



CREACIONES KASA 'SO

Katherine Herrera Torres id 641662

Diana Patricia Tequia Osorio id 632257

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración Financiera

noviembre de 2022

CREACIONES KASA 'SO

Katherine Herrera Torres id 641662

Diana Patricia Tequia Osorio id 632257

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador Financiero

Asesor(a)

Sandra Milena Piza Hernández

Administrador

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2022

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios por el camino que nos ha permitido la fuerza necesaria para culminar esta meta la cual anhelábamos hace mucho y los miles de bendiciones que nos ha brindado, a terminar tan hermosa formación profesional, a nuestros padres que estuvieron siempre presente en nuestra vida dando su dedicación y amor, para nuestros hijos los cuales son nuestra motivación y lucha, para nuestros familiares por todo su cariño los cuales nos impulsaron y confiaron en nosotras a seguir adelante, apoyándonos a no decaer.

Agradecimientos

Les agradecemos profundamente a nuestros familiares por su inspiración y fortaleza para continuar, por eso amor tan grande que nos han impulsado siempre a continuar y no desfallecer , a nuestros docentes los cuales son un ejemplo a seguir, teniendo toda la disposición y paciencia que pudimos lográramos nuestro sueño, a esa persona que estuvo con nosotras dando su sabiduría práctica, experiencia, tiempo y apoyo, a todos aquellos compañeros los cuales muchos de ellos se convirtieron en personas importantes, compartiendo luchas, noches de desvelo, risas, sufrimientos pero lo logramos, y por ultimo queremos agradecer a nuestra universidad que nos permitió culminar esta hermosa carrera

Contenido

1. Lista de tablas	7		
2. Lista de figuras	7		
Introducción	10		
CAPÍTULO I 12			
1.1	Identificación y descripción del problema o necesidad	12	
1.2	Planteamiento del problema.....	12	
1.3	Justificación	12	
1.4	Contribución del proyecto a políticas públicas.....	13	
1.5	Objetivos	14	
1.5.1	Objetivo general	14	
1.5.2	Objetivos específicos.....	14	
1.6	Definición del sector	14	
1.7	Definición de la empresa (negocio).....	18	
1.8	Misión	19	
1.9	Visión.....	19	
1.10	Valores	19	
1.11	Definición del Producto o Servicio.....	20	
1.12	Análisis DOFA del negocio.....	¡Error! Marcador no definido.	
1.13	Objetivos estratégicos del negocio.....	22	
1.14	Estudio de mercado	22	
1.15	Mercado consumidor	27	
1.15.1	Segmentación del Mercado	¡Error! Marcador no definido.	
1.16	Competencia	29	
1.17	Mercado Proveedor.....	30	
1.18	Proyección de Ventas.....	30	
1.19	Estrategia de mercadeo	31	

1.19.1	Estrategia de Distribución	31
1.19.2	Estrategia de Comunicación.....	31
1.19.3	Estrategias de precio.....	32
1.20	Materiales Necesarios	¡Error! Marcador no definido.
1.21	Capacidades de producción.....	38
1.22	Activos fijos	38
1.23	Proceso de producción	39
1.24	Distribución de planta	39
1.25	Localización de planta	40
1.26	Buenas practicas.....	40
1.27	Estructura organizacional.....	41
1.28	Funciones de cargos	41
1.29	Normas que regulan el desarrollo de la actividad.....	42
1.30	Costo total	¡Error! Marcador no definido.
1.31	Presupuesto de ventas	44
1.32	Estado de resultados.....	45
1.33	Flujo de efectivo o flujo de caja.....	46
1.34	Indicadores de viabilidad	47
Referencias		48

1. Lista de tablas

Tabla 1. Realización propia, análisis pestel	19
Tabla 2. Realización propia, nuestro producto	21
Tabla 3. Realización propia, segmentación de mercado	29
Tabla 4. Realización propia. Competencia real en la localidad de ciudad Bolívar	30
Tabla 5. Presupuesto de ventas	30
Tabla 5. Presupuesto de distribución	32
Tabla 6. Referencia producto	32
Tabla 7. Activos fijos	38
Tabla 8. Perfiles	41
Tabla 9. Costo total	44

2. Lista de figuras

Figura 1. ¿Cuáles son los motivos por los cuales usted realiza una compra?	22
Figura 2. ¿Compra o compraría por internet?	23
Figura 3. Qué tipo de ropa compra regularmente y es más cómoda para su uso	23
Figura 4. ¿Con qué frecuencia compra ropa?	24
Figura 5. ¿Cuánto dinero gasta en ropa cada mes?	24
Figura 6. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una prenda personalizada?	25
Figura 7. ¿Cuál es la red social que utiliza con mayor frecuencia?	25
Figura 8. ¿Cuáles son los métodos de pago los cuales utiliza?	26
Figura 9. ¿Le daría la oportunidad a marcas nuevas?	26
Figura 10. ¿Le gustaría diseñar su propia prenda de vestir?	27
Figura 11 Canal indirecto corto	31
Figura 12 Maquina plan industrial	33
Figura 13 Maquina fileteadora	33
Figura 14 Maquina collarín	33
Figura 15 Cortadora	34
Figura 16 Termofijadora	34
Figura 17 Pulpo de serigrafía	34
Figura 18 Tijeras	34
Figura 19 Rematadores	35
Figura 20 Pinzas	35
Figura 20 Carreteles	35
Figura 21 Mesa de corte	35
Figura 22 Mesas auxiliares	36
Figura 23 Estantes	36
Figura 24 Sillas	36
Figura 25 Tela	37
Figura 26 Hilos	37
Figura 27 Hilazas	37

Figura 28 Tinta textil	38
Figura 29 Caucho	38
Figura 30 Proceso de producción	39
Figura 31 distribución de planta	39
Figura 32 localización	40
Figura 33 estructura organizacional	41

Resumen

En el desarrollo de este proyecto presentaremos la microempresa "CREACIONES KASA'SO, que desde sus inicios comienza como taller satélite de confección, labor que ayuda a todo tipo de personas, trayendo consigo buenos resultados permitiendo obtener ayuda a dos personas que son las que iniciaron este proyecto, dándole sustento a sus hogares.

En la actualidad existe un sin número de talleres y cada uno de ellos ofrece la confección de todo tipo de prendas de vestir para toda la familia, permitiendo una demanda extensa y que la competencia sea exigente en este medio informal

Con lo mencionado anteriormente CREACIONES KASA'SO, desea adoptar una estrategia la cual permite diferenciarla de las demás empresas y obtener un segmento de mercado en particular, por lo cual se decide encaminarse en la moda femenina lo cual tiene una apreciación positiva, descubriendo una gran variedad en la moda para las mujeres.

Mostraremos los aspectos administrativos y financieros de la empresa, mostrando como se encuentra la empresa actualmente y la forma en la que opera.

Hablaremos del producto femenino que se ofrece para la mujer actual la cual se confecciona de la mejor manera y con la mejor calidad, brindando prendas exclusivas a un cliente que es potencialmente exigente en la moda, inspirándonos en el gusto de los clientes, moda actual o bien ya sea que el cliente sea quien tenga su diseño y sea la empresa que de desarrollo a su estilo y diseño.

En la actualidad CREACIONES KASA'SO no cuenta con soportes financieros que demuestren que es una empresa rentable, por lo cual nos tomamos el trabajo de realizar este proyecto en su nombre, y utilizaremos un plan de negocios para darle construcción a la empresa y determinar el crecimiento de la empresa y la viabilidad de la misma.

Palabras claves

Administración, Creaciones, Confección, Moda, Estilo, Femenina, Calidad.

Introducción

La fábrica KASA'SO, se encuentra ubicada en el barrio Juan Pablo II, en la localidad de Ciudad Bolívar, Bogotá, la fábrica empezó en sus primeros años de creación con la confección de camisa en tela plana, pero con el pasar del tiempo y con las nuevas tendencias del mercado y para facilidad se resuelve trabajar en licra algodón de ropa para dama ya que este tipo de prendas de vestir se ha convertido en una de las más principales del mercado prendas básicas para dama.

El nombre "KASA'SO" hace referencia a el trabajo en casa, dedicado a las mujeres que son cabeza de hogar y deben cuidar a sus hijos y al mismo tiempo velar por su casa.

La fábrica” DE MODDA” cuenta con todos los recursos necesarios tecnológicos y con el talento humano calificado para la fabricación de prendas de vestir básicas para las mujeres de hoy con la mejor calidad, pero dichos productos por falta de publicidad no son dados a conocer al mercado por esta razón no existe el crecimiento esperado.

Al realizar el presente proyecto se ha tomado en cuenta en un capítulo muy bien definido y narrado, ordenadamente según cómo va avanzando la fábrica, los mismos que se detalla a continuación:

Para el inicio de este proyecto quisimos definir el planteamiento del problema ya que de ahí nace todo el proceso social para la ciudad con beneficio económico, toda esta información la encontraremos en la primera parte denominado. EL PROBLEMA aquí también encontraremos los objetivos que fueron planteados para dicho proyecto, estos son algunos de los puntos que se desarrollan en este capítulo.

Como segunda parte tenemos la justificación, en él se expone la resolución de la problemática y el porqué de el siguiente proyecto, todo un conjunto estructurado y coherente de conceptos, que estará a disposición para lograr una fácil comprensión del problema e interpretar los resultados de este proyecto.

A más de estos puntos que son necesarios también encontraremos el planteamiento de la hipótesis la misma que viene hacer una posible solución presentada por el investigador ante el problema que está siendo objeto de estudio y, por tanto, el desarrollo de la investigación está enfocada a la verificación de dicha hipótesis.

Siguientemente las estrategias, técnicas e instrumentos para el siguiente proyecto que deberán ser utilizados para resolver el problema planteado en este proyecto, además en este capítulo se definirá con que muestra se trabajará para la ejecución de dichas técnicas.

Luego tenemos al análisis de los resultados, se realizará la interpretación de la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas, para de esta manera ser presentadas con el apoyo de estadígrafos estadísticos otorgando una mayor comprensión tanto del investigador como del lector.

Por último denominado como en este se exponen todos los resultados obtenidos en todo el transcurso del trabajo, aquí se exponen todas las conclusiones.

CAPÍTULO I

Identificación y descripción del problema o necesidad

Planteamiento del problema

El sector textil durante el tiempo ha facilitado mayor crecimiento económico en el cual podremos fabricar, comercializar y hasta llegar a exportar, sin duda sabemos que la demanda cada día está siendo más exigente y modernista, con bastante solicitud de diseños de acuerdo a la personalidad en la que se busca sobresalir, por esta razón queremos mitigar dicha problemática a través de la innovación y emprendimiento ya que son dos factores influyentes que ayudan a impulsar el comercio y obtener una oportunidad de inicio de negocio en un determinado sector del mercado, pero también una gran oportunidad para el nuevo posicionamiento de marcas de ropa colombiana.

Ahora bien, conocemos la falta de trabajo que hay en nuestro país, la cual ha sido una problemática a lo largo del tiempo y puede generar consecuencias psicológicas negativas como disminución de la autoestima, depresión, ansiedad, etc. a su vez, afecta de forma negativa a la sociedad y más a las mujeres cabeza de hogar debido a que no cuentan con la posibilidad de lograr ingresos, y de esta manera satisfacer sus necesidades, sin poder mejorar su calidad de vida, siendo esta una consecuencia de la falta de empresas u organizaciones que impulsen el crecimiento y la generación de empleo.

Justificación

Las madres de familia siempre buscan la mejor comodidad, calidad y diseños que estén conforme y donde se encuentra a un bajo precio, pero en realidad hay pocas empresas que pueden dar lo que toda madre busca de acuerdo a su necesidad, más en las pequeñas ciudades y corregimientos como Tocaima, Villeta la vega y las más cercanas a la ciudad que actualmente buscan moda el sector son muy escasas, también se habla de empresa que no están constituidas de una manera formal como lo estipula la ley lo cual muestra bajo interés que tienen por participar de una manera más activa en el mercado.

Realmente es importante en los negocios la implicación de conducir una mejor calidad en sus procesos a fin de lograr una excelente satisfacción del cliente, para ello se diseñará un plan de negocio integral para generar mayores utilidades y optimizar el funcionamiento operativo y

administrativo de la empresa teniendo en cuenta las cambiantes necesidades del cliente de acuerdo a las tendencias actuales de moda que en este caso nuestros clientes directos son las mujeres.

Contribución del proyecto a políticas públicas

798 emprendedores de la economía popular en Ciudad Bolívar fueron seleccionados para recibir apoyo económico a través de ‘Impulso Local’

De las personas que fueron seleccionadas para recibir el beneficio de 3 millones de pesos a través de ‘Impulso Local’, 520 son mujeres y 278 son hombres. Entre ellas hay 42 personas en condición de discapacidad.

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) destinó más de 9 mil millones de pesos para brindar a los emprendedores asistencia técnica para el desarrollo de habilidades empresariales.

En esta localidad se invertirán más de 9 mil millones de pesos para 798 emprendedores de la economía popular que recibirán 3 millones de pesos a través del programa ‘Impulso Local’. De las personas que fueron seleccionadas para recibir el beneficio de 3 millones de pesos a través de ‘Impulso Local’, 520 son mujeres y 278 son hombres. Entre ellas hay 42 personas en condición de discapacidad.

Con ‘MICROEMPRESA LOCAL 2.0’ también otorgará \$10 millones a las micro y pequeñas empresas y apoyar el pago de arriendo o de la nómina, o para capital de trabajo.

Con ‘Microempresa local 2.0’ se le entregará un incentivo de \$10 millones a cada microempresario que requiera apoyo para el arriendo, capital de trabajo y/o nómina, y que estén funcionando en las localidades de Suba, Bosa, Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Engativá, Puente Aranda, Usaquén, Usme, Kennedy, Santa Fe, Fontibón, Antonio Nariño, Rafael Uribe Uribe y Teusaquillo.

Cada microempresa o persona certificada podrá acceder a un máximo de un (1) incentivo. En total serán 1.937 micro y pequeñas empresas beneficiadas por cinco meses.

Requisitos: Registro ante la Cámara de Comercio de Bogotá, RUT, tener mínimo un año de

funcionamiento y dos empleos directos incluyendo el propietario; factura de servicio público del mes anterior del domicilio principal de la microempresa, entre otros.

OBJETIVOS

Objetivo general

Investigar y desarrollar una propuesta de idea de negocio en la que se desarrolle una línea de emprendimiento de negocio con un diseño innovador, en el que se implemente confecciones, diferentes tipos de cortes y comercialización y distribución a nivel de ciudad Bolívar y sus alrededores

Objetivos específicos

1. Planificar una investigación en la línea de negocio de confección en ropa de licra y algodón
2. Desarrollar una nueva línea de producto que satisfaga las necesidades propias del sector de ciudad Bolívar
3. Realizar un estudio financiero acorde a las necesidades actuales del mercado y determinando una viabilidad y utilidad propia para el plan de negocio
4. Enfatizar en la idea de negocio, como lo es personalización en el servicio, exclusividad en los textiles a fin de cumplir con las expectativas de los clientes y su comodidad
5. Implementar un estudio de mercado del sector textil para decretar la demanda y oferta

Definición del sector

Es aquella actividad económica que comprende todo lo relacionado con el sector de industria manufacturera la cual ocupa de cierta manera la producción de fibras naturales y sintéticas, telas, y productos de la confección de ropa

Este sector va enfocado a unidades económicas dirigidas principalmente a la transición mecánica, física o química de materiales o sustancias con el fin de innovar productos nuevos; al ensamble en serie de partes y componentes fabricados; a la reedificación en serie de maquinaria y equipo industrial, comercial.

1. Sector textil en Colombia los últimos años

El impacto en el contrabando, la altísima importancia de textiles de Asia y África, como el golpe de la pandemia en las finanzas de las empresas muestran la cruda realidad de un sector que ayudo a construir la historia del país.

Solo entre enero y junio se reportaron aprehensiones por más de \$51.305 de mercancías que ingresaron al país de manera ilegal, según las fuentes.

Coltejer es un icono de la grandeza que alguna vez construyo en el país el sector textil y confección con mano de obra colombiana, pero que ahora pierde su impulso **gracias a los productos importados y de contrabando.**

Hoy en día Coltejer atraviesa una reestructuración de negocios lo que le sucede a las grandes compañías cuando llegan a un grado de madurez y por ello deben ajustar sus estrategias reestructurando el modelo de negocio. Llevándolo a cumplir las necesidades y retos que presenta el mercado de la moda.

La compañía Fabricato, que al cumplir un siglo en la historia tuvo una pérdida del 24,3% en la producción real una baja del 18% en sus ventas y del 24,8% en su mano de obra.

Esto muestra una radiografía de la situación difícil que atraviesa el sector textil y de confección que fue uno de los sectores más golpeados en pérdida de empleos por la pandemia. La exportación en el 2020 fue de US\$629 millones) que correspondieron que fueron el 4,3% de exportaciones no mineras energéticas.

Uno de los principales destinos de exportación fue estados unidos, donde se dirijo el 38% del total. Los productos más exportados del sector son, pantalones 15%, fajas 9% tejidos 13%, ropa interior 10% tejido de punto 7% y tapabocas 5%.

Calculando el total de la cuota del mercado colombiano, en 40% de las ventas que correspondieron en productos importados, cerca del 28% del mercado nacional y el resto de contrabando.

Cuando se importa una prenda, en ultimas lo que estamos importando son minutos de mano de obra que dejan de producir en nuestro país y se generan en otras latitudes, cuando esto pasa hay una fractura del círculo virtuoso de la economía colombiana.

Cifras del sector textil

En enero de este año el gasto en moda del país se ubicó en \$2,39 billones, 8,9% más que el registrado en enero de 2021.

En Colombia, ahí 6.500 empresas del sector textil y de la moda generan, en promedio, un millón de empleos directos e indirectos. Bogotá y Medellín son las ciudades de mayor participación en este segmento.

Bogotá es hoy por hoy la segunda ciudad de Latinoamérica con mayor inversión en moda, con una cifra que ascendió a US\$260 millones en 2020. A la ciudad solo la supera Ciudad de México, con US\$426 millones.

Datos de Inexmoda revelan que el consumo en moda en el país alcanzó \$27,7 billones en 2021, 21% más que en 2020 y 5% más que en 2019. Es un sector que ha tomado protagonismo en los últimos años, y que se mantuvo resistente a las crisis en épocas de pandemia.

El sector textil y de confecciones es el principal generador de empleos nacional y representan el 9% del PIB a la vez es destacado porque sus eslabones intervienen en diferentes ámbitos de la economía, desde el agro hasta la comercialización. (ejemplo: la siembra del algodón).

Productos y necesidades del mercado

Tecnologías en el sector

la tecnología le aporta su grano de arena a la industria nacional, En el país no se producen máquinas de alta tecnología y efectividad en procesos para la industria textil, obligando a que el progreso venga del extranjero, en monedas que se han fortalecido por encima del 30% frente al peso; sin embargo, es una inversión más que necesaria.

Los ejemplos de avances locales en materia tecnológica es la inversión de más de \$10 millones de dólares de la empresa Fabricato para la actualización de maquinaria este año, Colombia se inclina más hacia producciones más robotizadas, como los procesos de corte y confección que se pueden reducir hasta en 70% del tiempo y el 80% de la persona, que en inversión de tecnología en tienda. El consumidor local es tradicional.

Tendencias en el sector

El crecimiento en el sector ha sido rápido, con la mejora en el bolsillo de los colombianos, sin embargo, se prevé que el sistema Moda en Colombia, demorara al menos 2 años en volver a las cifras de 2019, según proyecciones iniciales.

La consultora prevé que la moda crecería en un 4 % en 2021 logrando hacer contrapeso al decrecimiento de este año y potencialmente cerrar 2022 con las mismas cifras de 2019, incluyendo el ajuste de la inflación. Tradicionalmente la industria de la moda en Colombia ha venido creciendo por debajo del IPC, pero 2021 podría romper con ese ciclo.

Cifras oficiales del Banco Mundial prevén un avance de entre el 4 % y el 5% en el PIB nacional para 2021, la misma cifra que proyecta crecer el sistema moda. El consumo de moda en el país no cesa, si bien en la primera etapa de la pandemia los textiles optaron por las mascarillas y las prendas de bioseguridad, la “moda” parece haber regresado a la normalidad con un consumo elevado no solo de prendas cómodas, sino también de jeans, zapatillas deportivas, blusas y moda de playa.

El Sistema Moda representa el 8,5 % del PIB industrial del país y es vital para el buen funcionamiento de la economía y los empleos.

Costumbres, cultura, moda, creencias en el sector.

La cultura en Colombia a lo largo de la historia ha tenido una connotación negativa ya que en el exterior se asocia al país con narcotráfico, guerra y peligro para la integridad de las personas, entre otros. Esta imagen es parcializada y descontextualizada de la realidad, si bien es cierto que el país ha sufrido las consecuencias de la guerra y el narcotráfico no es menos cierto que hoy en día se ha avanzado mucho en materia de seguridad y paz. Lo cual sumado al esfuerzo del empresariado colombiano ha permitido cambiar la imagen de Colombia ante el mundo, consolidando así al país como uno de los más importantes en el mundo de la moda. En este sentido, el país ha desarrollado ferias de suma importancia para la moda en diferentes ciudades como Medellín, Cali, Barranquilla y Bogotá.

Las ferias de la moda en Colombia hacen parte de la cultura y a su vez cumplen un papel importante a nivel nacional e internacional. Según el ministerio de industria de comercio y turismo, en Colombia una familia gasta el 4% en moda al año. Estas ferias generan más de 500.000 empleos, llegando a beneficiar la industria de tratados de libre comercio suscritos por el país, cuentan con una producción bruta de 10,2 billones y asisten 10.292 personas que entre ellos están los mencionados anteriormente: diseñadores, compradores y modelos; el desarrollo de conceptos de moda está tanto en los diseñadores de alta costura como en los de consumo masivo, a través de una marca accesible al consumidor. Las diferentes marcas o empresas han convertido a Colombia en un referente de la región en materia de textiles y marroquinería como son las cuatro ferias más importantes: Colombiamoda, la feria de moda más importante de América Latina, surge en Medellín, exhibiendo lo mejor en las tendencias de la temporada, superando los 1.700 compradores

internacionales, también 6.000 nacionales y 60.000 visitantes. Colombiatex, es la muestra más grande de América latina de telas, maquinaria y químicos para la confección y el hogar. Este evento se realiza en Medellín con la facultad de abrir negocios en el continente. Bogotá fashion week, la capital colombiana como un epicentro de moda internacional, BFW creada por la cámara de comercio de Bogotá con el propósito de impulsar el talento creativo de los diseñadores emergentes en Colombia. Plataforma K, es el único evento Resort de Colombia y Latino américa, es una colección especial diseñada para los viajes que se realizan a lo largo del año y se realiza en Barranquilla. Finalmente, como se pudo observar, las ferias más reconocidas a nivel nacional e internacional son realizadas en diferentes ciudades del país, permitiendo que todas las personas externas tengan la posibilidad de conocer cada ciudad, sus estilos, sus culturas, sus comidas, sus arquitecturas y que a partir de todo esto surjan incentivos para que los extranjeros tengan la oportunidad de invertir en Colombia.

Definición de la empresa

Nuestra empresa desea diseñar cortar confeccionar y comercialización de prendas para la mujer del siglo XXI, que busca comodidad, calidad y precio de las prendas diseñadas en tela lycra algodón, con un diseño único creado por la cliente o los diferentes diseños de leggings, shorts, pantalones tres cuartos y bicicleteros que la empresa desea diseñar e imponer a el mercado de la moda.

ANALISIS PESTEL

FACTOR	ASPECTO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ECONOMICO	Contrabando	Reestructuración del modelo de negocio en el mercado	Bajos precios del producto traído de África y Asia
	Aumento de aranceles en el 15%	Promueve el consumo de producto nacional	Incremento en los insumos importados, generando incremento en los costos
POLITICO			

SOCIAL	Satélites en el hogar	Muchos casos, textilerías satélites que les elaboran piezas a otras compañías pueden tener como sede su propia casa y se montan con menos de \$3 millones en inversión en máquinas.”	Demoras en la entrega del producto terminado, ya que estado en casa las múltiples labores del hogar retrasan la operación
TECNOLOGICO	Nueva tecnología en maquina	Una inversión del 30% por la importación	Reducen tiempos en un 70% el corte y confección
AMBIENTALES	Costo ambiental que produce la moda		Desperdicios de tela que terminan en la basura a muchos años de su descomposición

Tabla 1. Realización propia, análisis pestel

Misión

Elaboración, comercialización y confección de productos textiles e innovadores de alta calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, brindando siempre un servicio de excelencia, capacitando y desarrollando las competencias de nuestro equipo de trabajo orientando la mejora continua en nuestros procesos para así lograr la rentabilidad que permita el crecimiento de nuestra empresa como el de nuestros colaboradores.

Visión

Ser una empresa líder en el campo textil reconocida por su innovación, calidad y servicio a nivel nacional, posicionarnos en el mercado, dando oportunidades de negocio con mejores posibilidades laborales y así asociarnos con industrias del mismo sector y determinando un buen lugar para trabajar.

Valores

1. Honestidad.

2. Respeto.
3. Compañerismo.
4. Confianza.
5. Responsabilidad.
6. Innovación.

Definición del Producto o Servicio

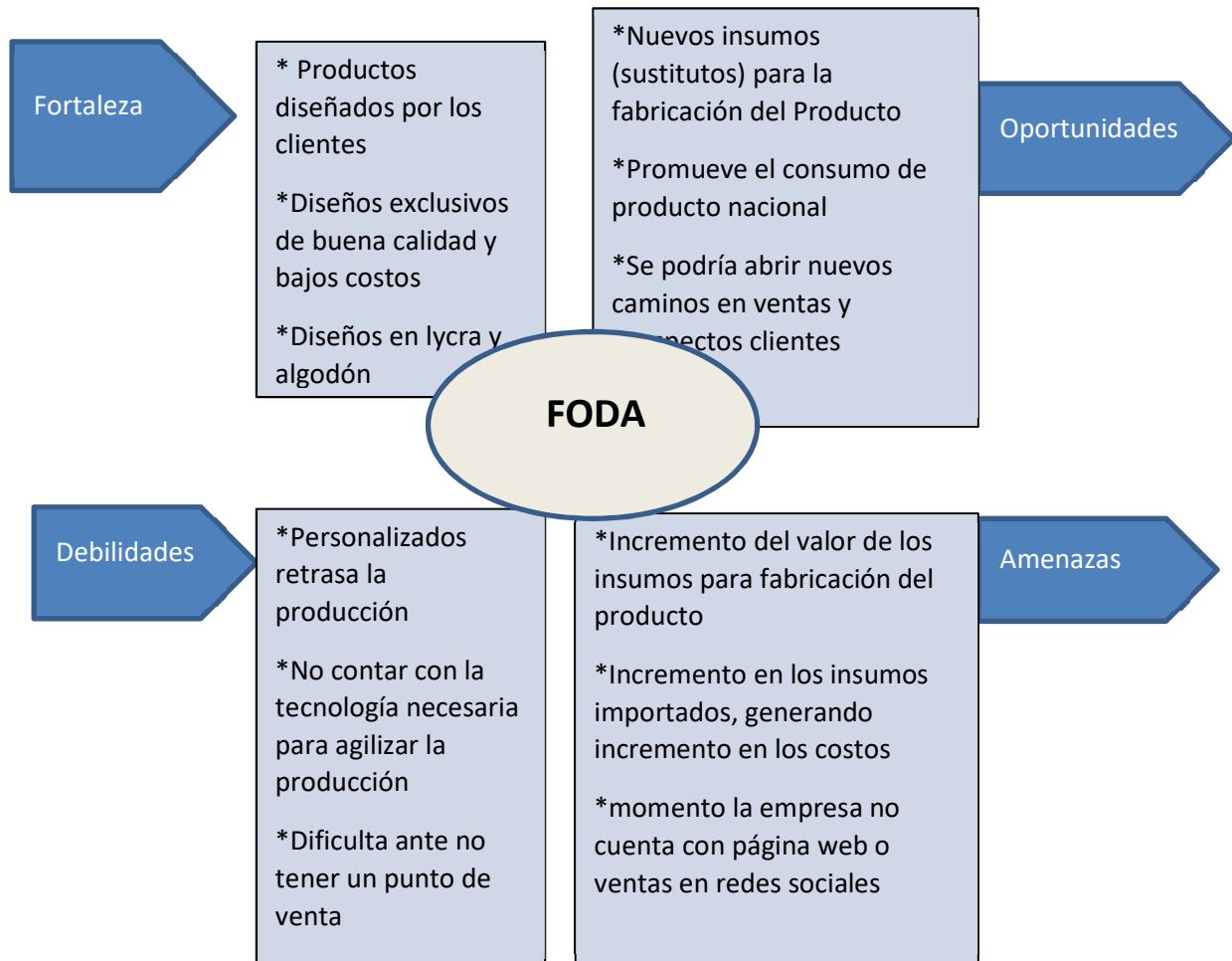
KASA´SO Es una empresa que desea innovar en el mercado de la moda diseñando y confeccionando las mejores prendas para las mujeres colombianas, dándole confianza en todos sus movimientos, prendas que estilizan su figura ofreciéndole comodidad con un look casual la mejor calidad en nuestras prendas versátiles que pueden ser utilizadas en cualquier época del año y son prendas básicas que toda mujer tiene en su outfit, elaboradas en lycra-algodón, viscosa y suplex las cuales aporta transpirabilidad y durabilidad, procesos de personalización y detalles como volantes, drapados, amarres, insertos en malla o cortes, con colores llamativos o estampados que resalten las piernas. Contando con una gran variedad de oportunidades para que la cliente diseñe ropa la cual determine la forma de operar y así permita que el cliente sea quien diseñe la prenda para su comodidad, luego de darle finalización a la prenda el cliente es contactado para determinar si tiene el diseño ya escogido, de lo contrario se le brinda asesoría según las características deseadas por la cliente.

PRENDAS	Leggins, shorts, pantalones tres cuartos Bicicleteros.
BENEFICIO	Comodidad en uso diario de una prenda simple e indispensable en el outfit de toda mujer
COMPLEMENTARIO	Variedad en colores, costuras resistentes
PRESENTACION	Como lo sugiera el cliente Tela licra algodón, leggins largos hasta el tobillo
CARACTERISTICAS FISICAS	Shorts debajo del muslo, bicicleteros media piernas tres cuartos pantalones arriba de la rodilla

PREVENTA	Contacto celular de ventas al por mayor, información y características específicas sobre el pedido
POS-VENTA	Prestar servicio de atención cliente donde se recibirán quejas y reclamos.
DESARROLLOS FUTUROS	Desarrollar diseños que siempre estén acordes a la moda.

Tabla 2. Realización propia, nuestro producto

Análisis DOFA del negocio



Objetivos estratégicos del negocio

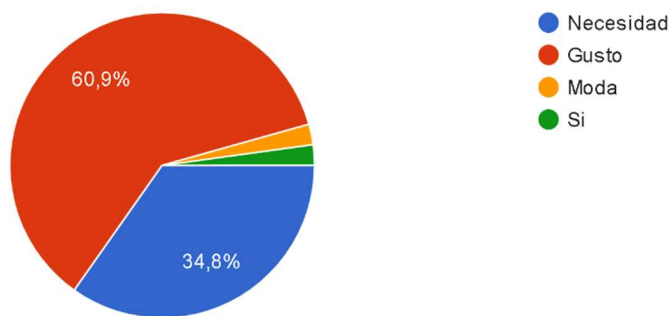
1. Implementar un valor agregado a la empresa para el reconocimiento de nuestra marca la cual se diferencie a las del mercado
2. Disponer de un buen servicio el cual se exponga de maneja digital para el reconocimiento de la marca
3. Lograr un servicio eficiente como una forma de aumentar productividad, mejorar los tiempos de producción los cuales sean de 2 a tres días
4. Tener más sedes vinculadas dentro de un periodo de cuatro años

Estudio de mercado

Resultados de la encuesta

Figura 1. ¿Cuáles son los motivos por los cuales usted realiza una compra?

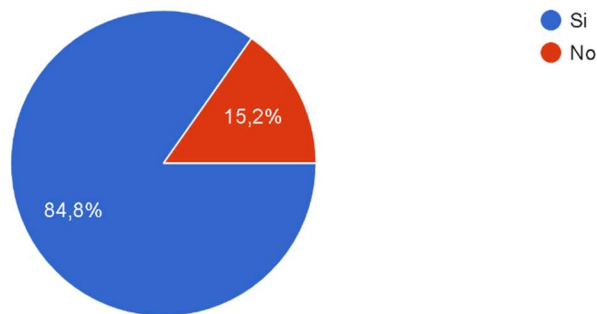
¿ Cuales son los motivos por los cuales usted realiza una compra?
46 respuestas



Pregunta 1. Como seres humanos nos hemos caracterizado por vernos bien, esta es una buena iniciativa del consumidor al motivarse en sus compras y de acuerdo a nuestra grafica podemos decir que nuestro impulso al adquirir será el gusto porque todo entra por los ojos, sea cuando estemos pasando por una tienda o inclusive cuando dedicamos tiempo en nuestras redes sociales, la necesidad en este caso cuenta con un porcentaje 34.8%, como individuos nos gusta consentirnos y dejar huella con nuestra personalidad

Figura 2. ¿Compra o compraría por internet?

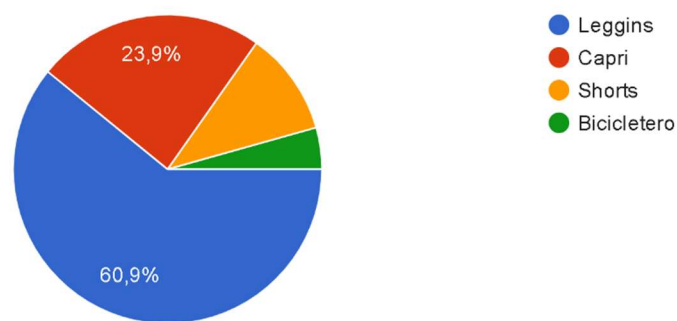
¿Compra o compraría por Internet?
46 respuestas



Pregunta 2. Como bien sabemos e-commerce o comercio electrónico se está apoderando de la sociedad ya que se trata de una alternativa más rápida útil y ahorra tiempo, de acuerdo a la gráfica podemos deducir que más del 80% está utilizando este beneficio al comprar

Figura 3. Qué tipo de ropa compra regularmente y es más cómoda para su uso

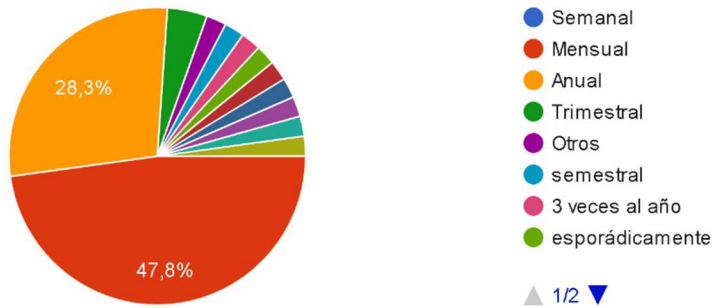
¿Qué tipo de ropa compra regularmente y es más cómoda para su uso ?
46 respuestas



Pregunta 3. El Leggins sigue siendo una prenda atractiva, por su comodidad es facil de combinar, se adhiere a cualquier escenario de nuestro cronograma diario, en esta encuesta tuvo como resultado más del 50% siguiendo la prenda de vestir Capri con un resultado de 23.9%

Figura 4. ¿Con qué frecuencia compra ropa?

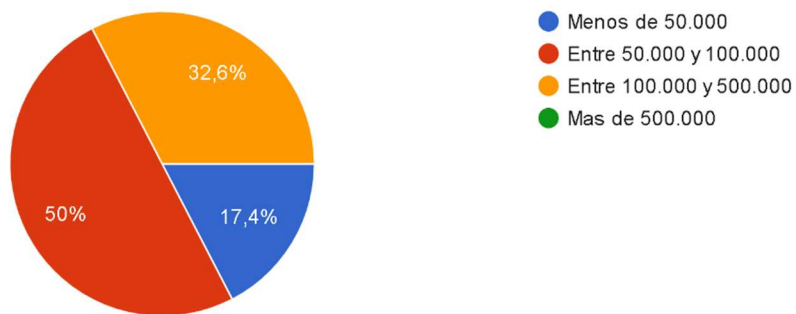
¿ Con que frecuencia compra ropa ?
46 respuestas



Pregunta 4. De acuerdo a la frecuencia de compra de ropa hallamos un 47.6% a nivel mensual y anual 28.3% no siempre podemos contar con la adquisición de ropa cada mes ya sea por dinero o porque no está dentro de nuestras prioridades

Figura 5. ¿Cuánto dinero gasta en ropa cada mes?

¿Cuanto dinero gasta en ropa cada mes?
46 respuestas

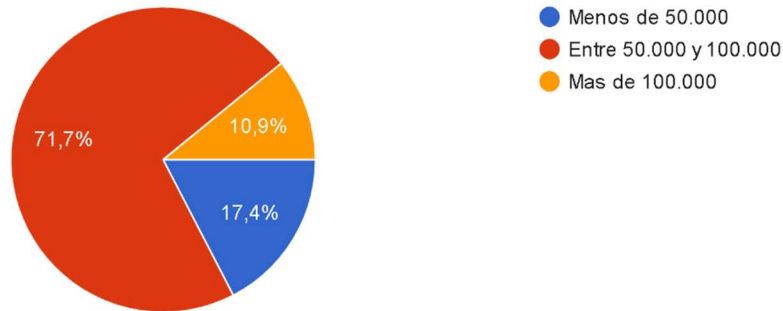


Pregunta 5. Distribuir nuestro dinero entre 100.000 y 500.000 para la compra de nuestras prendas de vestir hace que se acomode a nuestros ingresos

Grafica 6. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una prenda personalizada?

¿Cuanto estaría dispuesta a pagar por una prenda personalizada ?

46 respuestas

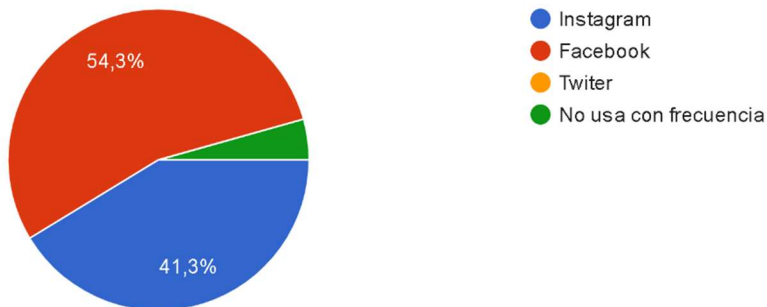


Pregunta 6. Con un porcentaje de 71.71% de un valor entre 50.000 y 100.000 las personas están dispuestas a pagar para la elaboración de prendas personalizadas, pero a mi punto de vista creería que podemos dar más ya que estamos innovando con nuevas creaciones y es dar valor agregado a nuestras propias ideas

Figura 7. ¿Cuál es la red social que utiliza con mayor frecuencia?

¿Cual es la red social que utiliza con mayor frecuencia?

46 respuestas

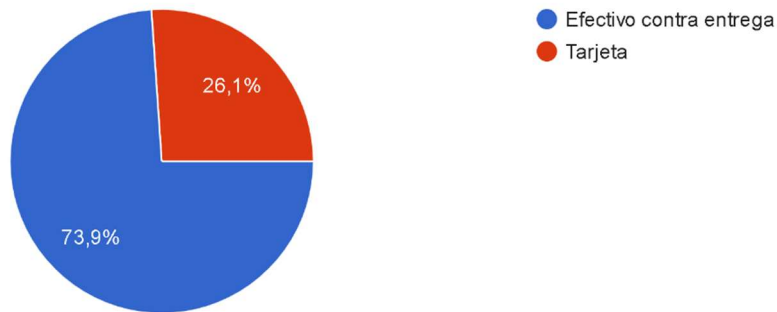


Pregunta 7. En el primer lugar tenemos a Facebook con 54.3% y segundo lugar lo lleva Instagram lideran el ranking de redes más utilizadas por la sociedad

Figura 8. ¿Cuáles son los métodos de pago los cuales utiliza?

¿Cuales son los métodos de pago los cuales utiliza?

46 respuestas

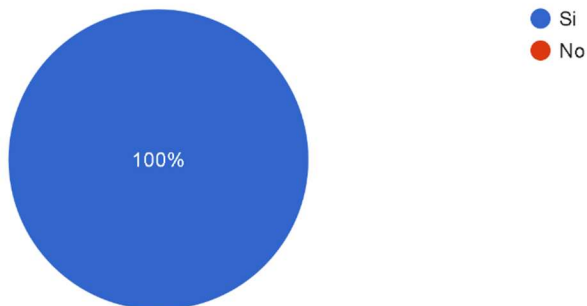


Pregunta 8. El método de pago más utilizado siempre será el efectivo, debido a la desconfianza que se tiene por la vía virtual, el dinero aún sigue funcionando como medio de cambio ya que en historias pasadas teníamos como sistema de pago el trueque y aún sigue estando en nuestras vidas

Figura 9. ¿Le daría la oportunidad a marcas nuevas?

¿Le daría la oportunidad a marcas nuevas?

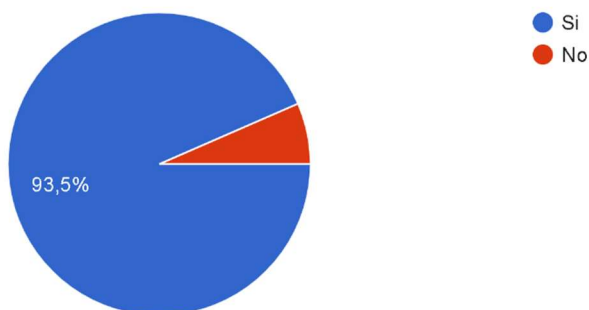
46 respuestas



Pregunta 9. A la humanidad nos gusta tendencias nuevas el querer brillar más tanto para el consumidor como las segmentaciones de mercado, nos gusta la competencia y así como lo determino esta pregunta la cual obtuvo un 100%

Figura 10. ¿Le gustaría diseñar su propia prenda de vestir?

¿Le gustaría diseñar su propia prenda de vestir ?
46 respuestas



Pregunta 10. La apariencia transmite información sobre la persona, con ciertos aspectos de nuestra personalidad, lo cual expresa una manera de darnos a conocer y hablar por sí sola, y esto conlleva a que los datos de esta encuesta determinaran que nos gusta las nuevas tendencias las cuales se obtuvieron por más del 90%

Mercado consumidor

Mercado

El mercado objetivo son mujeres que viven en la zona urbana de las afueras de la ciudad principalmente entre 4 y 60 años

• Mercado objetivo:

Estas mujeres de zonas del país buscan sentirse frescas y ligeras para desarrollar sus actividades regulares ya que estas zonas del país van de zonas cálidas a calientes muchas mujeres que viven en las zonas urbanas también buscan estas clases de prendas confeccionadas en la lycra algodón ya que al momento de viajar y descansar son muy cómodas para sentirse bien.

• Mercado potencial:

Se busca potenciar en almacenes propios y sobre todo en almacenes de cadena ofreciendo la mejor calidad y moda a las personas de los estratos 4, 5 y 6.

• Consumo aparente y per cápita:

En mayo los hogares colombianos gastaron 1,39 billones de pesos en la canasta de moda. Esta canasta representó el 2,4% del gasto de las familias que ascendió a 58,42 billones de pesos. La penetración digital dentro de la industria alcanza cerca del 70%.

• **Magnitud de la necesidad.**

Se pretende imponer moda estilo y sobriedad en las prendas de diario, para que las mujeres se sientan cómodas y libres

• **Nicho de mercado del bien o servicio:**

Creatividad y moda en las prendas que las mujeres utilizan a diario, donde sean ellas quien creen su propio estilo

Segmentación del mercado

GEOGRAFICO	1.	Área de producción de producto: Aledaños a Bogotá (Mesitas, Melgar, Viotá, Tocaima, Fusa).
	2.	Diferencias culturales: Urbana- Rural (Zonas Cálidas).
	3.	Movilidad geográfica: Cundinamarca. (Mesitas, Melgar, Viotá, Tocaima, Fusa)
	4.	Estrato: 1, 2 y 3.
DEMOGRAFICO	1.	Edad: 18 años a 55 años.
	2.	Sexo: Indiferente
	3.	Clase social: 1, 2 y 3.
	4.	Estado: Colombia (Cundinamarca).
PSICOLOGICO	1.	Personalidad: Mujeres que disfrutan de la comodidad, estilo y moda. Son mujeres creativas, libres y mujeres relajadas.
	2.	Percepción: Inicialmente lo utilizan por comodidad para estilizar sus piernas y caderas con los mejores estilos. Pero hay ocasiones en las que se llevan puestas para el trabajo u otra actividad.
	3.	Actitudes así mismo: Mujeres seguras de sí mismas, con un gran autoestima y amor propio para mostrarse a ellas mismas y a las demás personas tal cual como son.

ESTILO DE VIDA	1.	Grupos de referencia: Mujeres y niñas.
	2.	Roles sociales: Aplican para cualquier tipo de mujer o niña.
USO DEL PRODUCTO	1.	Frecuencia: En una situación casual, son apropiados para su comodidad y para el uso deportivo.
	2.	Lealtad de la marca: Se mide por la calidad y estilos que se le ofrece al cliente la calidad de las telas y la buena confección.
	3.	Actividades hacia el producto: No limita los movimientos, garantiza mayor comodidad, colores durables y estilos nuevos y a la moda.
BENEFICIO DEL PRODUCTO	1.	Rendimientos especiales: Son productos durables tanto en su material como sus diseños, el material y diseño siempre va a ser igual sin importar el transcurso del tiempo y la flexibilidad que tiene.
	2.	Necesidades cubiertas por el producto: Es una prenda que brinda comodidad y libertad para sus que haceres diarios.
	3.	Percepción de la marca: Marca responsable con los gustos de las mujeres y niñas que les ofrece comodidad, calidad y bienestar.

Tabla 3. Realización propia, segmentación de mercado

Competencia

Nombre de la empresa competidora	Ubicación	Productos o servicios que ofrece	Precios de los productos y servicios	Medios de difusión	Imagen y posicionamiento
RICARDO PINZON	Nivel nacional	Leggins, bicicleteros y shorts	Según prenda a adquirir	Voz a voz	N.A
LYCRAMANIA	Nivel nacional	Leggins, bicicleteros y shorts	Según prenda a adquirir	Voz a voz	N.A



PERMODA	Tiendas de todo el país	Línea de ropa para toda la familia	Según la prenda a adquirir	Todas las tiendas a nivel nacional	
GRUPO CRYSTAL	Tiendas de todo el país	Línea de ropa para toda la familia	Según la prenda a adquirir	Todos los centros comerciales del país	

Tabla 4. Realización propia. Competencia real en la localidad de ciudad Bolívar

Mercado Proveedor

Los proveedores para la empresa KASA´SO son importantes ya que brindan el 80% de materias primas para realizar las prendas dispensables para el crecimiento de la empresa. Las principales empresas proveedoras son: PORTOFINO, TEXTIL FIHLL SAS, IMPORTEX y FACOL todas situadas en la ciudad de Bogotá, estas empresas implementan planes de acción dirigidos a los empresarios, con inversiones y ejecuciones que contribuyan al desarrollo del campo y lo propio con el abastecimiento de insumos. Para tener una eficiencia en la cadena integral de suministros a continuación, se encuentran estos códigos:

1. Negociación transparente y trato justo.
2. Relación de mutuo beneficio, en términos de crecimiento, desarrollo, colaboración y reputación.
3. Pago oportuno de las obligaciones.

Proyección de Ventas

Nuestra proyección de ventas se realizó a 6 meses con un porcentaje de entrada el cual varía de acuerdo a la temporada que nos acompaña en el segundo semestre del año con el fin de identificar la cantidad de producción que iremos a realizar y así tener una organización para obtener nuestra previsión

Tabla 5. Presupuesto de ventas

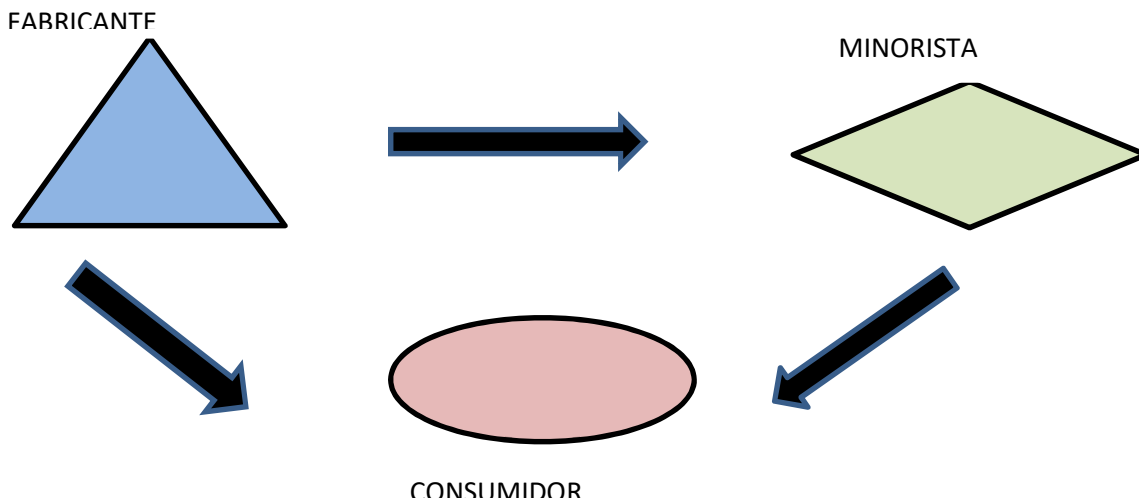
PROYECCION		CANTIDAD									
2022		Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	enero		
UNIDADES	UNIDADES VENDI	200	210	221	232	243	280	322	370		
1	Precio short	\$ 9.000	\$ 1.800.000	\$ 1.890.000	\$ 1.984.500	\$ 2.083.725	\$ 2.187.911	\$ 2.516.098	\$ 2.893.513	\$ 3.327.540	
	UNIDADES VENDI	300	345	362	380	399	439	505	581		
1	Precio leggins	\$ 16.000	\$ 4.800.000	\$ 5.520.000	\$ 5.796.000	\$ 6.085.800	\$ 6.390.090	\$ 7.029.099	\$ 8.083.464	\$ 9.295.983	
	UNIDADES VENDI	220	253	266	279	293	322	370	426		
1	Precio bideteoro	\$ 6.000	\$ 1.320.000	\$ 1.518.000	\$ 1.593.900	\$ 1.673.595	\$ 1.757.275	\$ 1.933.002	\$ 2.222.953	\$ 2.556.395	

Estrategia de mercadeo

Estrategia de Distribución

- La estrategia de distribución de canal es por encomiendas o personal a domicilio según acuerdo con el cliente. **Canal indirecto corto**

Figura 11 Canal indirecto corto



- Estrategias para la comercialización del bien o servicio:

La empresa lo dividen en dos estrategias;

Estrategia de Comunicación

DISTRIBUCION (VOZ A VOZ): En la actualidad la empresa se ha convertirá en una plataforma donde los clientes tienen un espacio para la elaboración de ropa para su comodidad y gusto, permitiendo que las mujeres den el reconocimiento necesario para la captación de más clientes que día a día salen con una satisfacción por sus productos terminados.

COMUNICACION: Construir una página web la cual dará a conocer el servicio en línea y pueda ser reconocida, por el momento trabaja la comunicación con una base de datos obtenida por el acercamiento personal, se manejó como también con el grupo de amigos que están en el Facebook.

Las Tarjetas de presentación producen importancia ante sus posibles clientes, además de ser indispensables para su uso cotidiano.

Presupuesto de distribución

Tabla 6. Presupuesto de distribución

CONCEPTO	VALOR / DIA	TOTAL, MES / 4 días
Gasolina	\$60.000	\$240.000
Rodamiento	\$50.000	\$200.000
Peajes	\$50.000	\$200.000
Viáticos	\$30.000	\$120.000
Sueldo vendedor	\$35.000	\$140.000
TOTAL	\$225.000	\$900.000

Estrategias de precio

La estrategia está orientado a las ventas por mayor y detal, por ende, se recurren a la fijación de precios bajos. De esta manera, se ha establecido el precio de sus leggins, Capri, shorts y bicicleteros para damas considerando lo que el mercado (almacenes) está dispuesto a pagar por ellos. Con el fin de mantener un precio bajo, se adecua todo el proceso productivo y se invierte continuamente en tecnología (máquinas bordadoras, estampadoras) que reduzcan los costos.



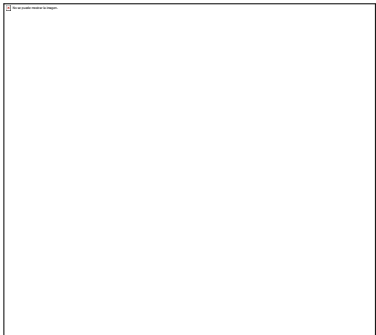
• Precio de lanzamiento del producto

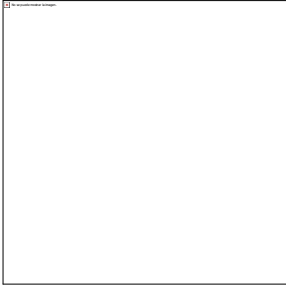

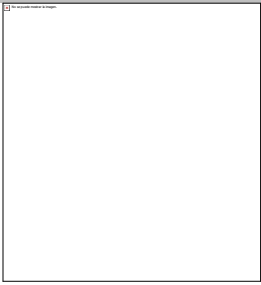
Tabla 7. Referencia producto

PRENDA	TALLA	X UNIDAD	X MAYOR
Leggins	XL-L-M-S	\$20.000	\$16.000
	Junior	\$15.000	\$14.000
Shorts	U	\$12.000	\$10.500
	Junior	\$10.000	\$ 9.000
Bicicletero	XL-L-M-S	\$8.000	\$5.500
	Junior	\$6.000	\$5.500


Necesidades y Requerimientos




***Maquinas**

<p>Maquina plana industrial</p>	 <p>Figura 12 Maquina plan industrial</p>
<p>Maquina fileteadora</p>	 <p>Figura 13 Maquina fileteadora</p>
<p>Maquina collarín</p>	 <p>Figura 14 Maquina collarín</p>
<p>Cortadora</p>	

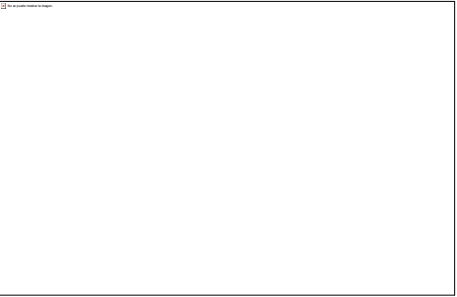
	 <p data-bbox="776 583 1040 625">Figura 15 Cortadora</p>
<p data-bbox="391 871 581 913">Termofijadora</p>	 <p data-bbox="776 974 1096 1016">Figura 16 Termofijadora</p>
<p data-bbox="367 1188 610 1230">Pulpo de serigrafia</p>	 <p data-bbox="776 1339 1154 1381">Figura 17 Pulpo de serigrafia</p>

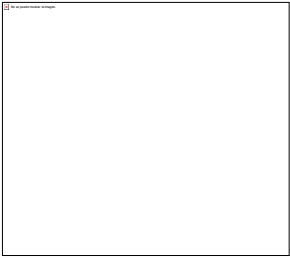
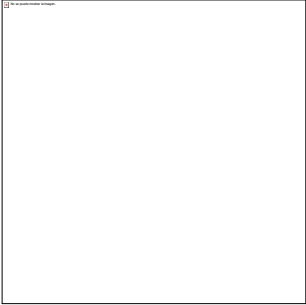
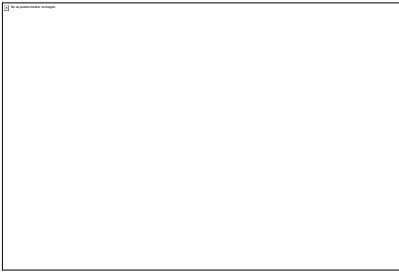
*Necesidades de herramientas

<p data-bbox="435 1619 537 1661">Tijeras</p>	 <p data-bbox="776 1650 1019 1692">Figura 18 Tijeras</p>
--	---

<p>Rematadores</p>	 <p>Figura 19 Rematadores</p>
<p>Pinzas</p>	 <p>Figura 20 Pinzas</p>
<p>Carreteles</p>	 <p>Figura 20 Carreteles</p>

*Necesidades de mobiliario

<p>Mesa de corte</p>	 <p>Figura 21 Mesa de corte</p>
----------------------	---

<p>Mesas auxiliares</p>	 <p>Figura 22 Mesas auxiliares</p>
<p>Estantes</p>	 <p>Figura 23 Estantes</p>
<p>Sillas</p>	 <p>Figura 24 Sillas</p>

*Necesidades de materia prima

<p>Tela</p>	
-------------	--

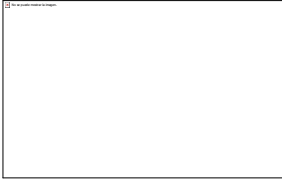
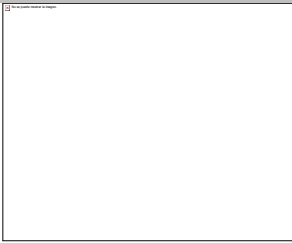
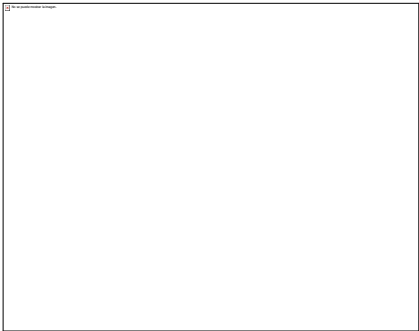
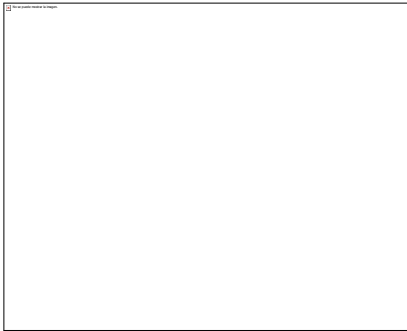
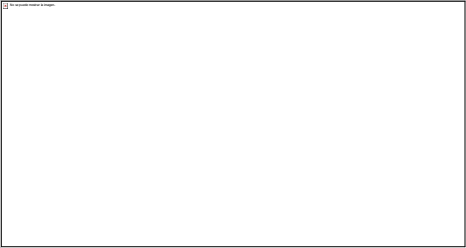
	 <p data-bbox="777 417 967 453">Figura 25 Tela</p>
<p data-bbox="448 701 521 737">Hilos</p>	 <p data-bbox="777 863 980 898">Figura 26 Hilos</p>
<p data-bbox="435 1134 534 1169">Hilazas</p>	 <p data-bbox="777 1337 1005 1373">Figura 27 Hilazas</p>
<p data-bbox="412 1608 557 1644">Tinta textil</p>	

	Figura 28 Tinta textil
Caucho	
	Figura 29 Caucho

Capacidades de producción

Vamos a producir un Short con un SAM asignado de 15 minutos.

La empresa cuenta con un satélite encargado para la producción de los shorts que tiene 3 máquinas (plana, filete y collarín) requeridas para la elaboración del short.

La fábrica trabaja en un turno de 8 horas diarias.

Con una eficiencia del 54%

El cálculo que hemos de hacer es el siguiente:

$$3 \text{ máquinas} \times 8 \text{ horas} = 24 \text{ horas} \quad 24 \text{ horas} \times 60 \text{ minutos} = 1440 \text{ minutos}$$

$$1440 \text{ minutos} \times 54\% \text{ de eficiencia} = 777,6 \text{ minutos}$$

$$777,6 \text{ minutos} / 15 \text{ minutos SAM por prenda} = 52 \text{ shorts día}$$

Producción mensual 1248 de 24 días trabajados

Activos fijos

Tabla 7. **Activos fijos**

ACTIVOS	
Camioneta	\$ 28,000,00
Maquina cortadora	\$ 800,000
Meson	\$ 400,000
Maquina collarín	\$ 2,100,00

Maquina fileteadora	\$ 1,800,000
Maquina plana	\$ 1,200,000
Insumos	\$ 500,000
Pulpo de serigrafia	\$ 350,000
Estampadora	\$ 850,000

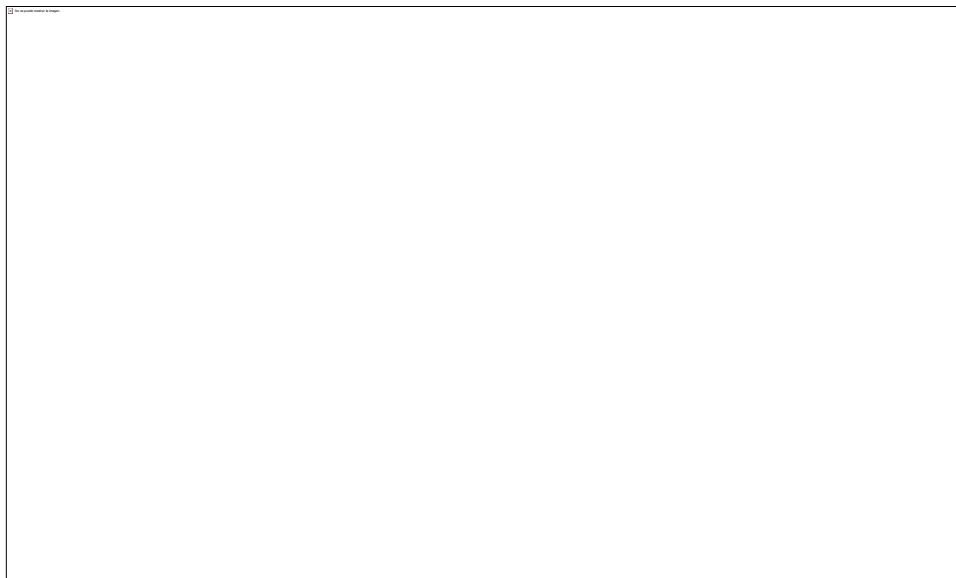
Proceso de producción

Figura 30 Proceso de producción



Distribución de planta

Figura 31 distribución de planta

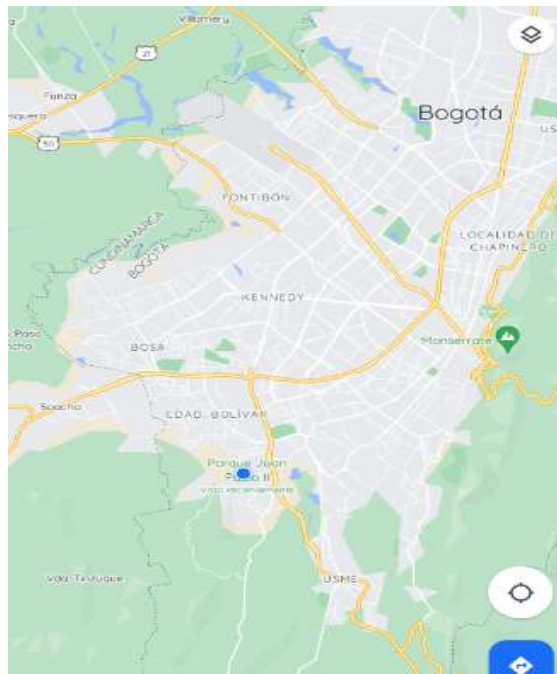


Localización de planta

Localización

La empresa se encuentra ubicada en Bogotá, localidad de Ciudad Bolívar en el barrio Juan Pablo II, allí podemos tener accesibilidad a los diferentes talleres de satélite que requiere la fábrica y sobre todo a los proveedores más cercanos ubicados en los barrios Alquería y Policarpa de la localidad Tunjuelito continua a la ubicación de la empresa. La empresa cuenta con una sede.

Figura 32 localización



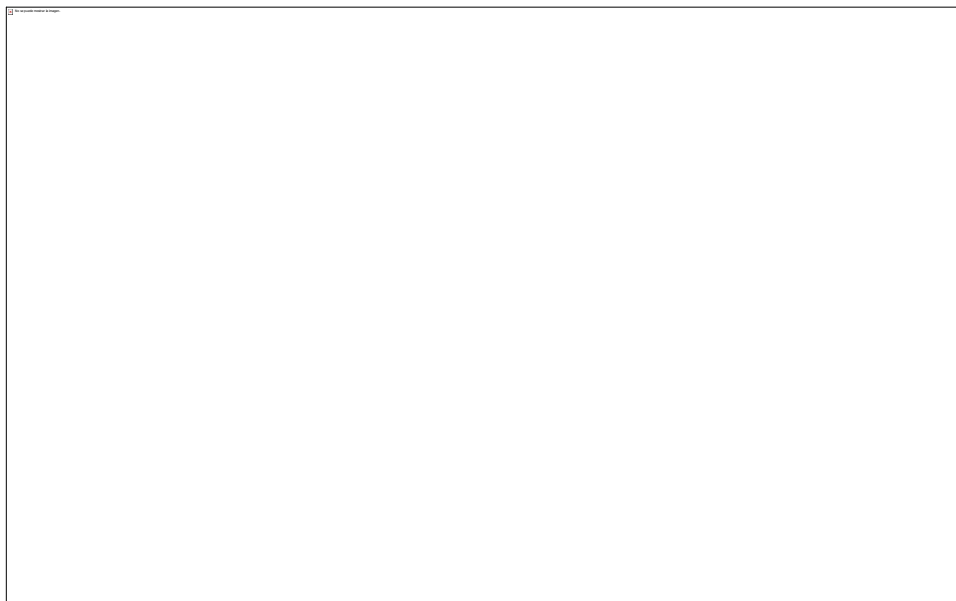
Buenas practicas

1. Se tiene en cuenta las condiciones ambientales del trabajo como lo son iluminación, humedad y temperatura adecuada no solo para los trabajadores sino también para un buen uso de las telas teniendo una adecuada producción.

2. Tener una adecuada manipulación y almacenamiento tanto de las telas como de la prenda terminada.
3. Cada trabajador es responsable de la limpieza y aseo de su máquina de trabajo teniendo en cuenta el cuidado de la misma para que no afecte la calidad de la prenda.

Estructura organizacional

Figura 33



Funciones de cargos

Tabla 8. Perfiles

Cargo	Funciones	Requisitos
Costurera	Este puesto su función principal es la de confeccionar prendas con el material que se le entrega, utilizando para ello máquinas y utensilios de coser de diferentes tipos, conforme a los procesos de confección, realiza y termina prendas a mano, lubrica y prepara en su caso la maquinaria para	Conocimientos en confección y manejo de máquinas, disposición y responsabilidad en la labor

	mantenerla en buen estado. Debe estar pendiente de las personas que utilizan la vestimenta para cualquier compostura en el momento y planchado.	
Cortador	Interpretar la ficha técnica del producto, organizar y seleccionar los insumos y herramientas apropiadas para cumplir el proceso de marcado y corte. Realizar el tizado y tendido de las telas a cortar, garantizando el máximo aprovechamiento del material. Preparar, programar y ajustar las máquinas y herramientas para dar cumplimiento al proceso previamente elegido. Operar máquinas y herramientas para realizar el corte de telas, respetando, las normas de seguridad personal, industrial y medioambiental.	Experiencia en el área de cortado y disposición en la actividad

Constitución Empresa y Aspectos Legales

Inicialmente el negocio no será constituido legalmente solo se hace una estimación de costos y estructura administrativa como proyecto de emprendimiento

Normas que regulan el desarrollo de la actividad

La Norma técnica es la descripción documentada de los procesos estandarizados, resultado de un estudio y un consenso generalizado, por un organismo reconocido y especializado. A nivel nacional el ICONTEC es el organismo que realiza las funciones de normalizar las técnicas de calidad, el comité 062 está dedicado en las normas de confecciones y textiles.

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

1. Normas técnicas en textiles

Estas normas técnicas especifican los requisitos necesarios para cumplir con las propiedades de los textiles y así controlar su calidad.

Algunas de las normas son:

NTC 2398:1988 Textiles y confecciones. Ropa interior femenina de tejido plano.

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

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

NTC 2089:2013 Hilos de algodón para coser.

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

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

NTC 730-3:2001 Textiles. Telas de tejido de punto. Requisitos generales.

2. Normas técnicas en confección

Las normas técnicas en confección especifican los requisitos indispensables para cumplir con las necesidades y expectativas del cliente en las prendas confeccionadas.

Entre ellas se encuentran:

NTC-ISO 8559:1995 Fabricación de vestuario estudios antropométricos. dimensiones corporales.

NTC 2399:2014 Textiles y confecciones. Ropa interior femenina de tejido de punto.

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

NTC 2509:1988 Textiles y confecciones. Ropa para deporte.

Adicionalmente se cuenta con la GTC 230:2012 Guía para las buenas prácticas en la confección de prendas de vestir. Esta al ser un documento guía es de cumplimiento voluntario.

Tabla 9. Costo total

Costo de producción LEGGINS, SHORT,					
Datos mensuales					
Concepto	Unidades	Und medida	Costo Por Unidad	Costo por mayor	Total
Hilazas	5	600 mt (300 gr)	\$ 5.800	\$ 29.000	\$ 29.000
Hilo	1	72 mt (5000 yd)	\$ 5.200	\$ 5.200	\$ 5.200
Caucho	325	Metro	\$ 243	\$ 78.975	\$ 78.975
Licra algodón	397	Metro	\$ 13.000	\$ 5.161.000	\$ 5.161.000
Total					\$ 5.274.175

MENSUAL	UNIDADES	TELA (metro)	Caucho (metro)	COSTE HILAZA	HILO (mt)
Short	200	80	110	600	300
Leggins	300	240	105	1200	300
Bicicletero	220	77	110	660	330
Total	720	397	325	2460	930

	VLOR UNITAR	TELA (cm)	COSTE TELA	HILAZA mt	COSTE HILAZA	HILO (mt)	COSTE HIL	CAUCHO (cm)	COSTE CAUCHO	VALOR MATERIAL	UTILIDAD	Ganancia
Short	9000	40	\$5.200	3	\$30	1,5	\$2	55	\$243	\$5.475	\$3.525	\$705.000
Leggins	16000	80	\$10.400	4	\$40	1	\$2	35	\$243	\$10.685	\$5.316	\$1.594.650
Bicicletero	6000	35	\$4.550	3	\$30	1,5	\$2	50	\$243	\$4.825	\$1.176	\$258.610
Total												\$2.558.260

Proyección de ventas

PROYECCION	2022	CANTIDAD									
		15%	15%	5%	5%	5%	10%	15%	15%		
UNIDADES	UNIDADES VENDIDA	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	enero		
1	Precio short	\$ 9.000	\$ 2.250.000	\$ 2.362.500	\$ 2.480.625	\$ 2.604.656	\$ 2.734.889	\$ 3.145.122	\$ 3.616.891	\$ 4.159.424	
1	Precio leggins	\$ 16.000	\$ 5.600.000	\$ 6.440.000	\$ 6.762.000	\$ 7.100.100	\$ 7.455.105	\$ 8.200.616	\$ 9.430.708	\$ 10.845.314	
1	Precio bicicletero	\$ 6.000	\$ 1.680.000	\$ 1.932.000	\$ 2.028.600	\$ 2.130.030	\$ 2.236.532	\$ 2.460.185	\$ 2.829.212	\$ 3.253.594	
total und			880	987	1036	1088	1143	1272	1463	1682	
Valor total inventario		\$ 9.530.000	\$ 10.734.500	\$ 11.271.225	\$ 11.834.786	\$ 12.426.526	\$ 13.805.923	\$ 15.876.811	\$ 18.258.333		
Valor produccion		\$ 5.274.175	\$ 5.953.498	\$ 6.251.144	\$ 6.565.074	\$ 6.888.361	\$ 7.640.582	\$ 8.786.641	\$ 10.106.924		

Situación financiera

CREACIONES KASASO	
Al 01 de julio de 2022	
Activo corriente	
Cuentas	\$ 7.000.000
Cuentas comerciales por pagar	\$ 4.129.166
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 11.129.166
Activo no corriente	
Vehículo	\$ 30.000.000
propiedad planta y equipo	\$ 7.100.000
Créditos de compra	\$ -
Muebles y equipos	\$ 1.500.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 38.600.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 49.729.166
Pasivo corriente	
Notas	\$ 1.670.000
Impuestos	\$ 500.000
Arrendo	\$ 500.000
Servicios	\$ 373.000
Plan celular	\$ 70.000
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 2.943.000
Pasivo no corriente	
Obligaciones financieras	\$ -
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 2.943.000
PATRIMONIO	
Capital propio	\$ 11.129.166
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.129.166
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 49.729.166

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
CREACIONES KASA'SO			
Estado de Resultados desde	01/06/2022	hasta	01/01/2023
Ventas			57.466.399
Devolucion en ventas			0
VENTAS NETAS			57.466.399
Costo de ventas			44.404.175
UTILIDAD BRUTA			13.062.224
Gastos operacionales			2.373.000
UTILIDAD OPERACIONAL			10.689.224
Otros ingresos			0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			10.689.224
Impuestos			500.000
UTILIDAD NETA			10.189.224
Reserva legal			0
Utilidades retenidas			0
UTILIDAD DISPONIBLE PARA LOS ACCIONISTAS			10.189.224

Flujo de efectivo o flujo de caja

PROYECTADO

I.- POLITICA DE COBRANZAS VENTAS

CONTADO	50%	gestion de clientes
COBRANZA A 30 DIAS	50%	
TOTAL	100%	CONTADO

II.- POLITICA DE PAGOS-COMPRAS

CONTADO	50%	
PAGO A 15 DIAS	50%	
TOTAL	100%	CONTADO

III.- PLAN DE VENTAS	HISTORICOS					PROYECTADOS 2022		
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
VENTAS	9.530.000,00	10.734.500,00	11.271.225,00	11.834.786,25	12.426.525,56	13.805.922,57	15.876.810,96	18.258.332,60
CANTIDAD	880	987	1036	1088	1143	1272	1463	1682
CONTADO	4.765.000	5.367.250	5.635.613	5.917.393	6.213.263	6.902.961	7.938.405	9.129.166
COBRANZA A 30 DIAS		4.765.000	10.734.500	5.635.613	5.917.393	6.213.263	6.902.961	7.938.405
COBRANZA A 60 DIAS			-	-	-	-	-	-
TOTAL COBRANZAS	4.765.000	10.132.250	16.370.113	11.553.006	12.130.656	13.116.224	14.841.367	17.067.572

IV.- PLAN DE PAGOS-COMPRAS									
	HISTORICOS					PROYECTADOS			
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
COMPRAS	5.274.175	5.953.498	6.251.144	6.565.074	6.888.361	7.640.582	8.786.641	10.106.924	57.466.399
PAGO CONTADO	2.637.088	2.976.749	3.125.572	3.282.537	3.444.181	3.820.291	4.393.320	5.053.462	28.733.199
PAGO 30 DIAS		2.637.088	2.976.749	3.125.572	3.282.537	3.444.181	3.820.291	4.393.320	23.679.738
PAGO 60 DIAS			-	-	-	-	-	-	
TOTAL EFEC. PAGO	2.637.087,50	5.613.837	6.102.321	6.408.109	6.726.718	7.264.472	8.213.611	9.446.782	52.412.937

V.- FLUJO DE CAJA									
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	TOTAL
1- INGRESOS									
VENTAS-COBANZAS	4.765.000	10.132.250	16.370.113	11.553.006	12.130.656	13.116.224	14.841.367	17.067.572	99.976.187
OTROS INGRESOS									
TOTAL INGRESOS	4.765.000	10.132.250	16.370.113	11.553.006	12.130.656	13.116.224	14.841.367	17.067.572	99.976.187
2. EGRESOS									
PAGO DE COMPRAS	2.637.088	5.613.837	6.102.321	6.408.109	6.726.718	7.264.472	8.213.611	9.446.782	52.412.937
SUELDO Y SALARIOS	100% 1.670.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	1.670.000	13.360.000
ARRIENDO	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	4.400.000
IMPUESTOS								500.000	500.000
PAGO DEUDA									
EQUIPOS									
TOTAL EGRESOS	4.857.088	7.833.837	8.322.321	8.628.109	8.946.718	9.484.472	10.433.611	12.166.782	70.672.937
SALDO DE CAJA	-92.088	2.298.413	8.047.792	2.924.897	3.183.938	3.631.752	4.407.756	4.900.790	29.303.250
CAJA INICIAL	-	-92.088	2.206.326	10.254.117	13.179.014	16.362.952	19.994.704	24.402.460	16.362.952
CAJA FINAL	-92.088	2.206.326	10.254.117	13.179.014	16.362.952	19.994.704	24.402.460	29.303.250	45.666.202

Indicadores de viabilidad

Razon Corriente	ACTIVO CORRIENTE	\$	3,77388
	CORREIENTE		

Capital Neto Trabajo	8.180.166
ACTIVO-PASIVO	

Prueba Acida	\$	0,678
ACTIVO CORRINTE - INVENTARIO		
PASIVO CORRIENTE		

Endeudamient	6%
TOTAL PASIVO	
TOTAL ACTIVO	

Apalancamien

$$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{CAPITAL CONTABLE}} = 26\%$$

Referencias

<https://www.gobiernobogota.gov.co/noticias/nivel-central/798-emprendedores-la-economia-popular-ciudad-bolivar-fueron-seleccionados>

<https://colombia.un.org/es/149295-el-distrito-entregara-hasta-10-millones-para-impulsar-pequenos-emprendimientos-y>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en-2022>

<https://la.network/colombia-y-su-influencia-en-la-cultura-de-la-moda/>

<https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-moda-en-colombia-cerro-ventas-por-27-7-billones-el-ano-pasado-3316367#:~:text=Datos%20de%20Inexmoda%20revelan%20que,crisis%20en%20%C3%A9pocas%20de%20pandemia.>

<https://www.bloomberglinea.com/2021/09/20/sector-textil-colombiano-de-los-anos-dorados-al-declive-que-expuso-la-pandemia/>

<https://es.linkedin.com/pulse/normas-t%C3%A9cnicas-colombianas-en-confecci%C3%B3n-yulieth-guzm%C3%A0n->