\$53.829.227

Nota. Todos los valores están expresados en pesos colombianos.

La proyección financiera para los primeros tres años de operación revela una estructura de costos estable con incrementos progresivos asociados principalmente a ajustes inflacionarios, en el área administrativa, los gastos se concentran en salarios, arriendo y dotación, representando una base sólida para el funcionamiento interno. Por su parte, los gastos de ventas también muestran un crecimiento controlado, especialmente en servicios públicos e internet, lo que indica una planificación orientada a la sostenibilidad operativa y al posicionamiento comercial continuo, esta proyección respalda la viabilidad financiera del emprendimiento en su fase inicial.

11. Modulo financiero

11.1. Proyección de ingresos

Tabla 25

Proyección de ingresos

Proyección de ingresos		Año 1	Año 2	Año 3
Precio por Producto				
Precio Jean rígido caballero	\$ / unid.	\$50.000	\$55.000	\$60.500
Precio Bota kondor ref. 725500 dieléctrica	\$ / unid.	\$180.000	\$198.000	\$217.800
Precio Gafa seguridad	\$ / par.	\$20.000	\$22.000	\$24.200
Precio Juego de pretales regulables	\$ / unid.	\$190.000	\$209.000	\$229.900

Unidades Vendidas por Producto				
Unidades Jean rígido caballero	unid.	8.800	10.560	12.672
Unidades Bota kondor ref. 725500 dieléctrica	unid.	740	888	1.066
Unidades Gafa seguridad	unid.	5.230	6.276	7.531
Unidades Juego de pretales regulables	unid.	462	554	665
Capacidad Instalada y Utilizada				
Capacidad Instalada Maquinaria y Equipos	unid.	18	18	18
Capacidad Utilizada Maquinaria y Equipos	unid.	18	18	18
% Utilización Capacidad Instalada	%	100,0%	100,0%	100,0%
Capacidad Instalada Horas / Hombre	unid.	7	7	7
Capacidad Utilizada Horas / Hombre	unid.	7	7	7
% Utilización Capacidad Instalada en H/H	%	100,0%	100,0%	100,0%
Total, Ventas				
Precio Promedio	\$	\$39.808	\$43.788	\$60.816
Ventas	unid.	19.232	23.078	21.934
Ventas	\$	\$765.580.000	\$1.010.565.600	\$1.333.946.592

Nota. Todos los valores están expresados en pesos colombianos.

Se proyecta un crecimiento constante en los ingresos durante sus primeros tres años, impulsado por el aumento en precios y en la cantidad de unidades vendidas. La empresa mantiene un uso del 100% de su capacidad instalada, lo que refleja eficiencia operativa, aunque a futuro podría requerir ampliación. Los ingresos estimados pasan de \$765 millones en el primer

año a más de \$1.333 millones en el tercero, evidenciando un modelo financiero sólido y sostenible.

11.2. Proyección de egresos (costos y gastos)

Tabla 26

Proyección de egresos (costos y gastos)

			Vr Total	Vr Total	Vr Total
			Año 1	Año 2	Año 3
Costos Unitarios Materia Prima (MP) e Insumos (I)					
Jean rígido caballero					
Tela jean	Metros	1,60	\$16.800	\$18.480	\$20.328
Hilos	Unidad	0,15	\$1.125	\$1.237	\$1.361
Botones	Unidad	1	\$500	\$550	\$605
Marquillas	Unidad	1	\$150	\$165	\$181
Cremallera	Unidad	1	\$1.500	\$1.650	\$1.815
Total, Costo Unitario Jean rígido caballero			\$20.075	\$22.082	\$24.290
			Año 1	Año 2	Año 3
Bota kondor ref. 725500 dieléctrica					
Mercancía no fabricada por la empresa	Unidad	1	\$92.500	\$101.750	\$111.925
Total, Costo Unitario Bota kondor ref. 725500 dieléctrica			\$92.500	\$101.750	\$111.925
			Año 1	Año 2	Año 3
Gafa seguridad					
Mercancía no fabricada por la empresa	Unidad	1	\$4.500	\$4.950	\$5.445
Total, Costo Unitario Gafa seguridad			\$4.500	\$4.950	\$5.445
			Año 1	Año 2	Año 3
Juego de pretales regulables					
Mercancía no fabricada por la empresa	Unidad	1	\$80.900	\$88.990	\$97.889
Total, Costo Unitario Juego de pretales regulables			\$80.900	\$88.990	\$97.889

Nota. Todos los valores están expresados en pesos colombianos.

Los costos de insumos y materias primas proyectan un aumento sostenido durante los tres primeros años, con un crecimiento promedio del 10% anual. El jean rígido presenta la estructura de costo más detallada, mientras que los demás productos, al ser comprados ya fabricados, reflejan aumentos directos por inflación. Esta tendencia requiere controlar inventarios y negociar precios para mantener la rentabilidad del negocio.

Tabla 27

Otros Costos de Fabricación

Otros Costos de Fabricación	Vr Total			
	Valor	Año 1	Año 2	Año 3
	Rubros			
Mantenimiento de máquinas y equipos	\$60.000	\$720.000	\$792.000	\$871.200
Transporte y logística	\$165.000	\$1.980.000	\$2.178.000	\$2.395.800
Total, Costos de Fabricación		\$2.700.000	\$2.970.000	\$3.267.000

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos. Se detallan costos adicionales de fabricación anuales

Los costos adicionales de fabricación presentan un crecimiento progresivo del 10% anual, destacándose el transporte y la logística como el componente más significativo. Estos rubros reflejan el esfuerzo por mantener operativa la infraestructura productiva y garantizar la entrega eficiente, lo que impacta directamente en la continuidad del servicio y en la calidad final del producto.

Tabla 28*Costo MO Directa*

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total
	Número ocupantes del cargo						
Nómina							
Operario de confección	3,00	3,00	3,00	\$1.450.000	\$17.400.000	\$9.018.420	\$26.418.420
Operario de bordadora	1,00	1,00	1,00	\$1.450.000	\$17.400.000	\$9.018.420	\$26.418.420
Operario de ojal y bordadora	1,00	1,00	1,00	\$1.450.000	\$17.400.000	\$9.018.420	\$26.418.420
Operario de corte	1,00	1,00	1,00	\$1.450.000	\$17.400.000	\$9.018.420	\$26.418.420

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

La mano de obra directa se mantiene constante durante los tres años proyectados, con un equipo de seis operarios clave en las áreas de confección, bordado, ojales y corte. Cada uno tiene un salario mensual de \$1.450.000, lo que genera un costo anual por empleado de \$26.418.420 incluyendo prestaciones, totalizando \$158.510.520 anuales en este componente esencial para la producción. Esto evidencia una estructura estable, con enfoque en mantener la calidad y continuidad operativa.

Tabla 29*Gastos Admón. y Ventas*

Cargos Primer Año de Operación	Número personas en el cargo	Salario Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
---------------------------------------	------------------------------------	------------------------	--------------	--------------	--------------

Administración					
Gerente general	1,0	\$2.000.000	\$24.000.000	\$24.832.800	\$25.627.450
Administrador	1,0	\$1.500.000	\$18.000.000	\$18.624.600	\$19.220.587
Subtotal	2,0	\$3.500.000	\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037
Total	2,0		\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037

Gastos de Administración					
Rubros	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	
Sueldos a empleados de administración		\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037	
Dotación del personal	\$450.000	\$1.350.000	\$1.404.000	\$1.460.160	
Seguridad y orden del almacén	\$145.000	\$1.740.000	\$3.480.000	\$3.619.200	
Arriendo local	\$2.000.000	\$24.000.000	\$24.960.000	\$25.958.400	
Papelería	\$80.000	\$960.000	\$998.400	\$1.038.336	
Software contable	\$60.000	\$720.000	\$748.800	\$778.752	
Total		\$70.770.000	\$75.048.600	\$77.702.885	

Gastos de Ventas					
Rubros	% sobre Ventas	Valor	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos a empleados de ventas			\$42.000.000	\$43.457.400	\$44.848.037
Gastos Fijos de Ventas					
Publicidad		\$70.000	\$840.000	\$873.600	\$908.544
Internet		\$80.000	\$960.000	\$993.312	\$1.025.098
Servicios públicos		\$550.000	\$6.600.000	\$6.829.020	\$7.047.549
Total			\$50.400.000	\$52.153.332	\$53.829.227

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

Durante los tres primeros años de operación, los gastos administrativos y de ventas presentan una tendencia creciente, reflejando la expansión y consolidación del negocio, en la administración, se mantiene una estructura organizativa estable con dos cargos directivos,

acompañados de rubros esenciales como dotación, arriendo, papelería y software, necesarios para el funcionamiento operativo, en el área comercial, los costos responden al fortalecimiento de la estrategia de ventas, incluyendo personal dedicado, publicidad y servicios, lo que evidencia una planificación orientada al posicionamiento y sostenibilidad del emprendimiento

11.3. Capital de trabajo

Tabla 30

Capital de trabajo

Capital de Trabajo				
Cuentas por cobrar	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Rotación Cartera Clientes	días	10	10	10
Cartera Clientes	\$	\$21.266.111	\$28.071.267	\$37.054.072
Cartera Clientes (Var.)	\$	-\$21.266.111	-\$6.805.156	-\$8.982.805
Provisión Cuentas por Cobrar	%	10%	10%	10%
Provisión Cuentas por Cobrar	\$	\$2.126.611	\$2.807.127	\$3.705.407
Provisión Período	\$	\$2.126.611	\$680.516	\$898.281
Inventarios				
Invent. Prod. Final Rotación	días costo de ventas	15	15	15
Invent. Prod. Final	\$	\$20.341.561	\$25.179.571	\$31.339.760
Invent. Prod. Final Variación	\$	-\$20.341.561	-\$4.838.009	-\$6.160.189
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días costo producción	4	4	4
Invent. Prod. Proceso	\$	\$18.258.000	\$6.768.308	\$8.425.716
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		\$11.489.692	-\$1.657.408
Invent. Materia Prima Rotación	días costo MP consumida	8	8	8
Invent. Materia Prima	\$	\$39.500.000	\$17.000.000	\$20.000.000
Invent. Materia Prima Variación	\$	-\$39.500.000	\$22.500.000	-\$3.000.000
Total, Inventario	\$	\$78.099.561	\$48.947.878	\$59.765.476

Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar				
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	\$18.650.000	\$27.975.000	\$32.171.250
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar (Variación)	\$	\$18.650.000	\$9.325.000	\$4.196.250
Cuentas por Pagar				
Cuentas por Pagar Proveedores	días	2	2	2
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	\$1.914.558	\$2.207.199	\$3.005.712
Cuentas por Pagar Proveedores (Variación)	\$	\$1.914.558	\$292.641	\$798.514
Acreedores Varios	\$	\$14.500.000	\$15.950.000	\$17.545.000
Acreedores Varios (Variación)	\$	\$14.500.000	\$1.450.000	\$1.595.000
Otros Pasivos	\$	\$85.500.000	\$68.400.000	\$54.720.000
Otros Pasivos (Variación)	\$	\$85.500.000	-\$17.100.000	-\$13.680.000

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

La proyección financiera muestra un crecimiento gradual en las cuentas por cobrar, los inventarios y los anticipos, reflejando un aumento en la actividad comercial y la gestión de la producción. Las cuentas por pagar también experimentan un aumento moderado, indicando un mayor volumen de compras y gastos operativos. Los pasivos disminuyen progresivamente, lo que sugiere un manejo más eficiente de las deudas a largo plazo. Estos cambios se alinean con el crecimiento esperado de las operaciones en los tres años, lo que implica una mejora en la capacidad de gestión del capital de trabajo.

11.4 Estado de Situación Financiera

Tabla 31*Estado de situación financiera*

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				
Activo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Efectivo	\$90.970.000	\$159.415.065	\$289.293.289	\$513.065.405
Cuentas x Cobrar	0	\$21.266.111	\$28.071.267	\$37.054.072
Provisión Cuentas x Cobrar		-\$2.126.611	-\$2.807.127	-\$3.705.407
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	\$39.500.000	\$17.000.000	\$20.000.000
Inventarios de Producto en Proceso	0	\$18.258.000	\$6.768.308	\$8.425.716
Inventarios Producto Terminado	0	\$20.341.561	\$25.179.571	\$31.339.760
Anticipos y Otras C x C		\$18.650.000	\$27.975.000	\$32.171.250
Total, Activo Corriente:	\$90.970.000	\$275.304.126	\$391.480.308	\$638.350.795
Terrenos	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	\$13.500.000	\$24.907.500	\$35.535.375	\$45.344.644
Maquinaria y Equipo de Operación	\$61.530.000	\$113.522.850	\$161.962.343	\$206.670.810
Muebles y Enseres	\$20.180.000	\$18.162.000	\$36.167.605	\$52.949.545
Equipo de Transporte	\$3.400.000	\$6.273.000	\$8.949.650	\$11.420.133
Equipo de Oficina	\$7.000.000	\$11.480.000	\$14.784.000	\$16.853.200
Total, Activos Fijos:	\$105.610.000	\$174.345.350	\$257.398.973	\$333.238.331
Activos Diferidos		\$4.851.000	\$4.851.000	\$4.851.000
Amortización Acumulada		-\$384.000	-\$768.000	-\$1.152.000
Total, Activos Diferidos:	\$1.920.000	\$4.467.000	\$4.083.000	\$3.699.000
Total, Otros Activos Fijos		0	0	0
ACTIVO	\$198.500.000	\$454.116.476	\$652.962.280	\$975.288.126
Pasivo				
Cuentas X Pagar Proveedores	0	\$1.914.558	\$2.207.199	\$3.005.712
Impuestos X Pagar	0	\$53.795.672	\$97.296.311	\$157.142.285
Acreeedores Varios		\$14.500.000	\$15.950.000	\$17.545.000
Obligaciones Financieras	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		\$85.500.000	\$68.400.000	\$54.720.000
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0
PASIVO	0	\$155.710.229	\$183.853.509	\$232.412.998
Patrimonio				
Capital Social	\$198.500.000	\$198.500.000	\$198.500.000	\$198.500.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	\$9.990.625	\$28.059.940
Utilidades Retenidas	0	0	\$79.924.998	\$224.479.516

Utilidades del Ejercicio	0	\$99.906.247	\$180.693.148	\$291.835.673
Revalorización patrimonio	0	0	0	0
PATRIMONIO	\$198.500.000	\$298.406.247	\$469.108.771	\$742.875.129
PASIVO + PATRIMONIO	\$198.500.000	\$454.116.476	\$652.962.280	\$975.288.126

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

La proyección del balance general indica un crecimiento continuo de la empresa a lo largo de los tres años. Los activos muestran un aumento tanto en el corto como en el largo plazo, reflejando una expansión de las operaciones y una mayor inversión en infraestructura y equipos. Al mismo tiempo, los pasivos se incrementan debido a las obligaciones comerciales y fiscales asociadas con el crecimiento, pero se mantienen bajo control. El patrimonio de la empresa también crece significativamente, gracias a las utilidades retenidas, lo que refleja un buen desempeño financiero. En resumen, la proyección sugiere una empresa en proceso de consolidación, con una estructura financiera sólida que respalda su expansión.

11.5 Estado de resultados

Tabla 32

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$765.580.000	\$1.010.565.600	\$1.333.946.592
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	\$464.531.320	\$567.958.291	\$702.469.824
Depreciación	\$20.966.150	\$33.381.403	\$46.417.418
Costos de Fabricación	\$2.700.000	\$2.970.000	\$3.267.000
Utilidad Bruta	\$277.382.530	\$406.255.906	\$581.792.351
Gasto de Administración	\$70.770.000	\$75.048.600	\$77.702.885

Gastos de Ventas	\$50.400.000	\$52.153.332	\$53.829.227
Provisiones	\$2.126.611	\$680.516	\$898.281
Amortización Diferidos	\$384.000	\$384.000	\$384.000
Utilidad Operativa	\$153.701.919	\$277.989.459	\$448.977.958
Otros ingresos	0	0	0
Intereses	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	\$153.701.919	\$277.989.459	\$448.977.958
Impuesto renta	\$53.795.672	\$97.296.311	\$157.142.285
Utilidad Neta Final	\$99.906.247	\$180.693.148	\$291.835.673

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

La proyección del estado de resultados muestra un crecimiento constante en las ventas, reflejando un aumento en la demanda y expansión de la empresa. Los costos relacionados con materia prima, mano de obra y depreciación aumentan conforme crecen las operaciones. La utilidad bruta crece considerablemente, lo que indica una gestión efectiva de los costos directos. Aunque los gastos de administración y ventas también aumentan, su crecimiento es moderado en comparación con el de las ventas. La utilidad neta final sigue un patrón positivo, alcanzando cifras importantes al final del tercer año, lo que refleja la rentabilidad de la empresa.

11.6. Punto de equilibrio

Tabla 33

Punto de equilibrio

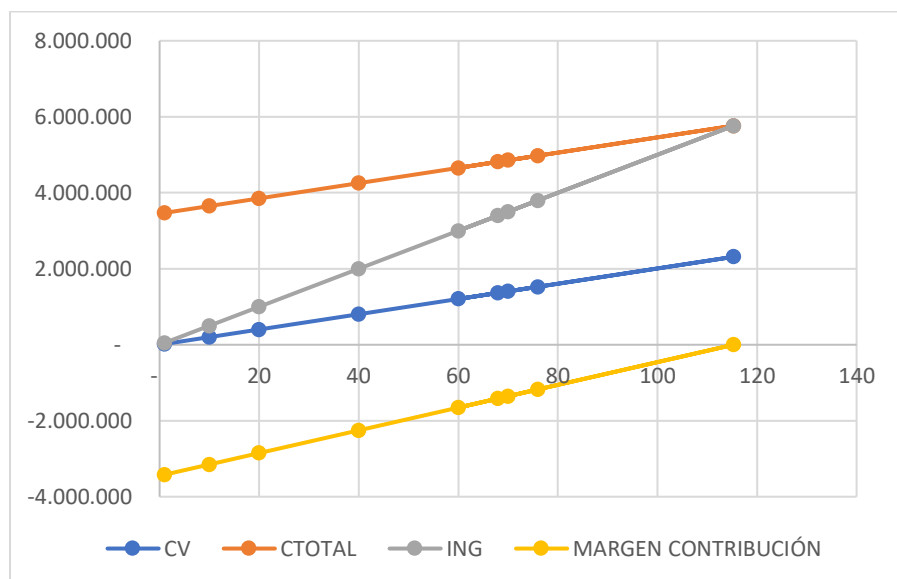
Q	CF	CV	CTOTAL	ING	MARGEN CONTRIBUCIÓN
1	\$3.450.000	\$20.075	\$3.470.075	\$50.000	- \$3.420.075
10	\$3.450.000	\$200.750	\$3.650.750	\$500.000	- \$3.150.750

20	\$3.450.000	\$401.500	\$3.851.500	\$1.000.000	-	\$2.851.500
40	\$3.450.000	\$803.000	\$4.253.000	\$2.000.000	-	\$2.253.000
115	\$3.450.000	\$2.314.411	\$5.764.411	\$5.764.411	-	-
60	\$3.450.000	\$1.204.500	\$4.654.500	\$3.000.000	-	\$1.654.500
68	\$3.450.000	\$1.365.100	\$4.815.100	\$3.400.000	-	\$1.415.100
70	\$3.450.000	\$1.405.250	\$4.855.250	\$3.500.000	-	\$1.355.250
76	\$3.450.000	\$1.525.700	\$4.975.700	\$3.800.000	-	\$1.175.700
P. EQUIB	115					

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

Gráfica 13

Punto de equilibrio



Nota. La gráfica ilustra el comportamiento financiero del proyecto productivo, representando las siguientes variables: CV (Costos Variables), CTOTAL (Costos Totales), ING (Ingresos) y MARGEN CONTRIBUCIÓN.

La proyección del punto de equilibrio de la empresa se establece en 115 unidades producidas y vendidas, en este escenario, los ingresos cubren los costos fijos y variables, sin generar ganancias ni pérdidas, a partir de esta cantidad, cualquier incremento en las ventas contribuiría directamente a la rentabilidad, ya que los costos fijos se mantienen constantes, y los costos variables crecen de manera proporcional a la producción, así, el punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos totales son equivalentes a los costos totales, lo que señala el umbral mínimo necesario para cubrir todas las obligaciones operativas de la empresa.

11.7. Flujo de caja

Tabla 34

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Flujo de Caja Operativo				
Utilidad Operacional		\$153.701.919	\$277.989.459	\$448.977.958
Depreciaciones		\$20.966.150	\$33.381.403	\$46.417.418
Amortización Diferidos		\$384.000	\$384.000	\$384.000
Provisiones		\$2.126.611	\$680.516	\$898.281
Impuestos		0	-\$53.795.672	-\$97.296.311
Neto Flujo de Caja Operativo		\$177.178.680	\$258.639.705	\$399.381.345
Flujo de Caja Inversión				
Variación Cuentas por Cobrar	0	-\$21.266.111	-\$6.805.156	-\$8.982.805
Variación Inv. Materias Primas e insumos	0	-\$39.500.000	\$22.500.000	-\$3.000.000

Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	\$11.489.692	-\$1.657.408
Variación Inv. Prod. Terminados	0	-\$20.341.561	-\$4.838.009	-\$6.160.189
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		-\$18.650.000	-\$9.325.000	-\$4.196.250
Variación Cuentas por Pagar	0	\$1.914.558	\$292.641	\$798.514
Variación Acreedores Varios		\$14.500.000	\$1.450.000	\$1.595.000
Variación Otros Pasivos		\$85.500.000	-\$17.100.000	-\$13.680.000
Variación del Capital de Trabajo	0	\$2.156.885	-\$2.335.832	-\$35.283.139
Inversión en Terrenos	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	-\$13.500.000	-\$14.175.000	-\$14.883.750	-\$15.627.938
Inversión en Maquinaria y Equipo	-\$61.530.000	-\$64.606.500	-\$67.836.825	-\$71.228.666
Inversión en Muebles	-\$20.180.000	-\$21.189.000	-\$22.248.450	-\$23.360.873
Inversión en Equipo de Transporte	-\$3.400.000	-\$3.570.000	-\$3.748.500	-\$3.935.925
Inversión en Equipos de Oficina	-\$7.000.000	-\$7.350.000	-\$7.717.500	-\$8.103.375
Inversión Otros Activos	0	0	0	0
Inversión Activos	-	-	-	-
	\$105.610.000	\$110.890.500	\$116.435.025	\$122.256.776
Inversión Diferida	-\$1.920.000	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-	-	-	-
	\$107.530.000	\$108.733.615	\$118.770.857	\$157.539.915
Flujo de Caja Financiamiento				
Desembolsos Fondo Emprender	0			
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0
Dividendos Pagados		0	-\$9.990.625	-\$18.069.315
Capital	\$198.500.000	0	0	0
Otros Ingresos No Operacionales		0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$198.500.000	0	-\$9.990.625	-\$18.069.315
Neto Periodo	\$90.970.000	\$68.445.065	\$129.878.224	\$223.772.115

Saldo anterior		\$90.970.000	\$159.415.065	\$289.293.289
Saldo siguiente	\$90.970.000	\$159.415.065	\$289.293.289	\$513.065.405

Nota. Los valores están expresados en pesos colombianos.

La proyección del flujo de caja muestra cómo se espera que evolucione la liquidez de la empresa en los próximos tres años. El flujo de caja operativo crece, impulsado por el aumento de la utilidad operacional y las depreciaciones, alcanzando \$399.381.345 al final del tercer año. En el flujo de caja de inversión, las inversiones en activos fijos y el capital de trabajo generan un flujo negativo, con un total de -\$157.539.915 en el tercer año, el flujo de caja de financiamiento refleja el pago de dividendos en los años 2 y 3, junto con el capital inicial de \$40.420.000 en el año 1, finalmente, el saldo positivo de \$354.985.405 al final del tercer año refleja una recuperación de la empresa.

11.8. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

En el anexo 5. Se encuentra el link de Excel del plan financiero

Tabla 35

Conclusiones financieras

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15,00%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	43,15%
VAN (Valor actual neto)	1.212.029.833
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,40
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	0,00%

Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	18 mes

Nota. Esta tabla presenta los principales indicadores financieros del proyecto, los cuales permiten evaluar su viabilidad económica.

El análisis financiero del proyecto revela una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 43,15%, significativamente superior a la tasa mínima de rendimiento del 15% establecida por el emprendedor, lo que indica que la inversión ofrece un rendimiento altamente atractivo y compensatorio frente a los riesgos asumidos. Este alto nivel de rentabilidad se corrobora con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$1.212.029.833, señal inequívoca de que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que además genera un excedente económico considerable. El periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 0,40 años sugiere una rápida recuperación del capital invertido, minimizando la exposición del proyecto a incertidumbres económicas y posibles contratiempos en la fase inicial.

Se asume que las ventas crecen a un ritmo mayor al proyectado inicialmente, impulsadas por una mayor aceptación del mercado y estrategias comerciales efectivas. Esto se traduce en un aumento significativo de los ingresos, lo que permite acelerar la recuperación de la inversión y mejorar la rentabilidad. La tasa interna de retorno (TIR) podría superar el 43,15% actual, mientras que el valor actual neto (VAN) se incrementaría, reflejando un mayor valor generado para los inversionistas. Los costos y gastos variables se mantienen controlados, y las inversiones

en activos se ejecutan de manera eficiente, optimizando el flujo de caja operativo. Este escenario también contempla una menor duración de la etapa improductiva y una expansión del negocio más temprana, lo que favorece la consolidación y crecimiento acelerado del emprendimiento. El impacto positivo en el patrimonio y la generación de utilidades permitirían reinvertir en mejoras y fortalecer la posición financiera, reduciendo el riesgo de endeudamiento y facilitando la obtención de nuevas fuentes de financiamiento si fuera necesario. En contraste, también se podría considerar una desaceleración en el crecimiento de las ventas debido a factores como la competencia agresiva, cambios en la demanda o dificultades en la cadena de suministro. Esto provocaría una reducción en los ingresos que impactaría directamente la rentabilidad del proyecto. La tasa interna de retorno disminuiría, y el VAN podría ser significativamente menor o incluso negativo, indicando que el proyecto no genera el valor esperado para cubrir la inversión inicial, este escenario obliga a implementar medidas de control más estrictas, optimización de costos y estrategias de mitigación de riesgos para asegurar la viabilidad del negocio a mediano y largo plazo.

Las proyecciones financieras presentadas indican que la empresa se encuentra en una senda favorable de crecimiento y rentabilidad. Durante los tres primeros años de operación, las ventas muestran un aumento progresivo, lo que genera un impacto positivo en la utilidad operacional, la cual crece de manera significativa, pasando de \$153.701.919 en el primer año a \$448.977.958 en el tercer año. Este crecimiento, combinado con una eficiente gestión de los costos y los gastos, ha permitido mantener un flujo de caja operativo saludable, que alcanza los \$399.381.345 al final del tercer año, lo que demuestra una sólida capacidad de generación de efectivo por parte del negocio.

En cuanto a las inversiones, aunque se observa un flujo de caja negativo debido a la adquisición de activos fijos como maquinaria, equipos y mejoras, este es un reflejo de una estrategia orientada al crecimiento y expansión de la capacidad productiva de la empresa. Estas inversiones son esenciales para mantener la competitividad y asegurar el aumento de la producción que se proyecta en los próximos años. A pesar de las salidas de efectivo en esta área, el flujo de caja operativo sigue siendo suficiente para mantener un buen balance y la empresa no depende de financiamiento externo, lo que reduce considerablemente los riesgos financieros asociados con la deuda, el análisis del punto de equilibrio refuerza la viabilidad de la empresa, ya que se estima que al alcanzar un volumen de ventas de 115 unidades, la compañía cubrirá todos sus costos fijos, asegurando así una base sólida sobre la cual seguir creciendo. Este escenario muestra que, incluso ante fluctuaciones del mercado, la empresa tiene la capacidad de mantenerse rentable y solvente, finalmente, aunque se contempla el pago de dividendos a partir del segundo año, lo cual representa una salida de efectivo, este pago está proyectado de manera que no comprometa la liquidez de la empresa. Sin embargo, es importante que se continúe monitoreando este aspecto para garantizar que no se presenten presiones de caja que puedan afectar las operaciones. En resumen, la empresa presenta una proyección financiera sólida, con un crecimiento rentable y bien fundamentado. La viabilidad del proyecto es favorable, siempre y cuando se mantenga un control riguroso sobre las inversiones y el flujo de caja operativo, asegurando que las necesidades de liquidez no afecten la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

12. Módulo de impactos

12.1. Impacto Económico

El emprendimiento en sus 4 años de prestarle servicios a la región ha generado importantes ingresos para las familias de sus colaboradores al igual que ha dinamizado la economía básicamente en el sector de la seguridad y salud en el trabajo.

12.2. Impacto Regional

A nivel de la región sur del Huila y del departamento del Putumayo, se ha venido posicionando la empresa como una entidad que apoya a las diferentes empresas y personas que requieren de protegerse de accidentes en sus labores. Se brinda apoyo con productos de primera calidad, que garantizan durabilidad y protección para quien los utiliza.

12.3. Impacto Social

Con cuatro años de actividad comercial, SERVIDOTACIONES DEL HUILA, ha generado más de 10 empleos directos, para personas residentes en el municipio de Pitalito, especialmente mujeres cabeza de hogar; así mismo genera unos 30 empleos indirectos, si se tiene en cuenta las personas que elaboran los productos que se distribuyen fabricados en otras empresas.

12.4. Impacto Ambiental

Se destaca la reutilización de los residuos del corte de las telas, los cuales se entregan a personas que las utilizan para fabricar sabanas, fundas con esos retazos. Igualmente se viene trabajando con máquinas de tecnología mecatrónica de mayor velocidad menos consumo de energía y menos decibeles de ruido.

13. Resumen ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de SERVIDOTACIONES DEL HUILA, un emprendimiento enfocado en la confección, personalización y comercialización de uniformes industriales y elementos de protección personal (EPP), cumpliendo con las normativas de seguridad laboral vigentes en Colombia. La empresa estará ubicada en Pitalito, Huila, una región con creciente desarrollo en sectores como el agroindustrial, la construcción, el mantenimiento, los servicios públicos y la educación técnica, los cuales requieren dotaciones seguras, duraderas y adaptadas a sus necesidades. SERVIDOTACIONES DEL HUILA ofrecerá productos como overoles, chaquetas, pantalones, guantes, botas, cascos, camisas tipo polo y demás implementos de seguridad, fabricados con materiales de alta calidad. Además, brindará servicios de personalización de prendas (bordado y estampado), asesoría técnica en selección de dotaciones y cumplimiento normativo.

El estudio de mercado realizado evidenció una demanda creciente y una oportunidad de diferenciación a través de la calidad, el cumplimiento en los tiempos de entrega, la asesoría al cliente y la sostenibilidad ambiental. Se identificaron clientes potenciales como contratistas del

sector público, empresas agrícolas, constructoras, instituciones educativas y PYMES locales. Desde el área financiera, se estructuró un sistema de costos que permite fijar precios competitivos y sostenibles. También se definieron estrategias de inversión, comercialización y crecimiento, proyectando la rentabilidad del negocio a corto y mediano plazo. Este emprendimiento cuenta con el acompañamiento del Centro Progreso de Neiva y busca generar impacto económico, social y ambiental en la región, promoviendo el empleo local y la producción responsable. SERVIDOTACIONES DEL HUILA nace como respuesta a las exigencias del mercado y a la necesidad de fortalecer la seguridad laboral en la región, consolidándose como una empresa innovadora, comprometida con la calidad y el desarrollo del sur del Huila.

14. Referentes bibliográficos

- Asociación Española de Normalización y certificación. (2001). *Protección individual de los ojos: Especificaciones*. AENOR.
- BASF Agricultura solutions. (2022). *Protección en la agricultura: equipos de seguridad personal*. <https://agriculture.basf.com/co/es/sustentabilidad/equipos-de-proteccion-personal>
- Castebianco, Omar Eduardo. (2009). *Cómo definir los costos de tu empresa*. Kimpres Ltda.
- Central de Dotaciones. (s. f.). *Central de Dotaciones*.
https://www.centraldedotaciones.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwxsm3BhDrARI
- DANE. (2022). *Revisión 4 Adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C.* DANE.
- Decreto 1072 de 2015 Sector Trabajo. [Ministerio del Trabajo]. *Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo*. 26 de mayo de 2015.
- Decreto 1443 de 2014. [Ministerio del Trabajo]. *Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo*. 31 de julio de 2014.
- Decreto 957 de 2019. [Sector Comercio, Industria y Turismo]. *Criterios de clasificación de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas*. 05 de junio de 2019.
- Dotaciones Corporativas. (s. f.). <https://www.dotacionescorporativas.com/>
- Dotaciones del Huila. (s. f.). *Dotaciones del Huila*. <https://www.dotacionesdelhuila.com/>

- Dotaciones Empresariales JSG. (s. f.). *Dotaciones Empresariales JSG*.
<https://dotacionesempresarialesjsg.com/>
- Dotaciones en Bogotá. (s. f.). *Dotaciones en Bogotá*. <https://dotacionesenbogota.com/>
- Eikona. (s. f.). *Eikona*. <https://eikona.cl/>
- Fernández, Francisco J. (2017). *Estudio de mercado, guía para la elaboración del estudio de mercado*. Lulu.com.
- GDI Uniformes. (s. f.). *GDI Uniformes*. <https://www.gdiuniformes.com/>
- Grupo Quiromar. (s. f.). *Grupo Quiromar*. <https://grupoquiromar.com/>
- Industrial Work. (s. f.). *Industrial Work*. <https://www.industrial-work.com/>
- iNNpulsA. (2023). *iNNpulsA Colombia se ubica en el Top #1 como aliado del ecosistema por su apoyo a los emprendedores*. <https://www.innpulsacolombia.com/portfolio/innpuls-colombia-se-ubica-en-el-top-1-como-aliado-del-ecosistema-por-su-apoyo-a-los-emprendedores/>
- Kotler, Philip. (2001). *Dirección de Mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control*. MAP29 – ESAN.
- Lazzar México. (s. f.). *Lazzar México*. <https://www.lazzarmexico.com/>
- Ley 1562. [El Congreso de Colombia]. *Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional*. 11 de julio de 2012.

- Mecalux. (2021). *El aprovisionamiento: clave para un servicio eficiente*.
<https://www.mecalux.com.co/blog/aprovisionamiento>
- Mundo Industrial. (s. f.). *Mundo Industrial*. <https://mundoindustrial.website/>
- Portafolio.co. (2024). *Empresas en Pitalito*. Portafolio.
<https://empresas.portafolio.co/localidad/PITALITO/?qPagina=42>
- Resolución 4272 de 2021. [Ministerio del Trabajo]. *Por la cual se establecen los requisitos mínimos de seguridad para el desarrollo de trabajo en alturas*. 27 de diciembre de 2021
- Royaltex. (s. f.). *Royaltex*. <https://royaltex.com.ec/>
- Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. (2024). *Programa Fondo Emprender*.
<https://desarrolloeconomico.gov.co/programa-fondo-emprender/>
- Wengel1, Jan Ter., Ferreira Villegas, Gilma Beatriz., Restrepo Ángel, Sergio y Suárez, Luis Miguel. (2009). *Trayectorias empresariales: destrucción creativa, economías de escalas, exportaciones y empleo*. Universidad Javeriana.

Anexos

Anexo A. Formato de encuesta, con evidencias

Encuesta a potenciales clientes

Encuesta realizada por Laura María Cedeño Pastrana

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que nos encontramos desarrollando un proyecto de emprendimiento en esta ciudad, para lo cual solicitamos su colaboración, si lo estima conveniente, brindándonos la siguiente información, que solo tendrá fines académicos.

lauramaria4414@gmail.com Cambiar de cuenta

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Información General Nombre, ubicación, Antigüedad *

Tu respuesta

Adquiere dotaciones industriales *

Sí

No

Número de empleados *

1 - 10

11 - 50

51 - 100

Más de 100

¿Con qué frecuencia su empresa adquiere dotaciones industriales para sus empleados?

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Anualmente

Solo cuando es necesario

¿Qué tipo de dotaciones requiere su empresa con mayor frecuencia?

Uniformes corporativos

Uniformes institucionales

Uniformes industriales

Uniformes médicos

Elementos de protección personal

Otro: _____

¿Qué aspectos son importantes al seleccionar un proveedor de dotaciones?

Calidad de los productos

Personalización

Precio

Servicio al cliente

Cumplimiento con normativas

Tiempo de entrega

Otro: _____

¿Cuáles serían los principales beneficios que espera al comprar a un proveedor local?

Reducción en tiempos de entrega

Facilidad para hacer cambios o devoluciones

Comunicación

Atención personalizada

Precios competitivos

Otro: _____

¿Qué tan importante es para su empresa la personalización de los uniformes en cuanto a en colores, logotipos, diseños?

Muy importante

Importante

Poco importante

Nada importante

Indiferente

¿Cuál es el presupuesto anual estimado por su empresa para la compra de dotaciones industriales?

Menos de \$2 millones

De \$2 a \$5 millones

Más de \$5 millones

Anexo B. Formato Entrevista con evidencias

Entrevista a la competencia

Encuesta realizada por Laura María Cedeño Pastrana

Somos un grupo de estudiantes de Uniminuto, que nos encontramos desarrollando un proyecto de emprendimiento en esta ciudad, para lo cual solicitamos su colaboración, si lo estima conveniente, brindándonos la siguiente información, que solo tendrá fines académicos.

lauramaria4414@gmail.com Cambiar de cuenta

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre del entrevistado, cargo, nombre de la empresa: *

Tu respuesta

Fabrica y distribuye

Distribuye

¿Cuánto tiempo lleva su empresa operando en el mercado de dotaciones industriales?

Tu respuesta

¿Cuáles son los principales productos que ofrece en su línea de dotaciones industriales?

Tu respuesta

¿Qué canales de venta utiliza su empresa para distribuir los productos (tiendas físicas, ventas online, visitas comerciales, etc.)? ¿Cuál ha sido el más efectivo?

Tu respuesta

¿Cómo percibe la demanda de dotaciones industriales en Pitalito en la actualidad? ¿Cuáles son los sectores O EMPRESAS en Pitalito que demandan sus productos? ¿Ha notado algún crecimiento o declive en estos sectores?

Tu respuesta

¿Cuáles aspectos tiene en cuenta para ser competitivo en el medio local?

Tu respuesta

¿Qué planes a futuro tiene su empresa en cuanto al crecimiento o expansión? ¿Está planeando introducir nuevos productos o servicios?

Tu respuesta

Anexo C. Productos



Anexo D. Fotografías internas y externas de la empresa.



Anexo E. Link Excel plan financiero

https://uniminuto-my.sharepoint.com/:x/g/personal/emprendimientoibague_uniminuto_edu/EbVZkWZun3pHq3tKByt15jMB3dZ1orL8UKVJmlwKvvayWQ?e=bJdllo