

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORNAMENTOS  
LITÚRGICOS EN LA DIOCESIS URBANA DE ENGATIVÁ

TRABAJO DE GRADO

CARMEN ESCILDA RODRÍGUEZ QUINTERO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Bogotá D.C.

2008

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORNAMENTOS  
LITÚRGICOS EN LA DIOCESIS URBANA DE ENGATIVÁ

CARMEN ESCILDA RODRÍGUEZ QUINTERO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Bogotá D.C.

2008

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORNAMENTOS  
LITÚRGICOS EN LA DIOCESIS URBANA DE ENGATIVÁ

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE  
EMPRESAS

CARMEN ESCILDA RODRÍGUEZ QUINTERO

Asesor de Proyecto  
DOCENTE NABOR ERAZO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Bogotá D.C.

2008

© [2008, Carmen Escilda Rodríguez Quintero]  
Todos los derechos reservados

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Bogotá D.C. Junio 13 de 2008**

**A mis padres y hermanos**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios y a la Santísima Virgen por la bendición de culminar otra etapa en mi vida, a mi familia por la inmensa colaboración que me han brindado en este logro académico, a mi hermano Rafael, Sacerdote Diocesano, por sus aportes en los temas litúrgicos, al Profesor Nabor Erazo por sus conocimientos, orientación, tiempo y paciencia en este proyecto, al Padre Simón Pérez, Sacerdote Eudista, por su orientación y aportes para la elaboración del proyecto.

## CONTENIDO

CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS	xix
GLOSARIO	xx
RESÚMEN EJECUTIVO	xxiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVO GENERAL	4
1.4 Objetivos específicos	5
1.5 MARCO HISTORICO	5
1.5.1 Reseña histórica	5
1.5.2 Reseña actual	6
1.6 METODOLOGÍA	8
1.6.1 Tipo de investigación	8
1.6.2 Métodos de investigación	8
1.6.3 Fuentes de información	8
1.6.3.1 Fuentes primarias	9
1.6.3.2 Fuentes secundarias	9
1.6.3.3 Presentación de la información	9
1.7 ANTECEDENTES Y MARCO DE REFERENCIA	10
1.7.1 Economía colombiana	12
1.7.2 INDICADORES ECONÓMICOS	13
1.7.3 PIB Producto interno bruto	13

1.7.4 DTF Depósito a Término Fijo	14
1.7.5 Desempleo	14
1.7.6 Tasa Representativa del mercado	14
1.7.7 Inflación	14
1.7.8 Salario mínimo	14
1.7.9 IPC Índice de Precios al Consumidor	15
1.7.10 Importaciones	15
1.7.11 Exportaciones	15
1.7.12 Balanza Comercial	15
176.13 Impuestos	16
1.8 ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES	17
1.8.1 Evolución del sector	17
1.8.2 Perspectivas del sector	18
CAPITULO 2	20
2. ESTUDIO DE MERCADOS	20
2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO	20
2.1.1 Mercado objetivo	20
2.1.2 Justificación del mercado	20
2.1.3 Comportamiento de los ornamentos litúrgicos	20
2.1.3.1 FICHA TÉCNICA ENCUESTA ORNAMENTOS LITÚRGICOS	23
2.1.4 Estimación del mercado	24
2.1.5 Consumo aparente	24
2.1.6 Ventaja competitiva	25
2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	25
2.2.1 Participación en el mercado	26
2.2.2 Políticas de ventas	26
2.2.3 Distribución	26
2.2.4 Identificación de competidores, productos y precios	26
2.3 ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE SANTAMARIA EU	28

2.3.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO	28
2.3.1.1	Características de los productos	28
2.3.1.2	Colores litúrgicos	29
2.3.1.3	Descripción básica y significado de los productos	29
2.3.1.3.1	Casulla	29
2.3.1.3.2	Alba	30
2.3.1.3.2.1	Clases de Albas	30
2.3.1.3.2.1.1	Alba Calada	30
2.3.1.3.2.1.2	Alba Sencilla	30
2.3.1.3.3	Estola	30
2.3.1.3.3.1	Clases de Estolas	30
2.3.1.3.3.1.1	Estola de Presbítero	30
2.3.1.3.3.1.2	Estola de Diacono	31
2.4	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	31
2.4.1	Fabricante – Cliente Directo	31
2.5	ESTRATEGIAS DE PRECIO	31
2.6	ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS	32
2.7	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	32
2.8	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	32
2.9	ESTRATEGIAS DE SERVICIO	33
2.10	POLÍTICA DE CARTERA	33
2.11	PROYECCIÓN DE VENTAS	33
CAPITULO 3		35
3.	ESTUDIO TÉCNICO	35
3.1	Características técnicas de los ornamentos	35
3.1.1	Casulla	35
3.1.2	Albas	35
3.1.2.1	Alba Calada	36
3.1.2.2	Alba Sencilla	36

3.1.3 Estolas	36
3.1.3.1 Estola diaconal cruzada	36
3.1.3.2 Estola sacerdotal	36
3.1.4 Bordados	36
3.2 ESTADO DE DESARROLLO	37
3.3 PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO	37
3.4 PROCESO DE PEDIDO Y PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS	38
3.4.1 Definición del proceso de pedido	38
3.4.2 Definición del proceso de producción	39
3.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	41
3.5.1 Materias primas	41
3.5.1.1 Telas	41
3.5.1.2 Hilos	41
3.5.1.3 Cremallera	41
3.5.2 MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA	42
3.5.2.1 Bordadora PFAFF CREATIVE 2134	42
3.5.2.2 PFAFF COVERLOCK 4852	42
3.5.2.3 MESA PARA CONFECCIÓN	43
3.5.3 MUEBLES Y ENSERES	43
3.5.4 INSUMOS Y HERRAMIENTAS	43
3.5.4.1 Equipo de confección	43
3.5.4.2 Equipo de planchado	43
3.5.4.3 Papel molde	44
3.6 PÓLITICA DE COMPRAS	45
3.7 UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL Y PLANTA	48
3.7.1 Acondicionamiento del área de trabajo	48
CAPITULO 4	50
4. Estudio Administrativo y Jurídico Legal	50
4.1 Modelo Administrativo	50

4.1.1 Cultura Organizacional	50
4.1.1.1 Misión	50
4.1.1.2 Visión	50
4.1.1.3 Principios	50
4.1.1.4 Valores	51
4.1.1.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA	51
4.1.1.5.1 Política de calidad	51
4.1.1.5.2 Políticas administrativas y recursos humanos.	51
4.1.1.6 Razón Social	52
4.1.1.7 Objeto Social	52
4.1.1.8 Actividad de la Empresa	52
4.1.1.9 Análisis DOFA	52
4.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53
4.1.2.1 Tamaño de la Empresa	54
4.1.2.2 Organigrama	55
4.1.3 ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN	55
4.1.3.1 Perfil del cargo	55
4.1.3.1.1 Gerencia General	55
4.1.3.1.2 Producción	55
4.1.3.1.3 Ventas Y Publicidad	55
4.1.3.1.4 Secretaria	56
4.1.3.1.5 Mensajero	56
4.1.3.2 Funciones del Cargo	56
4.1.3.2.1 Gerencia General	56
4.1.3.2.2 Producción	56
4.1.3.2.3 Ventas Y Publicidad	56
4.1.3.2.4 Secretaria	56
4.1.3.2.5 Mensajero	56
4.1.4 POLITICA DE PERSONAL	57
4.1.4.1 Políticas de salarios	57

4.1.4.2 Políticas de pagos	57
4.1.4.3 Proceso de selección	58
4.1.4.2 Competencias	58
4.2 ASPECTOS LEGALES Y JURÍDICOS	59
4.2.1 DEFINICIÓN DE LA NATURALEZA JURÍDICA	59
4.2.1.1 Empresa Unipersonal	59
4.2.1.2 Requisitos de formación	60
4.2.2 NORMAS VIGENTES	60
4.2.2.1 Normas regulan la empresa Unipersonal	60
4.2.2.2 Aspectos tributarios de la empresa unipersonal	60
4.2.2.3 Registro de libros de comercio	61
4.2.2.4 Cámara de Comercio	61
4.2.2.5 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN	61
4.2.2.6 Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales ARP	62
4.2.2.6.1 Porcentaje de cotización	62
4.2.2.7 Régimen de seguridad social	63
4.2.2.8 Fondo de pensiones y cesantías	63
4.2.2.9 Aportes parafiscales	63
4.3 NORMATIVIDAD EMPRESA DE CONFECCIONES	64
4.3.1 Resolución número 1264 de 26 de junio de 2007	64
4.3.2 Norma Técnica colombiana NTC 1806	65
CAPÍTULO 5	66
5. Estudio Financiero y de Evaluación económica	66
5.1 Objetivo General	66
5.2 Objetivos específicos	66
5.3 RESÚMEN PRINCIPALES CÉDULAS PRESUPUESTALES	67
5.4 CÉDULAS DEL PROYECTO	68
5.4.1 Proyección de ventas	68
5.4.2 Costos laborales	69

5.4.3 Presupuesto de costos directos, indirectos, administrativos y otros	73
5.4.4 Estructura y programación de la inversión y el financiamiento	74
5.4.5 Programación de la amortización del pago de préstamos bancarios	76
5.4.6 Presupuesto de ventas, costos e inventarios	77
5.4.7 Pronósticos de los flujos de efectivo generado	79
5.4.8 Cuantificación exigencias de los recursos líquidos	81
5.4.9 Inversión requerida en capital de trabajo	82
5.4.10 Flujo de inversión y neto del proyecto	83
5.4.11 Recuperación de la inversión	84
5.4.12 Balance General Activos	85
5.4.13 Balance General Pasivos y Patrimonio	86
5.4.14 Análisis principales indicadores y su interpretación	87
5.4.15 Resumen proyecciones financieras y de evaluación	88
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	92
FUENTES	93
ANEXOS	95

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1. INDICADORES FINANCIEROS	13
TABLA 2. VARIACIÓN ANUAL (%) DE LA PRODUCCIÓN Y LAS VENTAS	18
TABLA 3. RESULTADO ENCUESTAS	24
TABLA 4. ORNAMENTO LITÚRGICO	26
TABLA 5. CAMISAS Y VESTIDOS CHEVALIER	27
TABLA 6. CASA DEL SACERDOTE	27
TABLA 7. FÁBRICA DE ARTÍCULOS RELIGIOSOS LUÍS H. HERNÁNDEZ	27
TABLA 8. SASTRERÍA ECLESIAÍSTICA VIDAL ACOSTA	27
TABLA 9. PRESUPUESTO ESTUDIO DE MERCADOS	33
TABLA 10. PROYECCIÓN DE VENTAS	34
TABLA 11. RELACIÓN MUEBLES Y ENSERES	43
TABLA 12. PLAN PRODUCCIÓN	44
TABLA 13. RELACION MATERIA PRIMA PRODUCTO	44
TABLA 14. ELEMENTOS DE ASEO, CAFETERIA Y PAPELERIA	45
TABLA 15. PLAN DE COMPRA MATERIA PRIMA	47
TABLA 16. DOFA	53
TABLA 17. COTIZACIONES ARP	62
TABLA 18. PROYECCIÓN DE VENTAS	68
TABLA 19. COSTOS LABORALES PERSONAL ADMINISTRATIVO	69
TABLA 20. COSTOS LABORALES PERSONAL DE VENTAS	70
TABLA 21. COSTOS LABORALES PERSONAL MOD	71
TABLA 22. NÓMINA	71
TABLA 23. PRESUPUESTO DE COSTOS DIRECTOS, INDIRECTOS, ADMINISTRATIVOS	73
TABLA 24. INVERSIÓN	74
TABLA 25. INVERSIÓN	75
TABLA 26. AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO BANCARIO	76
TABLA 27. VENTAS, COSTOS, INVENTARIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO	77

TABLA 28. PRESUPUESTO DE VENTAS, COSTOS E INVENTARIOS POR CADA ORNAMENTO	77
TABLA 29. ESTADO DE RESULTADOS	79
TABLA 30. FLUJO DE EFECTIVO GENERADO	80
TABLA 31. FUENTES Y USOS	81
TABLA 32. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	82
TABLA 33. FLUJOS DEL PROYECTO	83
TABLA 34. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	84
TABLA 35. ACTIVOS	85
TABLA 36. PASIVOS Y PATRIMONIO	86
TABLA 37. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN INDICADORES FINANCIEROS	87
TABLA 38. RESUMEN PROYECCIONES	88

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1 FRECUENCIA DE COMPRA	21
GRÁFICA 2 PREFERENCIA DE COMPRA	21
GRÁFICA 3 ELECCIÓN DEL DISEÑO	22
GRÁFICA 4 OPCIONES DE COMPRA	22
GRÁFICA 5 CAMBIOS EN LA COMPRA	23
GRÁFICA 6. PROYECCIÓN DE VENTAS	68
GRÁFICA 7. NÓMINA ANUAL	72
GRÁFICA 8. INVERSIÓN	74
GRÁFICA 9. INVERSIÓN	75
GRÁFICA 10. VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO	77
GRÁFICA 11. ESTADO DE RESULTADOS	79
GRÁFICA 12. FLUJO DE EFECTIVO	80
GRÁFICA 13. FUENTES Y USOS	81
GRÁFICA 14. INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	82
GRÁFICA 15. FLUJOS NETOS DEL PROYECTO	83
GRÁFICA 16. FLUJOS DE INVERSIÓN	84
GRÁFICA 17. ACTIVOS	85
GRÁFICA 18. PASIVOS Y PATRIMONIO	86

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A FORMATO DE ENCUESTA	95
ANEXO B LISTADO DE PARROQUIAS ARQUIDIOCESIS DE BOGOTÁ Y DIOCESIS DE ENGATIVÁ	98
ANEXO C ORNAMENTOS LITÚRGICOS	103
ANEXO D TARJETA DE PRESENTACIÓN	108
ANEXO E CATÁLOGO	109
ANEXO F MAQUINARIA, TECNOLOGÍA Y MUEBLE S	110
ANEXO G INSUMOS	111
ANEXO H MINUTA DE CONSTITUCIÓN	112
ANEXO I SIMBOLOS	118

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA 3. PATRON ESTOLA DIACONO	36
FIGURA 4. PATRON ESTOLA SACERDOTE	36
FIGURA 6. FLUJOGRAMA DE PEDIDOS	39
FIGURA 7. FLUJOGRAMA DE PROCESO EN LA CONFECCION DE ORNAMENTOS	40
FIGURA 8. PLANOGRAMA	48
FIGURA 9. ORGANIGRAMA	54

## GLOSARIO

**Alba:** Atuendo de todos los ministros en la celebración litúrgica, desde los acólitos hasta el sacerdote, se utiliza con cingulo a la cintura

**Aguja.** Es un instrumento utilizado en maquinas para la confección cuya función es el de penetrar el material para lograr la costura.

**Apliques.** Adornos que se utilizan para decorar las prendas.

**Arquidiócesis:** Es la diócesis que encabeza (o sea, la capital de) a una provincia eclesiástica.

**Casulla:** Vestidura exterior del sacerdote, por encima del alba y la estola, a modo de capa.

**Corta hebras.** Es un cortador de puntas pequeñas, que se utiliza para el corte de las hebras al comenzar y finalizar las costuras.

**Diácono:** Miembro de la jerarquía eclesiástica cristiana. Tiene por misión auxiliar al sacerdote, leer el evangelio y, en caso de necesidad, distribuir la Eucaristía y administrar el bautismo. En general, es uno de los grados por los que pasa el aspirante al sacerdocio. Sin embargo, el Concilio Vaticano II admitió que laicos casados puedan también recibir el diaconado en los lugares donde hay escasez de sacerdotes. <sup>1</sup>

**Diócesis:** Es una porción territorial del pueblo de Dios, cuyo cuidado pastoral se encomienda al Obispo con la cooperación del presbiterio, de manera que, unida a

---

<sup>1</sup> <http://www.definicion.org/diacono>, recuperado el 10 de mayo de 2008

su pastor y congregada por él en el Espíritu Santo mediante el Evangelio y la Eucaristía, constituya una Iglesia particular, en la cual verdaderamente está presente y actúa la Iglesia de Cristo una santa, católica y apostólica.<sup>2</sup>

**Estola:** Vestimenta litúrgica en forma de larga y estrecha banda que deben llevar los ministros ordenados y solo ellos.

**Estructura curricular.** Sistema de formación, que da respuesta a las necesidades del sector productivo.

**Estudio de tiempo.** Previo análisis que se realiza a los operarios para mejorar rendimientos y productividad.

**Filetear.** Sobrehilar los orillos de la tela.

**Fólder.** Accesorios acondicionados a las maquinas para facilitar y agilizar el trabajo y la terminación de las prendas.

**Hilo.** Una hebra delgado y fina formada por fibras o filamentos naturales o artificiales, existen en diferentes calibres.

**Maquina fileteadora.** Es un mecanismo de entrelazamiento de un hilo y dos hilazas produciéndose así una costura tejida llamada de sobrehilado.

**Maquina plana.** Mecanismo de autoalimentación superior e inferior que es el entrelazamiento de un hilo superior con un hilo inferior a través de la tela produciéndose así una costura recta; es utilizada en el área de confección para la

---

<sup>2</sup> [http://www.vatican.va/archive/ESL0020/\\_\\_\\_P1B.HTM](http://www.vatican.va/archive/ESL0020/___P1B.HTM) recuperado el 10 de mayo de 2008

elaboración de prendas de vestir y facilita el proceso de la transformación de la materia prima textil.

**Mentalidad emprendedora.** Habilidad interna que posee el ser humano para aportar ideas innovadoras y creativas, la capacidad que tiene para solucionar problemas de forma idónea.

**Ornamentos litúrgicos:** Son las vestiduras litúrgicas, utilizadas por los sacerdotes y otros ministros en la celebración. Hay algunas, como la casulla y la estola que son propias de los ministros ordenados.

**Tela.** Principal materia prima de una prenda.

**Tiempo estándar.** Espacio determinado para realizar actividades personales o demoras inevitables del operario.

**Tiempo normal.** Es el tiempo establecido para que el operario realice una labor.

**Tijeras.** Herramienta para cortar.

## RESÚMEN EJECUTIVO

La fábrica de ornamentos litúrgicos Santa María EU, se creará en la ciudad de Bogotá - Colombia, con el propósito de producir y comercializar ornamentos litúrgicos, la sede principal estará en la Diócesis Urbana de Engativá, ya que en esta parte de la ciudad no hay un lugar para atender los clientes, que son los clérigos de la zona.

Inicialmente se ofrecerán ornamentos litúrgicos como Albas, Estolas y Casullas, producidos con calidad utilizando las mejores materias primas.

La empresa requiere de una inversión inicial de \$ 30.487.500, de los cuales el autor del proyecto aportará \$ 8.034.700 y financiará \$22.452.800 a alguna entidad bancaria o empresas de apoyo para creación de empresa.

La oportunidad de negocio es viable, pues la demanda de los ornamentos es bastante y la oferta es poca. La producción proyectada para el primer año es de 840 ornamentos, obteniendo ingresos promedio anuales de \$133.025.298 por concepto de ventas de 360 Albas \$26.605.060, a \$74.000 cada una, 300 Estolas \$19.953.795 a \$67.000 cada una, y 180 Casullas \$53.210.119 a \$296.000 cada una, aproximado y respectivamente.

La rentabilidad del proyecto, en un horizonte a 5 años, es del 33% anual. El valor presente neto al 33%, alcanza un valor positivo de \$27.644.601 y el período de recuperación de la inversión es de 3,17 años. El proyecto produciendo y vendiendo 672 ornamentos en el primer año alcanza su punto de equilibrio.

De esta manera se demuestra la viabilidad comercial, técnica, económica, financiera, legal, y jurídica para la creación y puesta en marcha de la empresa Santa Maria.



## INTRODUCCIÓN

Este proyecto de grado nace de una idea de negocio enfocado en el emprendimiento, puesto que en el programa de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Minuto de Dios, lo hace como un evidente principio, porque la cultura de emprendimiento es el núcleo problémico articulador del currículo. Asimismo, en general la Universidad y en particular la Facultad, fomentan el emprendimiento y el espíritu empresarial<sup>3</sup>.

El tema es la creación de empresa para la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la Arquidiócesis de Bogotá, productos y mercado poco conocido e investigado dando como resultado la viabilidad de desarrollo del proyecto.

Al realizar el trabajo de campo surgieron elementos interesantes, en la realización de las encuestas con los Sacerdotes, recibieron con mucho agrado y expectativa la idea, y los valores agregados que se les ofrecieron, también mostró la forma como la competencia es reacia para dar información del negocio.

El primer capítulo trata aspectos como la justificación, objetivos, tipo de investigación, aspectos económicos, el sector al cual pertenece la empresa, etc. Luego siguen en cada capítulo los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Jurídico-Legal, Financiero, Plan Operativo e Impacto del Proyecto; los que manifiestan de manera clara y detallada la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la diócesis urbana de Engativá, en Bogotá, identificando necesidades de inversión,

---

<sup>3</sup> Universidad Minuto de Dios, Facultad de Ciencias Empresariales programa de Administración socialización proyecto curricular del programa lección uno: Direccionamiento estratégico

ingresos, costos, gastos, utilidad del proyecto, punto de equilibrio, impacto económico, regional, social y ambiental.

Durante la elaboración del proyecto se evaluó y aclaró el entorno de la actividad empresarial, se evaluaron los resultados definiendo las variables involucradas en el proyecto en la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Al llevar a cabo este proyecto se generan alternativas de desarrollo de una microempresa en la Arquidiócesis de Bogotá aplicando las herramientas gerenciales necesarias. También es importante la elaboración de esta propuesta empresarial y académica para aportar a la formación profesional, sirviendo como base a estudiantes de Administración de Empresas que deseen realizar proyectos empresariales bajo este modelo.

## **CAPITULO 1**

### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ORNAMENTOS LITÚRGICOS EN LA DIOCESIS URBANA DE ENGATIVÁ**

Aprovechamiento de oportunidad de mercado para la creación, fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la Diócesis de Engativá para luego a mediano plazo extenderlo a la Arquidiócesis de Bogotá.

En la Diócesis Urbana de Engativá, muchos sacerdotes, religiosos, diáconos, y seminaristas, necesitan sus vestiduras u ornamentos, estos son objetos religiosos que los distinguen y que utilizan para desempeñar su ministerio. Sin embargo, no hay un sitio cercano que les facilite la entrega oportuna y a domicilio, con excelentes precios y gran variedad de diseños, además con la posibilidad de poder elegir su propio diseño, de acuerdo al gusto personal.

Cabe anotar que por las múltiples ocupaciones de los potenciales clientes, el desplazamiento hasta el Centro y Chapinero, en Bogotá, y toda la gestión que implica cada vez que necesitan los productos, hace que se convierta en una diligencia dispendiosa.

#### **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Oportunidad de explorar un negocio de ornamentos litúrgicos en todas las áreas, el cual es muy poco conocido y la competencia es muy escasa.

El desarrollo de este tema, constituye un reto personal, porque es la realización de un proyecto interesante, la investigación de un tema nuevo, poco conocido y

explorado, además de ser una oportunidad de negocio y la posibilidad de darle una nueva connotación.

En la localidad de Engativá no existe un lugar apropiado para la venta de ornamentos litúrgicos, lo cual ha creado preocupación e inquietud a los clérigos de la zona; estos atuendos son importantes para sus servicios religiosos y pastorales.

La solicitud de un lugar que abastezca esta necesidad, es el sentir de todos los sacerdotes y su jerarquía en esta Diócesis, lo cual se refleja en las siguientes observaciones:

- Necesidad de un lugar cercano donde puedan encontrar los atuendos, unido a la calidad, buenos precios y una distribución suficiente y puntual de estos productos.
- De acuerdo a la información anteriormente recopilada, existe una gran demanda de ornamentos sacerdotales con la aparición en el mercado de una empresa que además de brindar el suministro de este tipo de vestiduras, ofrezca también una línea completa de productos para este segmento específico, de gran calidad y con diseños exclusivos.
- Teniendo en cuenta los gustos de los clientes potenciales, no solo se estaría supliendo la necesidad de oferta, sino que se generaría una magnífica oportunidad de negocio expandible a nivel Bogotá, en el país y por qué no, a nivel internacional a largo plazo.

### **1.3 OBJETIVO GENERAL**

Formular y evaluar, un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la

Arquidiócesis de Bogotá, mejorando el plan de negocio realizado en el área de evaluación de proyectos con los previos estudios de mercado, técnico o de ingeniería, administrativo, financiero y evaluación económica.

#### **1.4 Objetivos específicos**

1.4.1 Elaborar un estudio de mercados para conocer el comportamiento del mercado que buscan los clientes en esta clase de productos y como se puede satisfacer sus necesidades.

1.4.2 Elaborar un estudio técnico o de ingeniería para saber como manejar la producción, las máquinas que se utilizan, telas, hilos, el tamaño de la infraestructura que se va a utilizar y dónde se va a ubicar

1.4.3 Elaborar un estudio administrativo, creando el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional, tipo de empresa, etc.

1.4.4 Elaborar un estudio financiero y evaluación económica, a cinco años, buscando la viabilidad del proyecto y lo rentable que pueda llegar a ser.

#### **1.5 MARCO HISTÓRICO**

**1.5.1 Reseña histórica:** La Arquidiócesis de Bogotá fué creada por el papa Pío IV el 22 de marzo de 1564, cuando trasladó la sede episcopal de Santa Marta a Santafé, al Nuevo Reino de Granada, promovéndola a un honor de mayor significación como la de sede arzobispal y dándole el nombre de Arquidiócesis de Santafé en la Nueva Granada.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.arquibogota.org.co/?idcategoria=62>, recuperado el 27 de junio de 2008

Este nombre se cambió el ocho de junio de 1898 por Decreto de la Sagrada Congregación Consistorial por el de Arquidiócesis de Bogotá Colombia y en enero de 1953 con el visto bueno del Papa Pío XII por el de ARQUIDIÓCESIS DE BOGOTÁ que hasta hoy conserva. El Papa San Pío X el siete de diciembre de 1902 la declaró sede primada.

Con el establecimiento de la Arquidiócesis de Santafé en la Nueva Granada quedaron establecidas en América cuatro sedes metropolitanas, después se establecieron las de Méjico, Santo Domingo y Lima, todas libres de la dependencia de la Arquidiócesis de Sevilla en España.

**1.5.2 Reseña actual:** La arquidiócesis de Bogotá<sup>5</sup> tiene una población urbana de 3.830.518 y rural de 102.698 habitantes aproximadamente. La Arquidiócesis de Bogotá está dividida en cinco Zonas Pastorales Episcopales zonificadas por parroquias adscritas a cada una, y sirviendo de apoyo a la labor pastoral de la Iglesia en Bogotá, estas Zonas Pastorales son: Inmaculada Concepción, congrega 50 parroquias, Cristo Sacerdote, congrega 42 parroquias, Espíritu Santo, congrega 41 parroquias, San José congrega 52 parroquias y San Pedro que congrega 47 parroquias, para un total de 232 parroquias en la Arquidiócesis de Bogotá.

A su vez existen tres Diócesis Urbanas que son la de Engativá congrega 55 parroquias, Diócesis de Fontibón congrega 55 parroquias y Soacha congrega 32 parroquias.

También comprende los 10 municipios rurales del oriente de la capital y la Calera. Cuenta con 459 sacerdotes en el trabajo pastoral y en su territorio existen 128 casas religiosas femeninas, 54 casas religiosas masculinas, 6 conventos de vida contemplativa.

---

<sup>5</sup> <http://www.arquibogota.org.co/?idcategoria=173>, recuperado el 27 de junio de 2008

La Arquidiócesis tiene en su territorio, además del centro histórico y los sectores gubernativo y administrativo de la nación y de la ciudad, por el norte la localidad de Usaquén, el sector oriental de la localidad de Suba, Chapinero, la zona industrial por el occidente, los barrios más pobres por el sur y los municipios rurales por el oriente. Para efectos del proyecto se tendrá en cuenta la información de la Diócesis Urbana de Engativá que fue la que se investigó la información se encuentra en el capítulo 2 Estudio de Mercados.

El proyecto de creación de las tres Diócesis Urbanas, desmembradas de la Arquidiócesis de Bogotá, corresponde a un proyecto presentado a la santa Sede hace 26 años, por el Cardenal Aníbal Muñoz Duque, enriquecido con la experiencia del VI Sínodo Arquidiocesano de Bogotá, proyecto que responde a la complejidad pastoral de la gran Ciudad.

Las Diócesis de Engativá, Soacha y Fontibón fueron creadas por Su Santidad Juan Pablo II, el 6 de agosto de 2003, mediante Bula Pontificia Ad Efficacius Providendum, segmentando su territorio de la Arquidiócesis de Bogotá. Esta bula les da autonomía. Son dirigidas por obispos.

La Diócesis Urbana de Engativá comprende las localidades de Engativá y Suba y el municipio de Cota. Tiene una extensión de 132,6 kilómetros cuadrados, en los que viven aproximadamente 1,5 millones de habitantes. La integran 55 parroquias. El Obispo actual es Monseñor Héctor Gutiérrez Pabón.

La Diócesis Urbana de Fontibón comprende las localidades de Fontibón y Kennedy. Tiene una extensión de 133 kilómetros cuadrados, en los que viven aproximadamente 1.356.000 habitantes. La integran 55 parroquias. El Obispo actual es Monseñor Enrique Sarmiento Ángulo.

La Diócesis Urbana de Soacha comprende los municipios de Soacha, Bosa y Sibaté. Tiene una extensión de 832.384 kilómetros cuadrados, en los que viven aproximadamente 779.875 habitantes. La integran 32 parroquias. El Obispo actual es Monseñor Daniel Caro Borda.

## **1.6 METODOLOGÍA**

**1.6.1 Tipo de investigación:** La investigación realizada en este proyecto, es una investigación aplicada de campo, con base en encuestas y entrevistas, la información recopilada es cualitativa y cuantitativa, descriptiva y explicativa.

Describe una serie de hechos, para lograr alcanzar cada uno de los objetivos específicos y así mismo, los hechos u observaciones analizados.

**1.6.2 Métodos de investigación:** Los métodos básicos utilizados en la investigación son deductivo, inductivo, analítico y sintético, de acuerdo a la necesidad que cada elemento requiera o se disponga de información, para utilizar el método que sea conveniente.

El método inductivo en esta investigación se hizo por medio de encuestas personales, permitiendo generalizar el comportamiento, la frecuencia de compra y las inquietudes de los clérigos.

Para una información fácil de entender es necesario utilizar los métodos analítico y sintético, porque proporcionan profundidad a cada capítulo, mostrando nivel de manejo, técnicas, construcción de ideas, que contribuyen al desarrollo del proyecto.

**1.6.3 Fuentes de información:** La fuente principal es la fuente primaria, porque la información documentada es poca, las encuestas se realizaron con base en la

técnica del muestreo entre los potenciales clientes para lograr información que la competencia no suministra directamente.

**1.6.3.1 Fuentes primarias:** Visitas, consultas directas a los clientes potenciales y a las tiendas eclesíásticas en la ciudad de Bogotá, como: Ornamento litúrgico, Camisas y vestidos Chevalier, Casa del sacerdote, Fábrica de artículos religiosos Luís H. Hernández, Sastrería Eclesiástica Vidal Acosta, parroquias, 1 curia zonal y seminarios que están en la zona.

Sondeo con sacerdotes de la Diócesis Urbana de Engativá, para conocer sobre los ornamentos religiosos como son las características, tipo de tela, diseños a utilizar en los bordados, frecuencia de compra de los sacerdotes diocesanos o, en su efecto de la comunidad a la que pertenecen, precios que en este momento pagan, y en general, las condiciones de adquisición de estos artículos.

Visita a tiendas eclesíásticas para conocer sobre tipo de telas, diseños, precios, tiempo de entrega de los ornamentos etc.

**1.6.3.2 Fuentes secundarias:** Las fuentes secundarias consultadas son para fines académicos, en ningún momento se pretende hacer plagio, desconocer los derechos de autor y la propiedad intelectual. Las fuentes a utilizar en este proyecto de grado son: páginas en Internet, directorio telefónico, catálogos, libros, revistas, documentos.

**1.6.4 Presentación de la información:** La investigación utiliza la tabulación de las encuestas para consolidar la información primaria obtenida, esta información muestra los resultados cuantitativos, con el fin de interpretar y analizar la información y entregar resultados cualitativos.

Con base en la realización de los estudios para el plan de negocios, las disposiciones legales vigentes y la necesidad de la población encuestada, se da lugar finalmente a una identificación formal de las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades del proyecto.

## **1.7 ANTECEDENTES Y MARCO DE REFERENCIA**

Este trabajo de grado es la mejora al proyecto realizado en la asignatura de Evaluación de Proyectos cursada en el semestre II-2007 donde se realizó la evaluación y formulación de un proyecto de creación de empresa para la fabricación y comercialización de ornamentos sacerdotales en la diócesis urbana de Engativá ampliándolo a nivel de la Arquidiócesis de Bogotá, y los respectivos estudios de mercado, financiero, administrativo y legal.

Se realizaron visitas a las tiendas eclesiósticas para investigar a la competencia, lugares de venta de las materias primas a utilizar para futuros proveedores, y los diferentes sitios que son fundamentales para la investigación y realización del proyecto.

Al realizar las diferentes consultas sobre todo la consulta virtual, en las páginas investigadas se encontró que no se ha desarrollado ningún estudio previo sobre esta línea de negocio en el sector textil y de confecciones, es más, la información sobre esto es muy escasa, no existe documentación y estudios que sirvan de parámetro.

A nivel mundial el mercado de los ornamentos litúrgicos lo lidera Italia, en Roma se presenta la mayor producción de estas vestiduras con todos los accesorios, le sigue España junto con algunos países europeos, en América, existe producción en Estados Unidos, México, Perú y Chile.

En Colombia se encuentra la producción de estos artículos en las comunidades religiosas. En Bogotá funcionan unas siete tiendas eclesíásticas como el Apostolado Litúrgico, Chevalier, Luís H. Hernández, entre otros, y están ubicados en la zona centro y Chapinero.

A la vez existen conventos de comunidades religiosas femeninas dedicados a la producción de los ornamentos, los cuales no tienen una estrategia adecuada para sorprender a sus clientes, se limitan a confeccionar los productos y lo único diferente que tienen son los bonos promocionales para regalo.

Los clientes potenciales de los productos son los seminaristas, diáconos, y sacerdotes, en general todo el clero, con gustos y necesidades exigentes ya que al comprar los ornamentos no les preocupa el precio, si no el estar muy bien presentados para las ceremonias religiosas y destacarse en llevar adecuadamente el producto.

El estado de la situación actual es la poca oferta que existe en el mercado eclesíástico de los ornamentos religiosos, ya que los oferentes son escasos y se ve reflejado en los precios de estos artículos.

Con este proyecto se desea saber la viabilidad de la creación de una empresa para la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la Diócesis Urbana de Engativá, ofreciendo calidad, diseños personalizados, innovación a precios cómodos y excelente atención al usuario.

La mayor dificultad para el Clero de esta zona es el desplazamiento hacia la zona Centro y Chapinero por sus compromisos, obras sociales, actividades propias del ministerio, y que no hay en la Diócesis Urbana de Engativá un lugar de diseño, confección, producción, comercialización, distribución y venta para estos productos indispensables en las celebraciones litúrgicas.

**1.7.1 Economía colombiana:** La economía colombiana<sup>6</sup> en el 2007 tuvo un crecimiento del 7.5% del PIB, el más alto de los últimos 30 años, porcentaje que también se vió reflejado en el valor de la inversión extranjera en el país y las remesas que llegaron al país de los colombianos que viven y trabajan en el exterior.

Esto traducido en cifras, representa para la economía colombiana más de USD \$13.500 millones de dólares, según el informe del Banco de la República al congreso en marzo de 2008, a las remesas y a la llegada de inversión extranjera, se atribuye en buena parte la fuerte revaluación del peso.

En el 2007, Colombia recibió inversión extranjera directa por USD \$ 9.028 millones de dólares, que equivale al 5,3% del Producto Interno Bruto nacional. Superó en 2.564 millones de dólares la alcanzada en 2006 y es la más alta en toda la historia del país. Los sectores petrolero, industrial, financiero, minero y comercial, fueron en su orden, los mayores receptores de esos recursos.

En el transcurso del 2007 los colombianos que viven y trabajan en el exterior enviaron al país 4.493 millones de dólares, comparada con el año anterior hubo un crecimiento de 15,5 %.

El petróleo fue la primera fuente de ingreso de divisas del país, en segundo lugar la remesas, después sigue en su respectivo orden el carbón, el café y el ferroníquel.

Otros sectores con un considerable crecimiento fueron la construcción, el transporte, las comunicaciones, la industria. El crecimiento de estos sectores fue

---

<sup>6</sup> Informe de la Junta del Banco de la Republica al Congreso. Recuperado el 8 de abril de 2008, [http://www.banrep.gov.co/documentos/junta-directiva/informe-congreso/2008/marzo\\_2008.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/junta-directiva/informe-congreso/2008/marzo_2008.pdf).

así: La construcción 13,31%, el transporte, almacenamiento y comunicación 12,48% y la industria manufacturera 10,62%.

El comercio muestra altos niveles de consumo en los colombianos, pues su crecimiento en los últimos 12 meses fue de 10.40% por ciento, un poco más alto que el de 2006.

La economía colombiana en el año 2007 tuvo un crecimiento del 7.5% mayor a la de México 3,3%, Brasil con 5,4%, Estados Unidos con 2,2%, Ecuador con 1,8%, solo superada por Venezuela con 8,4%, Argentina con 8,7%, y Perú con 8,99%.

## 17.2 INDICADORES ECONÓMICOS 2007

Tabla 1. Indicadores Financieros

CONCEPTO	VALOR O PORCENTAJE
PIB Producto Interno Bruto	7.5%
DTF al 31 de diciembre	9.15%
DESEMPLEO	11.1%
PROMEDIO DE LA TASA REPRESENTATIVA	2.076.75
INFLACIÓN	5,69%
SALARIO MÍNIMO	\$461.500
SUBSIDIO DE TRANSPORTE	\$55.000
REVALUACIÓN PROMEDIO AÑO 2007	7.22%
IPC Índice de precios al consumidor 2007	5.69%
EXPORTACIONES	46.5%
IMPORTACIONES	25.7%
BALANZA COMERCIAL	US\$824,3 millones
Impuesto de Renta 2007	34%
Impuesto de Renta 2008 y años siguientes	33%
Meta de inflación del Banco de la República	4%

Fuente: Consolidado basado en varias fuentes de Internet, cuadro realizado por la autora del proyecto

**1.7.3 PIB Producto Interno Bruto:** El informe del banco cuenta que desde el año 2002 la economía colombiana muestra un comportamiento que se ha venido expandiendo y a partir de 2004 el crecimiento del PIB se ubica por encima de los promedios históricos, el crecimiento económico de 2007 (7,5%) fue superior a la proyección del Banco y al observado en 2006.

**1.7.4 DTF Depósito a Término Fijo:** La DTF es uno de los más importantes indicadores de referencia con el que el sector financiero determina sus costos de captación y los ingresos por colocaciones en sus operaciones financieras, que tuvo un incremento en el año 2007 del 9,15%

**1.7.5 Desempleo:** La cifra del desempleo según el informe del Banco de la República, es menor en 1,9 puntos porcentuales frente a la registrada en igual periodo de 2006, cuando se ubicó en 11,8%. En las trece principales ciudades, la tasa de desempleo fue 10,3% (en diciembre de 2006 se situó en 12,8%). En el período Enero 2007 – Diciembre 2007, la tasa de desempleo promedio fue 11,1% de acuerdo con el informe presentado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Dane).

**1.7.6 Tasa Representativa del mercado:** En el 2007 la Tasa Representativa del Mercado, tuvo un promedio de \$2.076,75, durante todo el año registró descenso. Así, la revaluación entre diciembre de 2006 y el mismo mes de 2007 alcanzó un 10% (reducción de \$224). Al 31 de diciembre de 2006 la TRM era de \$2.238,79, informó el Emisor.

En diciembre de 2007 la TRM, cerró en \$2.014,76 representando una depreciación de \$45,66 a la del mes de noviembre que fue de \$2.060,42.

**1.7.7 Inflación:** El mayor registro de la inflación en el año fue de 6,26% en el mes de abril, hasta septiembre bajó 5,01%, luego en octubre aumentó un 5,16% hasta fin de año manteniendo una disposición creciente.

**1.7.8 Salario mínimo:** Para el 2008 el salario mínimo mensual en Colombia tuvo un reajuste del 6,4% desde el primero de enero, quedando en \$461.500 pesos. El subsidio de transporte en \$55.000 pesos, que equivale a un incremento del 8,2%. Sumados los dos valores de \$516.500, siendo el aumento total del 6,6%.

El subsidio de transporte tuvo un incremento del 8,2 por ciento lo reciben los trabajadores que devengan hasta dos salarios mínimos mensuales. El aumento en el subsidio de transporte fue de \$4.200 pesos, con lo cual el auxilio pasó de \$50.800 pesos a \$55.000 pesos. El salario mínimo mensual en el 2007 fué de \$433.700 pesos tuvo un incremento de \$461.500 pesos, el incremento equivale a \$27.800 pesos.

**1.7.9 IPC Índice de Precios al Consumidor:** El IPC,<sup>7</sup> en diciembre de 2007, presenta que la inflación anual fue de 5.69%, estando dentro del rango-meta establecido por la Junta Directiva del Banco de la República, pero situándose por encima del dato observado en diciembre de 2006 (4%).

**1.7.10 Importaciones:** Las importaciones se incrementaron 25,7% en el 2007, de USD\$ 26.162 millones a USD\$ 32.897 millones: estas cifras representan mayores compras realizadas en calderas, máquinas y partes 37,5%, vehículos y partes 34,8%, aparatos y materiales eléctricos de grabación o imagen 16,3%, fundición, hierro o acero con el 36,4% y cereales con el 37,2%.

**1.7.11 Exportaciones:** Las exportaciones aumentaron en un 46,5%, USD\$ 3.119,4 millones, ésto debido a las exportaciones no tradicionales.

**1.7.12 Balanza Comercial:** Durante 2007 se registró déficit en la balanza comercial colombiana de US\$824,3 millones. Los mayores superávits se registraron con Venezuela, Estados Unidos, Ecuador y Países Bajos. El déficit más alto se presentó con México, China y Brasil.

---

<sup>7</sup> [http://www.dane.gov.co/files/ses/ses\\_2007/24\\_28\\_dic07.pdf](http://www.dane.gov.co/files/ses/ses_2007/24_28_dic07.pdf) recuperado el 8 de abril de 2008

En el mes de diciembre de 2007, se registró superávit en la balanza comercial colombiana de US\$521,7 millones, por su parte, en igual mes de 2006, se registró déficit de US\$91,1 millones FOB.

**1.7.13 Impuestos:** En los dos primeros meses de 2007 el recaudo por impuestos<sup>8</sup> llegó a 10 billones 60 mil millones de pesos, cifra que representa un crecimiento del 26% con respecto a los 7,9 billones del mismo período de 2006; el director de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN informó que esa cifra de 10 billones representa un sobrecumplimiento de la meta fijada para el primer bimestre.

En el caso del impuesto de renta se recaudaron 4 billones 416 mil millones de pesos, un 26,6% más que en el primer bimestre de 2006. La meta era de 3,9 billones de pesos sobrepasándose en 499 mil millones de pesos, que equivalen a un 112,7%

Sobre el IVA el recaudo llegó a \$2 billones 948 mil millones de pesos, siendo un 26,6% más que lo recogido entre enero y febrero de 2006. En este caso la meta era de \$2,5 billones de pesos, creciendo en \$418 mil millones, que corresponde a un 116,5% de sobrecumplimiento.

En cuanto al impuesto 4 Por Mil a los Movimientos Financieros el recaudo fue de 483 mil millones de pesos, un 19,1% más que en los dos primeros meses de 2006, con respecto a la meta fijada el sobrecumplimiento es del 104% y en dinero fue de \$18 mil millones de pesos.

El comportamiento de los impuestos externos también mostró un crecimiento del

---

<sup>8</sup> <http://web.presidencia.gov.co/sp/2008/enero/14/04142008.html> recuperado el 8 de abril de 2008

19,95%, al llegar en febrero a un billón 995 mil millones de pesos. Por aranceles el recaudo fué de 593 mil millones y por IVA a las importaciones 1,4 billones de pesos.

## **1.8 ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES**

**1.8.1 Evolución del sector:** Durante los últimos años los textileros colombianos han tenido dificultades que afectaron notoriamente sus ingresos la causa, la revaluación y el contrabando de productos asiáticos que llegan desde Panamá. A esto se suma una nueva dificultad y es la debilidad de las exportaciones de este sector frente a la situación política de Venezuela.

Teniendo en cuenta la importancia que este sector representa para la economía nacional se señalan las perspectivas durante los próximos meses. La industria textil colombiana cuenta con un significativo número de empresas que fabrican gran cantidad de productos finales y se diferencian entre sí.

Según la información presentada por el DANE, las actividades con mayor crecimiento fueron prendas de vestir y confecciones, con un porcentaje en producción en el año 2007 de 28,76% y en ventas de 38,25% y la producción de calzado de 10,45%, y ventas de 16,22%.

Otra actividad que aumentó fué hilatura, tejedura y acabado de productos textiles con un 9,33%, y en ventas de 0,8%. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo informó que entre enero y septiembre de 2007, las exportaciones en este sector fueron de \$324,4 millones; hacia Venezuela 45%, Estados Unidos y Ecuador 14% y Perú 8%.

**Tabla 2. Variación anual (%) de la producción y las ventas**

CLASES INDUSTRIALES	PRODUCCIÓN		VENTAS	
	REAL	NOMINAL	REAL	NOMINAL
Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles	9,85	9,33	1,42	0,80
Otros productos textiles	2,05	10,19	0,91	9,06
Tejidos y artículos de punto y ganchillo	-0,21	4,13	7,69	12,38
Prendas de vestir, confecciones	20,08	28,76	29,03	38,25

FUENTE: DANE. Boletín de prensa. Muestra Mensual Manufacturera – octubre de 2007. Bogotá D.C., 19 de diciembre de 2007.

**1.8.2 Perspectivas del sector:** El 2007 fué uno de los años más difíciles para los empresarios de los textiles y de las confecciones, por las importaciones desde China que afectaron los resultados en el mercado interno, disminuyendo los ingresos por exportaciones, y la terminación del acuerdo multifibras puso a las confecciones colombianas a competir de igual a igual con los productos chinos, lo que trajo consigo que las ventas a Estados Unidos no aumentaran.

El algodón, la principal materia prima del sector textil, ha presentado en los mercados internacionales una desviación por subsidios aplicados por países como Estados Unidos que disminuyen los precios por debajo de los costos. Si se firma el Tratado de Libre Comercio, Estados Unidos le venderá a Colombia algodón sin pagar arancel, con lo cual se aumentará la competitividad en el mercado interno y externo.

Por la invasión de productos chinos, la industria textil ha solicitado la aplicación de medidas de garantía y está intentando unir esfuerzos para que las aduanas frenen el ingreso de textiles a precios tan bajos.

Dada la actual coyuntura económica colombiana e internacional, se considera que la situación de las empresas del sector dependerá de las exportaciones y del país en que concentren la mayoría de sus ventas, con menos riesgos las que venden la mayor parte de su producto en Colombia. Las perspectivas no son muy claras, sin embargo, para las empresas que exportan la mayor parte de su producto hacia los Estados Unidos y/o Venezuela se ve lo siguiente: Hacia los Estados Unidos, porque al aprobar el TLC con Colombia puede significar la apertura de nuevos mercados y la materialización de nuevas oportunidades comerciales.

Hacia Venezuela, porque la crisis diplomática entre ambos países terminará por generar consecuencias comerciales para Colombia, sobre todo si Venezuela decide sustituir las importaciones textiles por mercancías mexicanas. Sin embargo, las empresas que exporten hacia otros países pueden ver mejorados sus ingresos en el corto plazo como consecuencia de la devaluación que generará la salida de capitales del país como consecuencia de la crisis en los Estados Unidos.

El sector textil y de la confección en Colombia es uno de los más importantes de la nación, representa el 9% del PIB, 24% del empleo en manufactura y 7% del total de las exportaciones. El gobierno efectuó reformas económicas durante principios de los 90s para abrir la economía del país a la inversión extranjera reduciendo los aranceles, estableciendo desregulación financiera, privatización de empresas del estado y una tasa de cambio más flexible. La industria de textiles y confecciones dispone de un alto crecimiento, se beneficia de sistemas especiales de exportación e importación, la organización empresarial de este sector se caracteriza por tener gran cantidad de microempresas y pequeñas empresas.

## CAPÍTULO 2

### 2. ESTUDIO DE MERCADOS

El objetivo de este estudio de mercados es establecer el comportamiento de compra de los clientes para los ornamentos litúrgicos a producir, la disposición de los clérigos para pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada y poder elaborar la proyección de ventas, la forma de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstos, la identificación de los canales de distribución a utilizar, y la ventaja competitiva.

#### 2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

El siguiente análisis es el resultado de las encuestas realizadas a los clérigos de la Diócesis Urbana de Engativá. Formato de encuesta ver anexo A

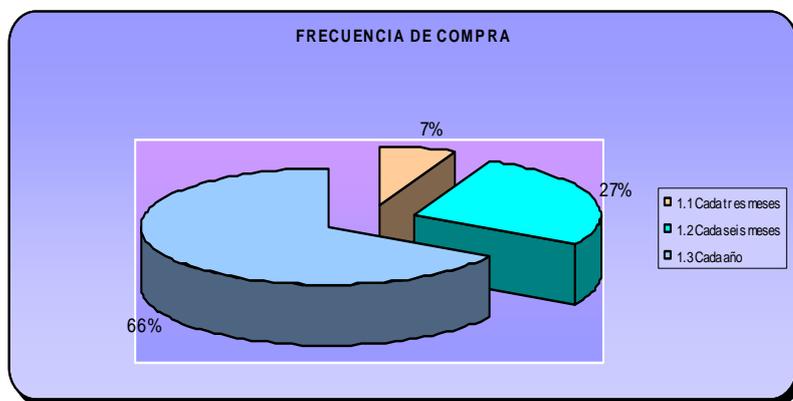
**2.1.1 Mercado objetivo:** El mercado objetivo de los ornamentos litúrgicos son los sacerdotes y clérigos, los cuales utilizan estos productos en los oficios religiosos; en el caso de las albas, el mercado objetivo abarca desde los seminaristas que están iniciando su carrera, porque desde el primer año deben utilizarlas en las ceremonias.

**2.1.2 Justificación del mercado:** El mercado de los ornamentos litúrgicos es poco conocido y explorado, por estas razones en la actualidad existen pocas empresas dedicadas a la confección de estos productos.

#### 2.1.3 COMPORTAMIENTO DE LOS ORNAMENTOS LITÚRGICOS

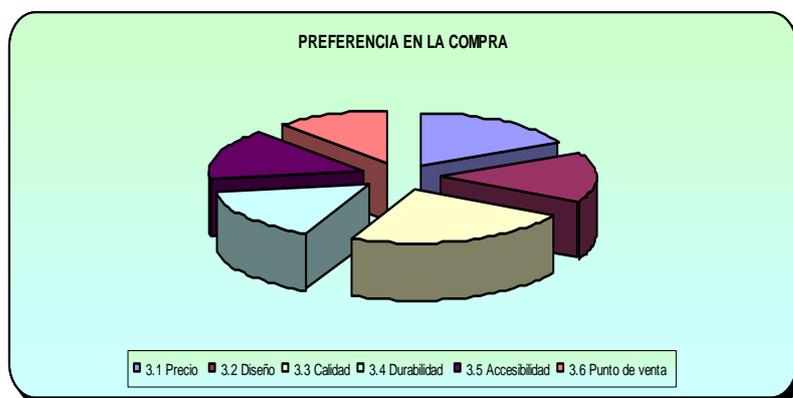
El resultado de las encuestas arroja que la frecuencia de compra de los ornamentos litúrgicos es de cada año, y los lugares donde más compran son

Chevalier, Ornamento Litúrgico, Apostolado Litúrgico.



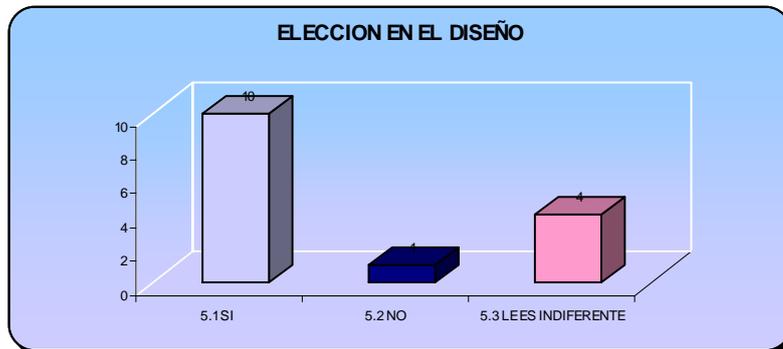
Gráfica 1

Al realizar la compra los factores que más tienen en cuenta son la calidad y durabilidad, en cuanto al grado de satisfacción es normal.



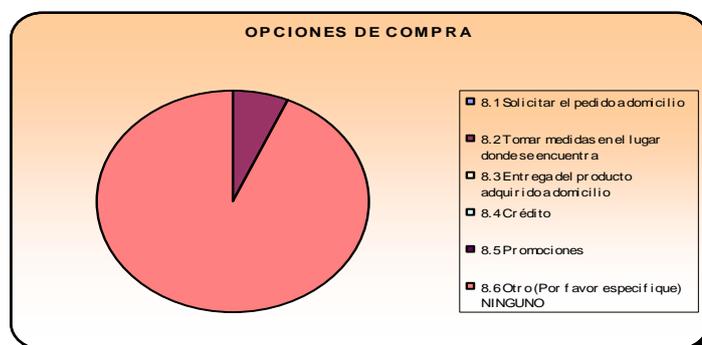
Gráfica 2

A los sacerdotes encuestados les llama mucho la atención el poder participar en el diseño del motivo bíblico en las casullas y estolas.



**Gráfica 3**

En cuanto al precio que pagan por cada uno de los ornamentos, es el siguiente: Estola sencilla con aplique \$80.000, estola sencilla bordada \$100.000, doble con aplique \$ 95.000, doble con bordado \$ 115.000; en lo referente a las casullas el precio pagado es: Casulla con aplique \$ 350.000, casulla bordada \$ 650.000, casulla con galón \$750.000; y las albas: alba sencilla \$90.000, alba calada \$100.000.



**Gráfica 4**

Al momento de comprar ninguna tienda eclesiástica les ofrece solicitar y entregar el pedido a domicilio, también el tomar las medidas en el lugar donde se encuentren, tampoco les ofrecen crédito no mayor a 30 días, ni promociones. El tiempo promedio de entrega del pedido es de 8 días, a veces se demoran más.



**Gráfica 5**

Si pudieran cambiar algo al momento de adquirir los ornamentos está el desplazamiento al lugar de compra, el tiempo de entrega y los precios.

### **2.1.3.1 FICHA TÉCNICA ENCUESTA ORNAMENTOS LITÚRGICOS**

<b>Universo:</b>	<b>Sacerdotes Diócesis de Engativá</b>
<b>Tamaño Muestra:</b>	25 Sacerdotes
<b>Máximo margen de error:</b>	3% y un nivel de confianza del 97%. Este margen de error es aplicable sólo a los resultados totales de la encuesta.
<b>Método de Muestreo:</b>	Entrevista personal
<b>Fecha de Aplicación:</b>	Del 25 de abril al 8 de mayo de 2008
<b>Tasa de Respuesta:</b>	98% Se hicieron personalizadas a cada uno entregando el cuestionario.

**No. de preguntas formuladas: 10**

**Tabla 3. RESULTADO ENCUESTAS**

<b>PREGUNTA</b>	<b>MAYOR RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FRECUENCIA DE COMPRA	CADA AÑO	67%
LUGAR DE COMPRA	CHEVALIER	40%
CARACTERISTICA MAS IMPORTANTE	CALIDAD	68%
GRADO DE SATISFACCION	NORMAL	73%
ELECCIÓN EN EL DISEÑO	SI	67%
PRECIO ESTOLAS	\$80.000	65%
PRECIO CASULLAS	\$350.000	65%
PRECIO ALBAS	\$100.000	65%
POSIBILIDADES DE COMPRA	NINGUNA	93%
TIEMPO DE ENTREGA	8 DÍAS	53%
CAMBIOS AL REALIZAR LA COMPRA	DESPLAZAMIENTO	67%

FUENTE: ENCUESTAS REALIZADAS POR LA AUTORA DEL PROYECTO

**2.1.4 Estimación del mercado:** La Arquidiócesis de Bogotá se divide en cinco Zonas Pastorales Episcopales compuesta por 232 parroquias en total. La Diócesis de Engativá, con un total de 55 parroquias, Diócesis de Fontibón con un total de 55 parroquias y Diócesis de Soacha con 32. Para un total de 374 parroquias. Es reiterable, que este proyecto se ha realizado, enfocando la investigación en la Diócesis Urbana de Engativá, para iniciar las actividades, posteriormente ampliar el mercado a la Arquidiócesis de Bogotá y las otras Diócesis Urbanas. Ver anexo B Base de Datos parroquias de la Arquidiócesis y de la Diócesis de Engativá.

**2.1.5 Consumo aparente:** El resultado en las encuestas arroja que los sacerdotes compran una vez al año los ornamentos, cabe anotar que utilizan los productos según el tiempo litúrgico, esto hace que realicen compras de los productos como la casulla y la estola en los cuatro colores litúrgicos.

**2.1.6 Ventaja competitiva:** La ventaja competitiva<sup>9</sup> de SANTAMARIA EU esta orientada a ofrecer a los clérigos productos confeccionados con materias primas de alta calidad, a un precio menor o igual al de la competencia, la empresa estará ubicada cerca al cliente, en cuanto al servicio se hará personalizado, llegar hasta donde está el cliente a tomar y llevar el pedido y la reducción en los tiempos de realización de cada producto, además de brindarle la opción de diseñar el símbolo litúrgico.

## **2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Oportunidad de explorar un negocio en todas sus dimensiones, el cual es muy poco conocido y la competencia es muy escasa. En cuanto a la competencia, la oferta de los ornamentos litúrgicos en Bogotá y en general en el país, se concentra en los conventos religiosos femeninos y sastrerías eclesiásticas, los cuales confeccionan y directamente entregan al cliente el producto terminado.

Estas empresas se dedican a la fabricación y comercialización de artículos religiosos y prendas eclesiásticas. Se determinó que las empresas que actualmente fabrican y comercializan ornamentos litúrgicos en la ciudad de Bogotá, son:

- Ornamento litúrgico
- Camisas y vestidos Chevalier
- Casa del sacerdote
- Fábrica de artículos religiosos Luís H. Hernández
- Sastrería Eclesiástica Vidal Acosta

---

<sup>9</sup> LAMBING PEGGY, KUEL CHARLES, Empresarios pequeños y medianos Capítulo 11 La ventaja competitiva pág.158 año 1998

**2.2.1 Participación en el mercado:** Estas empresas cubren alrededor del 85% del mercado local, ya que también existen conventos de comunidades religiosas femeninas dedicadas a la confección de estas prendas, sólo que estas lo hacen sobre pedido del cliente.

**2.2.2 Políticas de Ventas:** Actualmente estas empresas tienen las siguientes políticas de ventas: Crédito a 30 días, bonos promocionales.

**2.2.3 Distribución:** En las diferentes visitas realizadas a estos almacenes se constató que la entrega del producto lo hacen directamente en los puntos de venta.

**2.2.4 Identificación de competidores, productos y precios:** A continuación se relaciona la información suministrada por la competencia sobre los ornamentos litúrgicos. Los precios de cada artículo, en cada almacén varían de acuerdo al tipo de tela y el tamaño en el motivo del diseño.

**Tabla 4. Ornamento Litúrgico**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>PRECIO</b>
ESTOLA	SENCILLA BORDADA A MANO	LINO FLEX	\$80.000
ESTOLA	DOBLE BORDADA A MANO	LINO FLEX	\$110.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO LABRADO	\$650.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO LABRADO	\$700.000
ALBA	SENCILLA	LINO FLEX	\$85.000
ALBA	CALADA	LINO FLEX	\$120.000

**Tabla 5. Camisas y Vestidos Chevalier**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>PRECIO</b>
ESTOLA	SENCILLA BORDADA A MANO	LINO POLIESTER	\$80.000
ESTOLA	DOBLE BORDADA A MANO	LINO POLIESTER	\$120.000
CASULLA	BORDADA	LINO POLIESTER	\$240.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO POLIESTER	\$750.000
ALBA	SENCILLA	LINO POLIESTER	\$90.000
ALBA	CALADA	LINO POLIESTER	\$100.000

**Tabla 6. Casa del Sacerdote**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>PRECIO</b>
ESTOLA	SENCILLA CON APLIQUE	LINO	\$75.000
ESTOLA	DOBLE CON APLIQUE	LINO	\$95.000
CASULLA	CON APLIQUE	LINO	\$250.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO	\$550.000
ALBA	SENCILLA	LINO	\$95.000
ALBA	CALADA	LINO	\$120.000

**Tabla 7. Fábrica de artículos religiosos Luís H. Hernández**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>PRECIO</b>
ESTOLA	SENCILLA BORDADA	LINO	\$95.000
ESTOLA	DOBLE BORDADA	LINO	\$115.000
CASULLA	BORDADA	LINO	\$350.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO	\$950.000
ALBA	SENCILLA	LINO	\$100.000
ALBA	CALADA	LINO	\$130.000

**Tabla 8. Sastrería eclesiástica Vidal Acosta**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>PRECIO</b>
ESTOLA	SENCILLA BORDADA	LINO	\$85.000
ESTOLA	DOBLE BORDADA	LINO	\$120.000
CASULLA	BORDADA	LINO	\$350.000
CASULLA	TELA Y GALÓN IMPORTADO	LINO	\$980.000
ALBA	SENCILLA	LINO	\$100.000
ALBA	CALADA	LINO	\$140.000

**FUENTES:** Información recopilada en las visitas realizadas a los almacenes por la autora del proyecto.

## 2.3 ESTRATEGIAS DE MERCADO DE SANTA MARIA EU

Ofrecer productos y servicios con características similares a la competencia pero con innovación en los diseños bíblicos, ofreciéndoles que los mismos sacerdotes diseñen los símbolos de sus ornamentos, con productos de alta calidad y a buen precio.

Conocer el comportamiento del mercado que buscan los clientes en esta clase de productos y como se puede satisfacer sus necesidades.

Diseñar productos altamente competitivos y de mejor calidad que los ofrecidos en el mercado.

Brindar excelente atención al cliente, tanto interno como externo, porque es la razón de ser de la empresa.

### 2.3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

Los ornamentos litúrgicos son las vestiduras que usan los clérigos en los oficios religiosos, estos son objetos religiosos que los distinguen y que utilizan para desempeñar su labor en las ceremonias. Hay algunas, como la casulla y la estola que son propias de los ministros ordenados. Ver Anexo B.

**2.3.1.1 Características de los productos:** Los ornamentos litúrgicos<sup>10</sup> como las Casullas y Estolas son confeccionadas en los cuatro colores litúrgicos (blanco, rojo, verde, morado), siendo la variación en el precio fundamentalmente por el tipo de tela que se vaya a utilizar: si es nacional o importada, los hilos para bordar y la complejidad del diseño.

---

<sup>10</sup> [www.corazones.org/biblia\\_y\\_liturgia/liturgia/vestimenta\\_liturgica.htm](http://www.corazones.org/biblia_y_liturgia/liturgia/vestimenta_liturgica.htm) recuperado el 14 de abril de 2008

Los precios que a continuación se mencionan son el resultado arrojado por el estudio financiero y de evaluación económica.<sup>11</sup>

**2.3.1. 2 Colores litúrgicos:** Son utilizados en los ornamentos como la Casulla y la Estola según el tiempo litúrgico.

- **Blanco:** Fiestas de Nuestro Señor Jesucristo, María Santísima, santos no mártires. Símbolo de gloria, alegría, inocencia, pureza del alma.
- **Rojo:** Viernes Santo, Pentecostés, Fiestas de Apóstoles y mártires. Significa fuego de la caridad y la sangre derramada por Cristo.
- **Verde:** Tiempo ordinario del año. Significa esperanza.
- **Morado:** Adviento y Cuaresma. Signo de humildad y penitencia.

**2.3.1.3 Descripción básica y significado de los productos:** Los productos que se quieren promocionar tienen un significado específico, por lo que pertenecen a la religión católica. Los materiales a utilizar principalmente son nacionales.

**2.3.1.3.1 Casulla:** La Casulla es la vestidura externa del sacerdote, se utiliza por encima del alba y la estola. Simboliza el yugo de Cristo y significa caridad.

Bordadas a máquina en hilos de oro y de algodón, confeccionadas en lino nacional, (\$250.000 a 500.000), ancho 160 cm, largo 135 cm, colores: Blanco, Rojo, Verde, Morado, diámetro cuello 68 cms., tipo cuello: redondo enrollado, plano, acabado: estola interna o sin estola.

---

<sup>11</sup> Nota del autor del proyecto de grado

**2.3.1.3.2 Alba:** El Alba es el vestuario de todos los ministros en la celebración litúrgica, desde el presidente hasta los acólitos. Tiene un sentido bautismal: la pureza del alma lavada por el bautismo. Se utiliza con cíngulo a la cintura. Los colores son blanco y beige.

#### **2.3.1.3.2.1 Clases de Albas**

**2.3.1.3.2.1.1 Alba Calada:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, bordado a máquina, diseño en la parte inferior y en las mangas; talla: extralarga, larga, Media, pequeña (\$85.000 – \$150.000)

**2.3.1.3.2.1.2 Alba Sencilla:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, sin aplicaciones y sin diseños, cierre al centro en la parte delantera; talla: extralarga, larga, media, pequeña (\$71.000 – 85.000)

**2.3.1.3.3 Estola:** La Estola que es el ornamento litúrgico en forma de banda larga y estrecha que deben llevar los ministros ordenados como son los Diáconos y Clérigos. Simboliza la autoridad sacerdotal. Los Obispos y Sacerdotes la llevan sobre el alba, colgando del cuello hacia el frente y sostenida por el cíngulo. Los diáconos la visten sobre el hombro izquierdo y la fijan a la derecha de la cintura.

#### **2.3.1.3.3.1 Clases de Estolas**

**2.4.1.3.3.1.1 Estola de Presbítero:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, terminado en capucha honda plana, redondo, en V, diseños bíblicos bordados a máquina, 20 cms, de ancho, 160 cms de largo, colores litúrgicos. Sencilla (\$60.000 a 85.000), Doble (\$75.000 a \$100.000)

**2.3.1.3.3.1.2 Estola de Diacono:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, no tiene terminación porque esta va sobre el hombro, diseños bíblicos bordados a máquina, 20 cms, de ancho, 160 cms de largo, colores litúrgicos. Sencilla (\$60.000 a 85.000), Doble (\$75.000 a \$100.000)

## **2.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

Entregar a nuestros clientes productos de excelente calidad, diseño y acabado, reflejado en las materias primas utilizadas en los ornamentos.

Estos materiales serán inicialmente nacionales, en el mediano plazo importarlos, con la opción de que a su gusto los Sacerdotes hagan los diseños de las aplicaciones. El canal de distribución que utilizara la empresa será:

**2.4.1 Fabricante – Cliente Directo:** La empresa entregara el producto directamente a los clérigos, se hará la entrega de productos al sitio donde lo especifique el cliente, sin intermediarios, la empresa va a visitar al cliente, hace su pedido y luego se hace la entrega en el sitio a convenir.

## **2.5 ESTRATEGIAS DE PRECIO**

Manejar un precio competitivo con base a los precios manejados por la competencia, la estrategia de fijación de precio de la empresa será la de un precio menor o igual al de la competencia ofreciendo precios justos y cómodos, basados en los costos de producción de cada ornamento.

El recaudo de la cartera se facilita por la capacidad económica de la mayoría de los clientes; se realizaría pago contra entrega, en ocasiones a solicitud del cliente se daría plazo de 45 días.

## **2.6 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS**

La materia prima se consigue desde un metro de largo hasta 10 metros, y de ancho desde 1 metro hasta 2 metros, existen puntos de venta donde se encuentran telas a bajo costo, y ofrecen descuento por volumen de compra y promociones del día, el crédito es ofrecido después de fidelizar al cliente. Se maneja un inventario del 10% de las materias primas compradas.

## **2.7 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

La empresa inicialmente cubrirá la Diócesis Urbana de Engativá, extendiéndose a corto plazo a la Arquidiócesis de Bogotá, se ofrecerá un catalogo con los diferentes productos, características, precios, forma de pedido, de pago, de entrega que se realizará puerta a puerta, con el nombre, dirección, teléfono, correo electrónico y pagina Web.

Ofrecer a nuestros clientes, paquetes, que incluyan los productos con descuento especial, de un mismo color, según el tiempo litúrgico.

Tarjetas de presentación y catalogo de productos con información de la empresa Ver anexo C y D.

## **2.8 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Para desarrollar la labor comercial la empresa diseñará y hará circular tarjetas de presentación.

En el mediano plazo realizar la creación de un sitio web para brindar información clara y detallada de los ornamentos como precios tallas y símbolos en los bordados.

## 2.9 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Se tomará y entregará el pedido en el lugar que el cliente disponga, si en algún momento el producto no cumple con la expectativa del Clérigo, se hará devolución del dinero.

## 2.10 POLÍTICA DE CARTERA

Se puede dar crédito de hasta 45 días, el cliente deberá abonar entre el 30% al 50% del ornamento en el momento de hacer el pedido y el saldo lo cancela en el plazo acordado.

Tabla 9. PRESUPUESTO ESTUDIO DE MERCADOS

DESCRIPCION	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
Facturero	500	110	55.000
Hoja carta membrete	500	110	55.000
Tarjetas de prestación	500	120	60.000
Sobres	500	85	42.500
Sello	3	13.500	40.500
Folletos	500	600	300.000
Bonos	500	350	175.000
Orden de pedido	500	100	50.000
Transporte pedido y entrega de producto	65	3000	195.000
TOTAL			973.000

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR LA AUTORA DEL PROYECTO

## 2.11 PROYECCIÓN DE VENTAS

En la tabla de proyección de ventas se muestra la cantidad a vender por cada ornamento y el total, el precio de venta que se encuentra allí, es el resultado del Presupuesto de Ventas, Costos e Inventarios realizado en el estudio financiero.

**Tabla 10. PROYECCIÓN DE VENTAS**

NOMBRE PRODUCTO A PRODUCIR	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>Cantidades</b>						
ALBAS	30	360	396	436	479	527
PRECIO DE VENTA	85.343	77.910	75.783	73.753	71.817	69.969
<b>INGRESOS POR VENTA ALBAS</b>	<b>2.560.285</b>	<b>28.047.667</b>	<b>30.009.884</b>	<b>32.126.970</b>	<b>34.411.935</b>	<b>36.878.956</b>
ESTOLAS	25	300	300	330	350	364
PRECIO DE VENTA	76.809	70.119	75.025	73.016	73.782	76.030
<b>INGRESOS POR VENTA ESTOLAS</b>	<b>1.920.214</b>	<b>21.035.750</b>	<b>22.507.413</b>	<b>24.095.227</b>	<b>25.808.951</b>	<b>27.659.217</b>
CASULLAS	15	180	180	198	210	218
PRECIO DE VENTA	341.371	311.641	333.443	324.515	327.920	337.912
<b>INGRESOS POR VENTA CASULLAS</b>	<b>5.120.569</b>	<b>56.095.334</b>	<b>60.019.768</b>	<b>64.253.939</b>	<b>68.823.870</b>	<b>73.757.912</b>
<b>TOTAL CANTIDAD ORNAMENTOS</b>	<b>70</b>	<b>840</b>	<b>876</b>	<b>964</b>	<b>1.039</b>	<b>1.109</b>
<b>PRECIO PROMEDIO DE VENTA</b>	<b>182.877</b>	<b>166.950</b>	<b>178.630</b>	<b>173.847</b>	<b>175.671</b>	<b>181.025</b>
<b>TOTAL CANTIDAD VENTAS ORNAMENTOS</b>	<b>12.801.424</b>	<b>140.238.334</b>	<b>156.480.109</b>	<b>167.519.198</b>	<b>182.494.561</b>	<b>200.782.135</b>

FUENTE: PROYECCIÓN REALIZADA POR LA AUTORA DEL PROYECTO

El Proyecto de factibilidad para la fabricación y comercialización de ornamentos sacerdotales en inicialmente en la Diócesis Urbana de Engativá y posteriormente hacia la Arquidiócesis de Bogotá y las otras dos Diócesis Urbanas, arroja unos resultados viables en cuanto a que es un tema por trabajar arduamente y viable para desarrollar y poner en marcha una empresa nueva e innovadora en el mercado.

El proyecto puede describirse en términos de crecimiento y expansión al ofrecer innovación, precios competitivos y control de calidad del producto.

El enfoque de calidad, la satisfacción simultánea de todos los involucrados que el proyecto afecta: propietario, clientes y empleados, En cuanto al precio, se puede manejar un margen de ganancia bueno, y se pueden ofrecer productos con un valor menor al que se encuentra en el mercado.

## CAPÍTULO 3

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

Analiza la función de producción, identifica alternativas que permiten lograr los objetivos y cumplir con las normas técnicas, diseño de tecnología apropiada, los responsables son los que contribuyen a la selección de la alternativa óptima.

**3.1 Características técnicas de los ornamentos:** Inicialmente se empezarán a fabricar los principales ornamentos como son:

#### 3.1.1 Casullas:

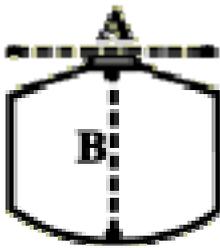


FIGURA 1. PATRON CASULLA

Bordadas a máquina en hilos de oro y de algodón, confeccionadas en lino nacional, ancho 160 cms, largo 135 cms, colores litúrgicos, diámetro cuello 68 cms., tipo cuello: redondo enrollado, plano, acabado: estola interna o sin estola, bordado total 110 cms, 20 cms de ancho y largo 35cms en el pecho y la espalda.

#### 3.1.2 Albas:

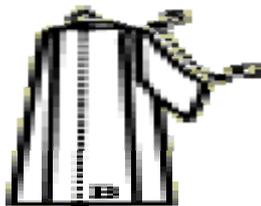


FIGURA 2. PATRON ESTOLA

Confeccionadas en lino nacional o lino poliéster, tallas S, M, L, XL, XXL longitud desde la base del cuello a la tapa del zapato, la medida es de 60 centímetros menos que la altura total de la persona y desde el hombro hasta la muñeca, es la longitud de la manga. El promedio de tela que se va en cada una es de 250 cms, la tela es blanca o beige, puede llevar calado que es un bordado en la misma alba, va en las mangas y un poco arriba del dobladillo inferior.

**3.1.2.1 Alba Calada:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, el calado bordado a máquina, diseño en la parte inferior y en las mangas; tallas: S, M, L, XL, XXL.

**3.1.2.2 Alba Sencilla:** Tela: Lino poliéster, lino nacional, talla: extralarga, larga, media, pequeña.

### 3.1.3 Estolas

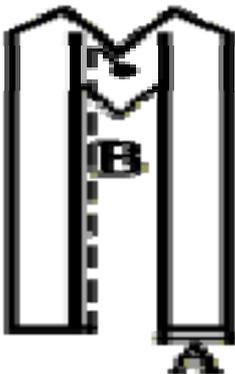
#### 3.1.3.1 Estola diaconal cruzada:



Tela: Lino poliéster, lino nacional, bordado a máquina, 170 cms total, 15 cms, de ancho, 155 cms de largo, colores litúrgicos. Bordado es tamaño total de 50 cms Ancho 10 cms, largo 40 cms.

FIGURA 3. PATRON ESTOLA DIACONO

#### 3.1.3.2 Estola sacerdotal:



Tela: Lino poliéster, lino nacional, bordado a mano o máquina, cuello terminado en capucha honda plana, redondo, en V, medidas: 180 cms, total, 20 cms, de ancho, 160 cms de largo, colores litúrgicos. Bordado total 70 cms, ancho 15cms, largo 55 cms

FIGURA 4. PATRON ESTOLA SACERDOTE

#### 3.1.4 Bordados:



Símbolo litúrgico de los que se colocan en las casullas y las estolas, el tamaño de estos son en promedio de medida hoja tamaño carta y media carta, cabe anotar

FIGURA 5. PATRON BORDADO

que en las casullas pueden ser un poco más grandes que el tamaño carta.

### **3.2 ESTADO DE DESARROLLO**

Hasta este momento se ha investigado precios, clases y costos de las materias primas más importantes como son las telas, los hilos, tamaño de los diseños y el valor de los bordados

Para la confección de los ornamentos los procesos son diseño, dibujo corte y confección, coser y filetear la tela para cada uno de los dibujos litúrgicos, la mayoría son bordados a mano esto hace que se incremente el precio para el cliente final, pero con las maquinas bordadoras es mas fácil.

El análisis del mercado de Ornamentos litúrgicos ha permitido conocer las oportunidades para fabricar y comercializar los ornamentos, el mercado es poco competido y cerrado, la innovación y el valor agregado está en el diseño que se aplica para satisfacer los gustos y las necesidades de los Sacerdotes en la Diócesis Urbana de Engativá, ofreciéndoles diseños, excelente calidad, atención al cliente y entrega personalizada.

### **3.3 PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO**

Se han hecho investigaciones con sacerdotes y ellos han ayudado a conocer la competencia y qué les ofrecen, precios y qué les gustaría, además se han visitado tiendas eclesíásticas donde la información que proporcionan es muy escasa por eso se ha acudido a los beneficiarios directos, se han cotizado las maquinas, las materias primas, insumos, tecnología, proveedores etc. (mas adelante esta discriminado cada uno), opciones de empresas patrocinadoras en el inicio de un negocio, leasing, bancos entre otros.

Se realizaron encuestas con sacerdotes de la Diócesis para conocer más de cerca el producto, precios que ellos pagan, frecuencia de compra de cada uno o en su efecto de la comunidad a la que pertenecen.

Búsqueda de información de las especificaciones y precios de los productos como lo son materias primas, maquinaria, competencia etc., utilización de fuentes primarias como visitas, consultas directas a los clientes potenciales y a las tiendas eclesióásticas, fuentes secundarias, páginas en Internet, directorio telefónico, catálogos, etc. Investigación en las diferentes entidades para la constitución y puesta en marcha del proyecto.

### **3.4 PROCESO DE PEDIDO Y PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS**

#### **3.4.1 Definición del proceso de pedido**

3.4.1.1 El proceso se inicia una vez se ha realizado la venta a un cliente nuevo y finaliza una vez realizada la entrega.

3.4.1.2 Los involucrados en el proceso son las áreas Comercial (Vendedor), área de Producción (diseñador de los dibujos litúrgicos y de cada uno de los ornamentos, y los operarios de las máquinas).

3.4.1.3 Las salidas del proceso son la programación para la entrega al lugar donde indique el cliente.

3.4.1.4 La entrada del proceso consiste en llamadas telefónicas o visitas, según el caso, realizadas a las parroquias o lugares donde se encuentre el Sacerdote.

3.4.1.5 Inicialmente se contaría con una persona que sería la encargada de hacer la gestión comercial.

3.4.1.6 Este proceso cuenta con subprocesos que sería la parte operativa y realización de cada uno de los productos.

### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PEDIDO

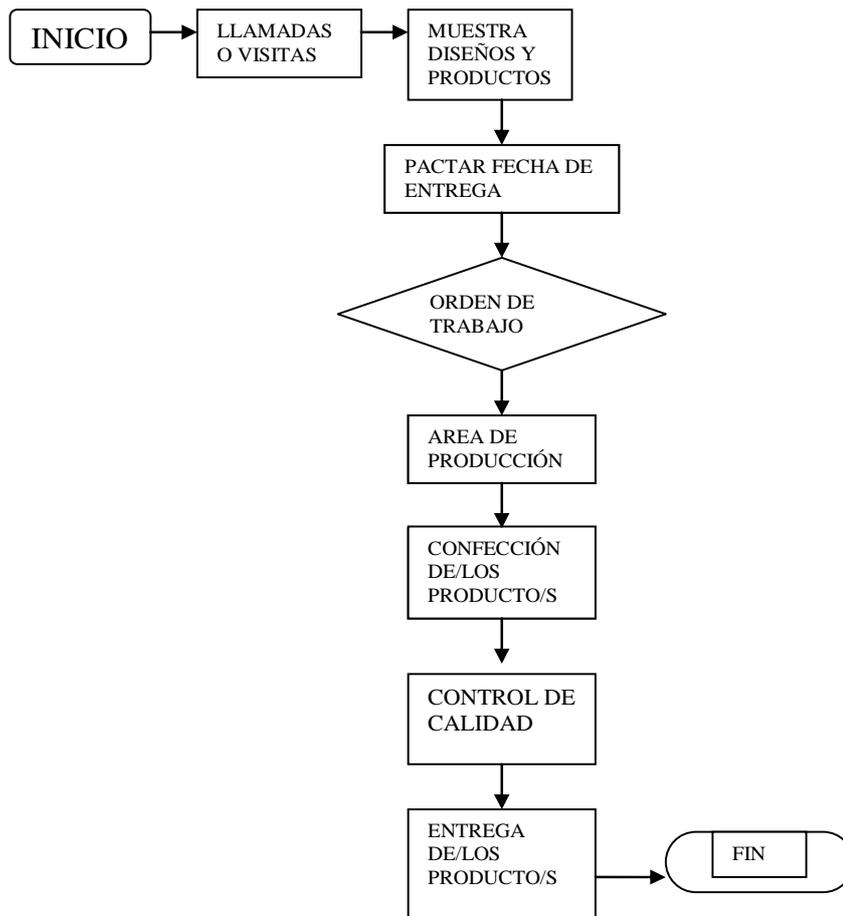


FIGURA 6. FLUJOGRAMA DE PEDIDOS

### 3.4.2 Definición del proceso de producción

3.4.2.1 Se toman los elementos necesarios para hacer el producto (patrón, tela, hilos, imagen en el caso de las casullas y estolas).

3.4.2.2 Se calca en la tela el patrón del producto a realizar

3.4.2.3 Luego se hace el corte en la tela en el caso de las albas

3.4.2.4 Se ensamblan las diferentes partes y luego se filetean para dar un acabado excelente que no corra el peligro de descoserse

3.4.2.5 En el caso de las estolas y casullas se calca en la tela el patrón, se borda la imagen, o se hacen los apliques de la imagen según el caso, luego se filetea la prenda y se hacen los diferentes acabados que tenga.

3.4.2.6 Pasa a control de calidad de confección

3.4.2.7 Luego planchado ornamento

3.4.2.8 Empaque ornamento

3.4.2.9 Entrega del ornamento al clérigo.

### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

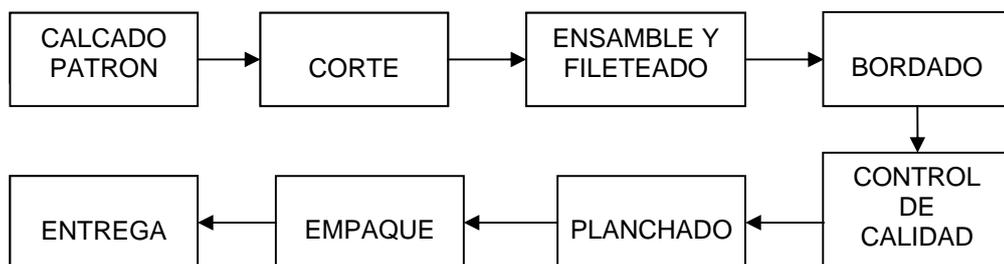


FIGURA 7. FLUJOGRAMA DE PROCESO EN LA CONFECCION DE ORNAMENTOS

### **3.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS**

A continuación se relacionan los elementos necesarios para la confección de los ornamentos litúrgicos.

**3.5.1 Materias primas:** La Materia prima e insumos básicos para la fabricación de los ornamentos litúrgicos son: lino, hilo, cremallera. A continuación se relacionan los precios manejados por los futuros proveedores y algunos de los proveedores con los que se trabajará:

**3.5.1.1 Telas:** La medida de la unidad de compra es por rollos desde un metro hasta 2 metros de ancho y de largo desde 1 metro hasta diez metros.

**LAFAYETTE:** El precio manejado por este almacén va por la medida de la tela que va desde metro y medio. Lino 9000: desde \$13.000 a \$16.000

**COMERCIALIZADORA DE TELAS:** Los precios suministrados por este almacén son por metro. Lino 9000: \$7.300.

**3.5.1.2 Hilos:** Por ser prendas de alta costura la clase de hilo a utilizar es el hilo de oro. Hilos para la confección 100% poliéster y 100% algodón, hilos para bordar 100% poliéster

**HILOS LUNITA** Hilo de oro \$4.500 a 8.000 según gramaje

**GÜTERMAN** Hilo de oro \$4.000 a 9.500 según gramaje

**3.5.1.3 Cremallera:** Cremallera invisible es que al coserlas a la prenda, se esconden tras la tela, asomando sólo el deslizador.

Medidas: (20-22-30-35-50-60) cms, cremallera en Nylon \$1.500.

Los proveedores facilitan la adquisición de las materias primas con créditos de 30, 60, 90 días, esto lo hacen después de un tiempo de fidelizar al cliente.

**3.5.2 MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA:** La siguiente es la relación de la maquinaria y tecnología a utilizar.

**3.5.2.1 Bordadora PFAFF CREATIVE 2134:** \$8.166.400, Máquina de coser y bordar, selección de puntadas y bordados, por pulsación con pantalla informativa, 100 programas de costura, incluye punto de cruz, alfabeto, 4 tipos de ojales, puntada de 9 mm. De largo, enhebrador automático, control del hilo superior e inferior, bastidor de 225mm x 140mm.

OPCIONAL.

- 3D Creative Smart Card Station II (grabador lector de tarjeta) \$382.800
- Personal Creative Smart Card (Tarjeta virgen): \$191.400

**3.5.2.2 PFAFF COVERLOCK 4852:** \$3.381.400, Máquina fileteadora. Diseñada para filetear todo tipo de materiales. Trabaja con dos agujas, filete de dos, tres, cuatro y cinco hilos con puntada de seguridad. 18 programas de costura diferentes. Con costura cover o de recubrimiento de 5 mm.

Adicionalmente trae la costura de punto cadeneta doble. Graduación de largo y ancho de la puntada. Transporte diferencial. La fuerza de penetración es controlada electrónicamente. Luz en zona de costura, Viene con accesorios, forro protector y manual de manejo. Ver anexo E

Fuente: Datos suministrados vía Internet por Tejemanaje LTDA.

### 3.5.2.3 MESA PARA CONFECCIÓN:

- En madera formica blanca, totalmente desarmable, con tuercas y tornillos
- Dimensiones 2 x 1.54 Mts
- Con cajón para hilos
- Valor \$150.000 Ver anexo F

### 3.5.3 MUEBLES Y ENSERES

Tabla 11. Relación muebles y enseres

RELACION DE MUEBLES Y ENSERES	ESPECIFICACIONES TECNICAS MARCAS O REFERENCIAS	CANTIDAD	VALOR	VALOR
			UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIO	ARDECA-GERENTE	1	250.000	250.000
ESCRITORIO	ARDECA-FUNCIONAL	2	200.000	400.000
SILLAS GIRATORIAS	INDUMARL-ERGONOMICA CON BRAZOS	3	70.000	210.000
MESA	AUXILIAR	1	80.000	80.000
ARCHIVADOR	TRES GAVETAS	1	400.000	400.000
TELEFONOS	PANASONIC	2	150.000	300.000
FAX	PANASONIC	1	400.000	400.000
<b>TOTALES</b>				<b>2.040.000</b>

FUENTE: CONSOLIDADO DE VISITAS REALIZADAS A VARIOS ALMACENES DE CADENA POR LA AUTORA DEL PROYECTO

### 3.5.4 INSUMOS Y HERRAMIENTAS

**3.5.4.1 Equipo de confección:** Contiene tijeras para cortar diferentes tamaños, dedales, agujas para coser y bordar, cinta métrica, tiza para marcar, papel molde, enhebrador de agujas. \$300.000

**3.5.4.2 Equipo de planchado:** Plancha \$ 40.000, Mesa de plancha \$25.000

**3.5.4.3 Papel molde:** El papel utilizado en confecciones es el papel manifold servirá para realizar los patrones antes de llevarlos a la tela, suele ser un papel fino, que permite un mejor manejo, y translucido, para poder calcar patrones en el caso de que sea necesario. Se consigue en papelerías y se puede reemplazar por algún papel parecido. Pliego \$200. Ver Anexo F

**Tabla 12. PLAN PRODUCCIÓN**

ACTIVIDAD	ALBAS	ESTOLAS	CASULLAS
CALCADO PATRON	15	10	20
CORTE	30	10	15
CONFECCIÓN	30	15	20
BORDADO	5	10	10
CONTROL DE CALIDAD	10	5	10
PLANCHADO	10	2	5
EMPAQUE	5	5	5
ENTREGA	70	70	70
TIEMPO EN MINUTOS	175	127	155
HORAS HOMBRE	3	2	3

FUENTE: Los tiempos calculados en el plan de producción, son con base en las ventas mensuales y el tiempo laborado por las operarias, realizados por la autora del proyecto.

**TABLA 13. RELACION MATERIA PRIMA PRODUCTO**

PRODUCTO			
MATERIA PRIMA	ALBA	ESTOLA	CASULLA
LINO	2 MTS	1 1/2 MTS	3 1/2 MTS.
HILO	4 MTS	3 MTS	7 MTS
CREMALLERAS	1	0	0
BORDADO	0	2	2
BOLSAS	1	1	1
MARQUILLAS	3	3	3

**TABLA NO. 10**

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto

**3.6 POLÍTICA DE COMPRAS:** Las políticas de compra que maneja Santa María, serán las siguientes:

3.6.1 Para la realización de una compra será necesario tres cotizaciones, de las cuales se seleccionara la mejor opción.

3.6.2 Para toda compra que se realice se emitirá una orden de compra, debidamente autorizada por el gerente

3.6.3 La periodicidad de la compra de materia prima, elementos de cafetería, papelería y aseo se efectuarán de acuerdo a las necesidades, requerimientos y capacidad de almacenamiento que tiene la empresa.

**TABLA 14. ELEMENTOS DE ASEO, CAFETERIA Y PAPELERIA**

DESCRIPCION	CANTIDAD MENSUAL	V/UNITARIO	V/TOTAL
<b>ELEMENTOS DE ASEO</b>			
Escoba	0,17	2.000	2.334
Traperos	0,17	2.000	333
Guantes	0,33	1.700	567
Recogedor	0,17	2.000	333
Baldes	0,17	2.400	400
JabónTocador	0,17	1.500	250
Papel Higienico	6,00	1.000	6.000
Toallas para manos	1,00	2.000	2.000
Jabón en polvo	1,00	3.000	3.000
Jabón para loza	1,00	2.000	2.000
Esponja	1,00	700	700
Ambientador	2,00	2.000	4.000
Clorox	2,00	2.500	5.000
<b>Subtotal</b>		<b>24.800</b>	<b>26.917</b>
<b>ELEMENTOS DE CAFETERIA</b>			
Botellón de agua	1,00	5.000	5.000
vasos	10,00	1.000	10.000
<b>Subtotal</b>		<b>6.000</b>	<b>15.000</b>

<b>UITILES Y PAPELERIA</b>			
Resmas de Papel	2,00	8.000	16.000
Esferos	6,00	600	3.600
Lapices	3,00	400	1.200
Tajalapiz	1,00	300	300
Borradores	3,00	300	900
Corrector Liquido	2,00	1.000	2.000
CD	10,00	1.000	10.000
Ganchos para Cosedora	0,80	3.000	2.400
Clips	4,00	800	3.200
Sobres blancos	25,00	50	1.250
Sobre manila	20,00	50	1.000
Pegante	1,00	900	900
Cartucho de Impresora	0,50	80.000	40.000
Marcadores	2,00	1.000	2.000
Carpetas	20,00	300	6.000
Carpetas Colgantes	20,00	400	8.000
Ganchos para legajar	5,00	1.200	6.000
Tijeras	5,00	800	4.000
Perforadora	2,00	3.000	6.000
Cosedora	0,50	5.000	2.500
Sacaganchos	1,00	1.800	1.800
Regla	1,00	800	800
Libretas	2,00	1.200	2.400
<b>Subtotal</b>		<b>111.900</b>	<b>122.250</b>
<b>TOTAL GASTOS DIVERSOS PRIMER AÑO</b>			<b>1.467.000</b>

FUENTE: Presupuesto realizado por la autora del proyecto

**TABLA 15. PLAN DE COMPRA MATERIA PRIMA**

MATERIA PRIMA	LINO	PRECIO X UND
METRO	7	12.000

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
LINO	METRO						
Cantidades a comprar	7	70	840	849	859	868	878
Precio Unitario de compra	12.000		12.000	13.200	14.520	15.972	17.569
<b>SUBTOTAL</b>		840.000	10.080.000	11.209.968	12.466.605	13.864.112	15.418.279
%de inventario final de M.P			84	85	86	87	88
% de incremento anual de consumo de M.P				10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR DE PONDERACION</b>				1,1%	1,1%	1,1%	1,1%

MATERIA PRIMA	HILO	PRECIO X UND
CONO	2	5.000

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
HILO	CONO						
Cantidades a comprar	5	5	60	61	61	62	63
Precio Unitario de compra	5.000		5.000	5.500	6.050	6.655	7.321
<b>SUBTOTAL</b>		25.000	300.000	333.630	371.030	412.622	458.877
%de inventario final de M.P			6	6	6	6	6
% de incremento anual de consumo de M.P		10%		10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR DE PONDERACION</b>				1,1%	1,1%	1,1%	1,1%

MATERIA PRIMA	CREMALLERAS	PRECIO X UND
UNIDAD	25	5.000

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
CREMALLERAS	METRO						
Cantidades a comprar	25	25	300	303	307	310	313
Precio Unitario de compra	1.500		1.500	1.650	1.815	1.997	2.196
<b>SUBTOTAL</b>		37.500	450.000	500.445	556.545	618.934	688.316
%de inventario final de M.P			30	30	31	31	31
% de incremento anual de consumo de M.P		10%		10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR DE PONDERACION</b>				1,1%	1,1%	1,1%	1,1%

MATERIA PRIMA	BORDADOS	PRECIO X UND
UNIDAD	40	5.000

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
BORDADOS	METRO						
Cantidades a comprar	40	40	480	485	491	496	501
Precio Unitario de compra	5.500		5.500	6.050	6.655	7.321	8.053
<b>SUBTOTAL</b>		220.000	2.640.000	2.935.944	3.265.063	3.631.077	4.038.121
%de inventario final de M.P			48	49	49	50	50
% de incremento anual de consumo de M.P		10%		10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR DE PONDERACION</b>				1,1%	1,1%	1,1%	1,1%

MATERIA PRIMA	BOLSAS	PRECIO X UND
UNIDAD	70	5.000

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
BOLSAS	UNIDAD						
Cantidades a comprar	70	70	840	849	859	868	878
Precio Unitario de compra	3.500		3.500	3.850	4.235	4.659	5.124
<b>SUBTOTAL</b>		245.000	2.940.000	3.269.574	3.636.093	4.043.699	4.496.998
%de inventario final de M.P			84	85	86	87	88
% de incremento anual de consumo de M.P		10%		10%	10%	10%	10%
<b>FACTOR DE PONDERACION</b>				1,1%	1,1%	1,1%	1,1%

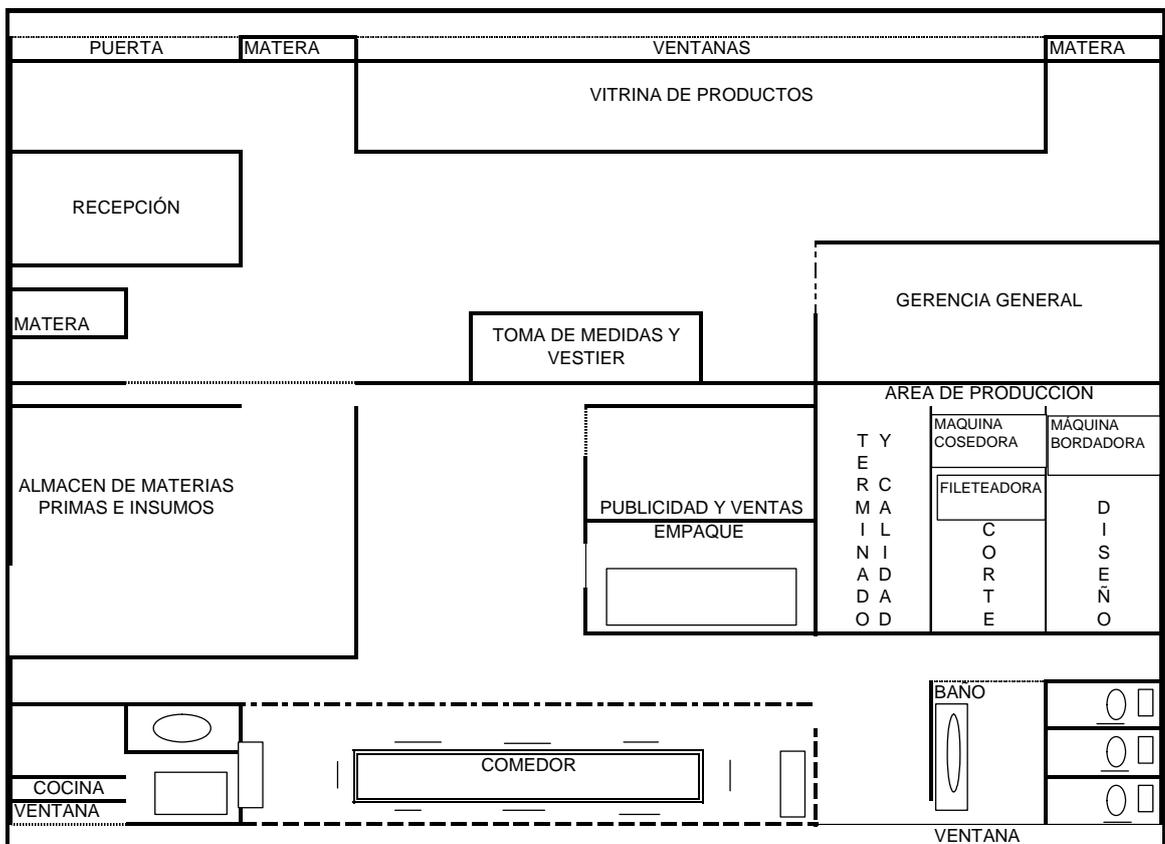
  

MATERIA PRIMA	MARQUILLAS	PRECIO X UND
UNIDAD	210	500

FUENTE: Presupuesto realizado por la autora del proyecto

### 3.7 UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL Y PLANTA

**3.7.1 Acondicionamiento del área de trabajo:** En el planograma se ve la distribución requerida en el espacio físico para que el punto de venta y la planta de producción ajustándose a las necesidades requeridas por la empresa. Estará ubicada en la Diagonal 84 G No. 72 C 58, barrio Minuto de Dios en Bogotá.



**FIGURA 8. PLANOGRAMA**

FUENTE: DISEÑO REALIZADO POR LA AUTORA DEL PROYECTO

El estudio técnico define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, como son el proceso de producción, el tamaño del proyecto, la localización del proyecto, la ubicación del proyecto y la distribución de planta. Ver anexo G

También muestra que es viable constituir la empresa comprando las máquinas que se necesitan para la confección de los ornamentos, con esto se ahorraría la mano de obra en los bordados a mano y se pueden ofrecer ornamentos a un precio más económico, incrementándole calidad inicialmente sería sin infraestructura propia.

Presenta alternativas con mayor grado de factibilidad con respecto a determinación del proceso de producción, necesidades de mano de obra y materia prima que reduzcan el grado de incertidumbre para el desarrollo viable del proyecto.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO LEGAL**

El estudio administrativo ofrece la información para la identificación de necesidades administrativas, de infraestructura para el desarrollo normal de las labores en: planeación, personal, adquisiciones, información, comunicación, finanzas, cartera, etc.

### **4.1 MODELO ADMINISTRATIVO**

#### **4.1.1 Cultura organizacional**

**4.1.1.1 Misión:** SANTA MARIA EU buscará ser líder en el mercado de los ornamentos litúrgicos, satisfaciendo las necesidades de los clérigos ofreciendo productos de excelente calidad e innovación.

Basados en el desarrollo del Talento Humano, seleccionado, capacitado y remunerado con los más altos estándares del mercado y la incorporación de tecnología avanzada, desarrollará productos integrales para fomentar relaciones con sus clientes de confianza y permanencia.

**4.1.1.2 Visión:** Ornamentos litúrgicos SANTA MARIA EU será en el año 2012 reconocida como una empresa altamente competitiva a nivel Bogotá, con excelente eficiencia, gran calidad y diferenciación en sus productos.

#### **4.1.1.3 Principios**

- **Rectitud:** La empresa en sus actividades trabajará conforme a los principios éticos y a las normas legales.
- **Responsabilidad:** La empresa reconoce su responsabilidad frente a sus clientes, equipo de trabajo y sociedad en general.

- Cumplimiento: La empresa conoce que al cumplir con el cliente externo e interno consigue excelentes resultados

#### **4.1.1.4 Valores**

- Innovación: Satisfaciendo necesidades reales mediante ideas originales.
- Calidad: Cumpliendo el compromiso de entregar lo mejor.
- Seguridad: Asegurando altos estándares en todo lo que hacemos.
- Respeto: Cuidando a la gente, a las comunidades y al medio ambiente.
- Apertura: Escuchando las ideas de los demás y alentando un diálogo abierto

#### **4.1.1.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

**4.1.1.5.1 Política de calidad:** Hacer de la Calidad la piedra angular del éxito y los productos ofrecidos a los clérigos serán reconocidos por esto.

En la empresa, desarrollar un “Sistema de Calidad” el cual cubre cada aspecto de la producción y comercialización de los ornamentos, desde la obtención de materias primas hasta llegar a los clientes finales. Todo defendido por una constante innovación en los diseños, el compromiso con la Calidad incluye a todos los integrantes de la compañía.

**4.1.1.5.2 Políticas administrativas y recursos humanos:** Las políticas de recursos humanos que maneja la empresa Santa María, serán las siguientes:

Para realizar una contratación, la persona se presenta con hoja de vida y documentos necesarios para realizar el contrato (cédula, pasado judicial, certificaciones laborales, personales.

La gerencia general de la empresa se encargará de contratar el personal requerido.

La persona contratada deberá firma un contrato de trabajo donde se especifican el cargo, las funciones del cargo, sueldo y obligaciones tanto del empleado como de la empresa

Se dará capacitación al personal nuevo y la inducción de las normas y políticas de la empresa, así como sus funciones y atribuciones.

El horario de trabajo será el siguiente: Lunes a viernes de 8:00 A.M. a 5:00 P.M. con 1 hora de almuerzo. En los momentos que se requiera los sábados de 8:00 a.m. 12.00 m.

La empresa tendrá registrado todos los datos de los empleados para llevar un mejor control de su personal.

**4.1.1.6 Razón social:** Ornamentos litúrgicos **SANTA MARIA EU**

**4.1.1.7 Objeto social:** Diseño, corte, confección y comercialización de ornamentos litúrgicos y objetos religiosos.

**4.1.1.8 Actividad de la empresa:** La actividad económica de la empresa es la producción y comercialización de ornamentos litúrgicos y objetos religiosos.

**4.1.1.9 Análisis DOFA:** En la siguiente tabla se muestra el análisis DOFA, para la Empresa Santa María.

**Tabla 16. DOFA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negocio poco conocido.</li> <li>▪ Precios bajos</li> <li>▪ Calidad en los productos.</li> <li>▪ Participación del cliente en el producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Empresa nueva</li> <li>▪ Información escasa, respecto al producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posicionarse en el mercado ofreciendo una empresa totalmente diferente a las existentes</li> <li>▪ Realización de informes que la gente pueda acceder a conocerlos.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expectativa hacia la empresa por parte del cliente</li> <li>▪ Idea diferente para la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos</li> <li>▪ Mercado poco competido en la zona</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Experiencia de la competencia.</li> <li>▪ Materia prima y producto acabado importado.</li> <li>▪ Línea de productos diversa.</li> <li>▪ Monopolio del mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A mediano plazo ofrecer todos los ornamentos litúrgicos para las celebraciones litúrgicas.</li> <li>▪ Expansión hacia la ciudad de Bogotá y a nivel nacional.</li> </ul>

FUENTE: ANÁLISIS REALIZADO POR LA AUTORA DEL PROYECTO

#### **4.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**4.1.2.1 Tamaño de la empresa:** El resultado del análisis realizado sobre las necesidades de mano de obra, número de horas trabajadas, necesidades de maquinaria y nivel de inversión; se determinó que el proyecto es una microempresa.

La estructura organizacional en la empresa es jerárquica, buscando el trabajo en equipo, con un líder que coordina todas las actividades, para llegar al cumplimiento de la meta propuesta, consiguiendo de cada persona del equipo de trabajo, el mejor rol que pueda desempeñar, su especialidad y habilidad en lo que se necesite, generando sentido de pertenencia y participación.

#### 4.1.2.2 ORGANIGRAMA

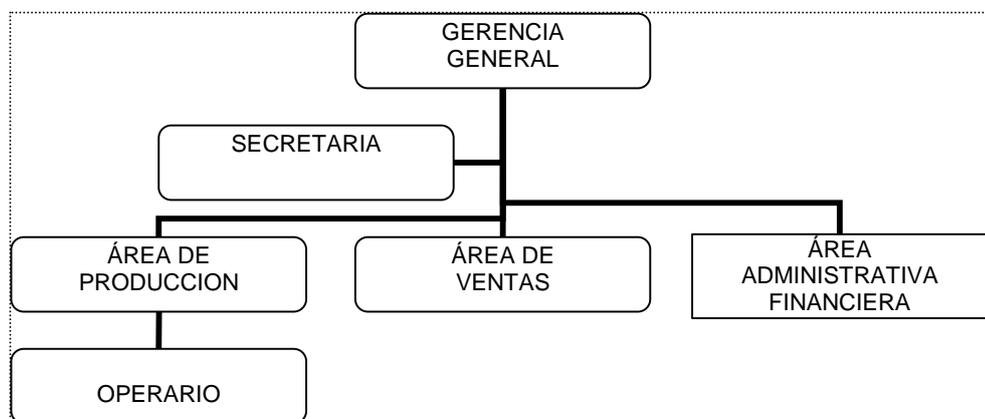


FIGURA 9. ORGANIGRAMA

En cuanto al Talento Humano se quiere cambiar el esquema de Jefe-subordinado, por colaborador del equipo de trabajo, porque se genera pertenencia y compromiso con la empresa.

El Contador se hará contrato por honorarios por valor de \$200.000 mensuales estará dos veces al mes en la empresa realizando las actividades propias del cargo.

La persona encargada de servicios generales será contratada por días y realizara sus funciones dos veces por semana, se le cancelará \$200.000 mensuales

### **4.1.3 ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **4.1.3.1 Perfil del cargo**

**4.1.3.1.1 Gerencia general:** Profesional en Administración de Empresas, preferiblemente con especialización en Finanzas o Administración, con conocimiento y experiencia en el sector textil y de confecciones, en cargos gerenciales y capacidad de liderazgo.

**4.1.3.1.2 Producción:** Operario en confección textil, 2 años de experiencia en el cargo, conocimientos básicos en sistemas, diseño, corte, confección y bordado a máquina y modistería. Manejo de máquina plana, fileteadora experto en tejido de punto.

Mantener un estricto control de calidad en la ejecución de procesos, minimizando los costos y maximizando los recursos del diseño, corte y confección de cada uno de los ornamentos. Dos personas

**4.1.3.1.3 Ventas y Publicidad:** Esta área la constituyen todas las actividades relacionadas con la comercialización y la publicidad de los ornamentos litúrgicos, en la Diócesis Urbana de Engativá, creando estrategias de captura y posicionamiento en el mercado objetivo del proyecto; coordinar todas las operaciones de comercialización publicitaria de los distintos productos, así como las que tienen que ver con el lanzamiento de productos nuevos o promocionales

Personal para trabajar en el área de ventas y publicidad, con capacidad para detectar oportunidades en mercados locales, rapidez y perspectiva estratégica. Eficiencia en el diagnóstico de formas de retención de clientes y reducción de costos de mercadeo. Asesoría, seguimiento, y cierres efectivos de ventas, muy activo y con iniciativa comercial

**4.1.3.1.4 Secretaria:** Con mínimo un año de experiencia, conocimientos contables, manejo de sistemas, office y excelente presentación personal.

**4.1.3.1.5 Mensajero:** Hombre preferiblemente con experiencia con conocimientos en el manejo de documentación, que conozca de direcciones, con sentido de responsabilidad y discreción.

**4.1.3.2 Funciones del cargo:** Las funciones específicas para cada cargo son:

**4.1.3.2.1 Gerencia General:** Coordinar los equipos de trabajo, orientar la dirección de la Empresa en sus diferentes áreas, definir y planear las metas y objetivos a largo, mediano y corto plazo. Salario: \$1.500.000

**4.1.3.2.2 Producción:** Mantener un estricto control de calidad en la ejecución de procesos, minimizando los costos y maximizando los recursos del diseño, corte y confección de cada uno de los ornamentos. Salario: \$650.000

**4.1.3.2.3 Ventas y Publicidad:** Detectar oportunidades en mercados locales rapidez y perspectiva estratégica, eficiencia en el diagnóstico de formas de retención de clientes y reducción de costos de mercadeo. Asesoría, seguimiento, y cierres efectivos de ventas, muy activo y con iniciativa comercial. Salario: \$600.000

**4.1.3.2.4 Secretaria:** Recepción servicio al cliente, toma de mensajes, elaboración de documentos, control de correspondencia, elaboración de documentos contables y reportes para el contador. Salario: \$500.000

**4.1.3.2.5 Mensajero:** Entrega de correspondencia y pedidos, pagos, archivo, atención al cliente. Salario: \$461.500

#### **4.1.4 POLÍTICA DE PERSONAL**

**4.1.4.1 Políticas de salarios:** Las siguientes son las políticas de salarios que maneja la empresa Santa Maria:

1. Los montos de los salarios serán establecidos por el gerente general.
2. Los pagos de salarios a los empleados serán mensuales, mediante deposito en cuenta de ahorro.
3. Los incrementos salariales serán de un 7% anual

**4.1.4.2 Políticas de pagos:** Las siguientes son las políticas de pagos que maneja la empresa Santa Maria:

Para cancelar un pago será necesario que este se encuentre debidamente respaldado; deberá existir factura o un recibo a nombre de Santa Maria EU así como la respectiva orden de compra.

La secretaria será quien maneje las facturas y recibos pendientes de pago y será el responsable de las respectivas cancelaciones a su debido tiempo. Y maneja la caja menor.

Los cheques para el pago de proveedores serán no negociables, emitidos únicamente a nombre del proveedor o acreedor

La secretaria será la responsable de la entrega de los cheques emitidos, el proveedor deberá firmar de conforme al recibir su respectivo cheque. Por cada pago realizado a los proveedores y/o acreedores, se deberá exigir un recibo donde se debe especificar la factura o concepto que se está cancelando.

La secretaria gestionara actividades como: Contactar al proveedor para informarle que hay pagos a su favor y solicitarle el reclamo correspondiente. Los requisitos contables que fuera el caso para llevar un orden estricto en el área contable para después reportar al contador.

**4.1.4.3 Proceso de selección:** El proceso de selección lo realiza el Gerente General, está regido por políticas específicas, entre las cuales se destacan las siguientes:

Seleccionar el mejor factor humano, basados en criterios de objetividad utilizando un modelo de competencias. Generar participación de los colaboradores de la empresa en los procesos de selección, dando prioridad al recurso humano interno y contribuyendo a su desarrollo profesional.

- Convocatoria referidos
- Preselección de Candidatos
- Entrevista en el área solicitante, luego pasaría a entrevista con la Gerencia.
- Decisión final
- Contratación

**4.1.4.4 Competencias:** Para la empresa es importante reconocer, atraer y contratar a los mejores candidatos del mercado laboral para el cumplimiento de los objetivos estratégicos, de esta manera, en la empresa de confecciones SANTAMARIA EU, se tienen competencias básicas como características primordiales de nuestros colaboradores definidas de la siguiente forma:

**Comunicación:** Habilidad para mantener canales de comunicación abierta, argumentar ideas y transmitirlos de manera clara verbalmente o utilizando medios formales de comunicación.

**Integridad y Responsabilidad:** Aplica la ética, orienta a otros basándose en los valores de la organización y protege los intereses y recursos de la compañía.

**Trabajo en Equipo:** Trabaja en conjunto con otras áreas y su equipo, promoviendo el análisis de situaciones, la solución de problemas y acuerdos que beneficien a las partes involucradas.

**Orientación al Cliente:** Se pone en el lugar del cliente para entender sus necesidades y le ofrece diferentes alternativas de solución.

**Relaciones Interpersonales:** Establece relaciones justas, leales y respetuosas con otras personas y obtiene el apoyo de otros para lograr los objetivos.

**Adaptabilidad:** Se ajusta fácilmente a las nuevas condiciones del ambiente y propone ideas y soluciones novedosas.

## **4.2 ASPECTOS LEGALES Y JURÍDICOS**

El estudio Jurídico Legal consiste en las normas que rigen, utilización de productos, subproductos y patentes, legislación laboral, legislación tributaria. A continuación se transcribe parte del capítulo 8 de la ley 222 de 1995:

### **4.2.1 DEFINICIÓN DE LA NATURALEZA JURÍDICA**

**4.2.1.1 Empresa unipersonal:** Mediante la Empresa Unipersonal<sup>12</sup> una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades

---

<sup>12</sup> <http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?MIval=sec&dir=47&id=742&m=td&a=td&d=depend> recuperado el 14 de abril de 2008

de carácter mercantil. La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica.

**4.2.1.2 Requisitos de formación:** Documento escrito en el cual se especifica: Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario, razón social de la empresa, con el término "Empresa Unipersonal", o de la sigla EU, duración, si no ha sido definido, explicación completa de las actividades a realizar, o que se especifica que la empresa realiza cualquier actividad legal de comercio, en el monto del capital se hace una descripción detallada de los bienes, con su respectivo valor, el dueño responderá por el valor asignado a los bienes en el documento, el número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa, la forma de dirección, el nombre, documento de identidad, las funciones de los directivos, cuando no hay cláusulas se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas. Modelo Minuta de constitución ver anexo H

#### **4.2.2 NORMAS VIGENTES**

**4.2.2.1 Normas regulan la Empresa Unipersonal:** La empresa Unipersonal es regulada por la ley la Ley 222 de 1995, en el capítulo 8 en los artículos 71 al 81, especifica los procedimientos relacionados a las sociedades comerciales particularmente las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada.

**4.2.2.2 Aspectos tributarios de la empresa unipersonal:** De acuerdo al Estatuto Tributario para esta clase de empresa se aplicará el régimen previsto para las sociedades de responsabilidad limitada e implica: llevar libros de contabilidad, efectuar ajustes por inflación, la tarifa del impuesto de renta es del 35%, si se genera IVA son responsables del régimen común, agentes de retención en la fuente en el impuesto sobre la renta y en el impuesto de timbre, además se debe

declarar, facturar y cumplir las obligaciones de las sociedades o personas jurídicas.

**4.2.2.3 Registro de libros de comercio:** Al matricular la empresa, el representante legal presenta y solicita el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y tramita el formulario de solicitud. Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

**4.2.2.4 Cámara de Comercio:** Se registra el formato, carta y los libros en cualquier Cámara de Comercio, se pagan los derechos de inscripción de los libros, cada libro tiene un costo de \$24.000, en cada libro debe ir en la primera página el sello de registro de la Cámara de Comercio y visadas todas las demás.

**4.2.2.5 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN:** La Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), otorga el número de identificación tributaria (NIT), que identifica el desarrollo de las actividades comerciales, se expide en una tarjeta, se realiza el trámite correspondiente en la DIAN, en el municipio donde habite. Los pasos al realizar los trámites en la DIAN son los siguientes:

Se solicita en la Cámara de Comercio el certificado de existencia y representación, y en la DIAN el formulario de RUT (registro único tributario), con este registro se asigna el NIT y se realiza la inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA, luego se presenta el formulario de RUT diligenciado en original y dos copias, copia de la escritura pública de constitución, certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación y fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se hace en el momento de realizar la solicitud del NIT. Por ser una Empresa Unipersonal se tiene el régimen común se declara bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN. Simultáneamente con la solicitud del RUT, se puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que se usará en el negocio.

**4.2.2.6 Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (ARP):** Solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, según el grado y clase de riesgo de las actividades de la empresa, se establece la tarifa de riesgo, que es un porcentaje total de la nómina que la asume el empleador, se paga mensualmente, y se inscribe a cada trabajador.

**4.2.2.6.1 Porcentaje de cotización:** Tarifa correspondiente a la clasificación de riesgo<sup>13</sup> de la actividad económica que desempeña la empresa. Este porcentaje se utiliza para el cálculo de los aportes mensuales que debe efectuar la empresa. De acuerdo con la clase de riesgo, el Gobierno Nacional estableció la siguiente tabla de cotizaciones mínimas y máximas, actualmente, se cotiza por el valor inicial.

**Tabla 17. Cotizaciones ARP**

<b>CLASE RIESGO</b>	<b>VALOR MÍNIMO</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>VALOR MÁXIMO</b>
I	0.348%	<b>0.522%</b>	0.696%
II	0.435%	<b>1.044%</b>	1.653%

TABLA NO. 12

FUENTE: <http://www.suratep.com/glosario/#riesgo> recuperado el 10 de mayo de 2008

Para SANTA MARIA EU, el aporte en la ARP se hace con base a la tabla de liquidación en la clase de riesgo I para actividades de riesgo mínimo como

---

<sup>13</sup> <http://www.suratep.com/glosario/#riesgo> recuperado el 10 de mayo de 2008

actividades financieras; trabajos de oficina administrativos, centros educativos, restaurantes asesorías, y de riesgo II para actividades en algunos procesos manufactureros como la fabricación de tapetes, tejidos, confecciones y flores artificiales; almacenes por departamento; algunas labores agrícolas.

**4.2.2.7 Régimen de seguridad social:** Se afilia a la empresa y al trabajador a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos los trabajadores, los empleados eligen libremente la entidad a la que desean vincularse, se tramitan los formularios que los suministra la EPS.

El formulario de afiliación del trabajador se diligencia en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador, el porcentaje total de aportes a salud es de un 12.5% del salario devengado por el trabajador. El valor resultante se divide en tres partes iguales, de las cuales el trabajador debe pagar una (4%) y el empleador las otras dos (8.5%).

**4.2.2.8 Fondo de pensiones y cesantías:** El empleador afilia a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual el trabajador elige, se llena la solicitud de vinculación, que suministra el fondo. Se paga mensualmente el 16% del salario devengado por el trabajador, este valor se divide en cuatro y de estas el empleador paga tres (12%) y una el trabajador (4%).

**4.2.2.9 Aportes parafiscales:** Son pagos mensuales sobre la nómina mensual que el empleador debe pagar a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA. Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja de Compensación donde desea afiliarse, le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

Los pasos para la afiliación de la empresa son: Solicitud escrita, donde indique domicilio, NIT, información si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar, se consigue en la Caja de Compensación Familiar

La solicitud debe llevar anexo: Fotocopia de la cédula si es persona natural, certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica, relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, nombre completo y salario actual, formulario diligenciado de afiliación a la empresa, formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.

Para afiliar al trabajador debe: Presentar el formulario de inscripción del trabajador debidamente diligenciado, documentos necesarios para inscribir las personas a cargo, cancelar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 9% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador.

La distribución del 9% es la siguiente: 2% para el SENA, 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 4% para la Caja de Compensación Familiar.

En el capítulo 5 Estudio Financiero y de Evaluación económica se encuentra el presupuesto y proyección de salarios a 5 años con su respectiva carga prestacional

### **4.3 NORMATIVIDAD EMPRESA DE CONFECCIONES**

**4.3.1 Resolución número 1264 de 26 de junio de 2007:** La resolución No.1264 de 26 de junio de 2007, expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es el reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones, en la cual toda prenda debe llevar una o más etiquetas donde contenga la información sobre datos de fabricación, importación, materiales que constituyen la prenda así como

las instrucciones y especificaciones para su cuidado y preservación, además de la información solicitada en los requisitos generales, las prendas de vestir deben incluir la talla.

**4.3.2 Norma Técnica colombiana NTC 1806:** Esta norma especifica los símbolos que debe llevar la etiqueta sobre los cuidados que se deben tener con la prenda confeccionada. Ver anexo I

Este capítulo concreta los aspectos fundamentales de la administración y la parte legal, como son el manejo de los recursos (humano, financiero, materias primas, etc.), y con el tipo de sociedad constituida que normas se deben tener en cuenta para el desarrollo del proyecto.

Para llevar a la realidad el proyecto de Empresa se investigaron los requisitos establecidos por la ley para la Constitución y puesta en marcha referente a lo legal.

## **CAPÍTULO 5**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACIÓN ECONÓMICA PRINCIPALES CEDULAS PRESUPUESTALES**

A continuación se presenta el estudio financiero desarrollado para el Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa, dedicada a la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la Diócesis Urbana de Engativá y en la Arquidiócesis de Bogotá.

En el mismo se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura de financiamiento, se presentan las proyecciones de los ingresos, gastos, costos, estados de resultados, balances generales y análisis de los indicadores financieros que tendrá el proyecto en un horizonte a 5 años. Además se presentan las conclusiones y recomendaciones finales del estudio.

#### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad y rentabilidad financiera del proyecto de creación de empresa, dedicada a la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos en la Diócesis Urbana de Engativá, en Bogotá.

#### **5.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS:**

5.2.1 Determinar el monto de la inversión requerida, así como la estructura de financiamiento, el presupuesto de ingresos, costos y gastos del proyecto.

5.2.2 Proyectar los estados financieros del proyecto, los flujos de caja y de fondos del proyecto.

5.2.3 Analizar los indicadores financieros del proyecto.

5.2.4 Emitir conclusiones y recomendaciones finales, acerca de la rentabilidad del proyecto basado en todos los análisis.

### **5.3 RESÚMEN PRINCIPALES CÉDULAS PRESUPUESTALES**

A continuación se presenta el resumen de las principales cédulas del Estudio financiero y de Evaluación Económica, las cuales muestran los presupuestos proyectados a cinco años.

- Precédula proyección de ventas
- Precédula costos laborales
- Precédula presupuesto de costos directos, indirectos, administrativos y otros
- Cédula 1 Estructura y programación de la inversión y el financiamiento
- Cédula 2 Programación de la amortización del pago de préstamos bancarios
- Cédula 3 Presupuesto de ventas, costos e inventarios
- Cédula 4 Pronósticos de los flujos de efectivo generado
- Cédula 5 Cuantificación exigencias de los recursos líquidos
- Cédula 6 Inversión requerida en capital de trabajo
- Cédula 7 Flujo de inversión y neto del proyecto
- Cédula 8 Recuperación de la inversión
- Cédula 9 Balance General Activos
- Cédula 10 Balance General Pasivos y Patrimonio
- Análisis principales indicadores y su interpretación
- Resumen proyecciones financieras y de evaluación

La bibliografía utilizada en partes de este capítulo es el libro de Análisis Financiero Aplicado<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> ORTIZ ANAYA, Héctor, Análisis Financiero Aplicado, Universidad Externado de Colombia, 9 Edición. Colombia 1.996

## 5.4 CÉDULAS DEL PROYECTO

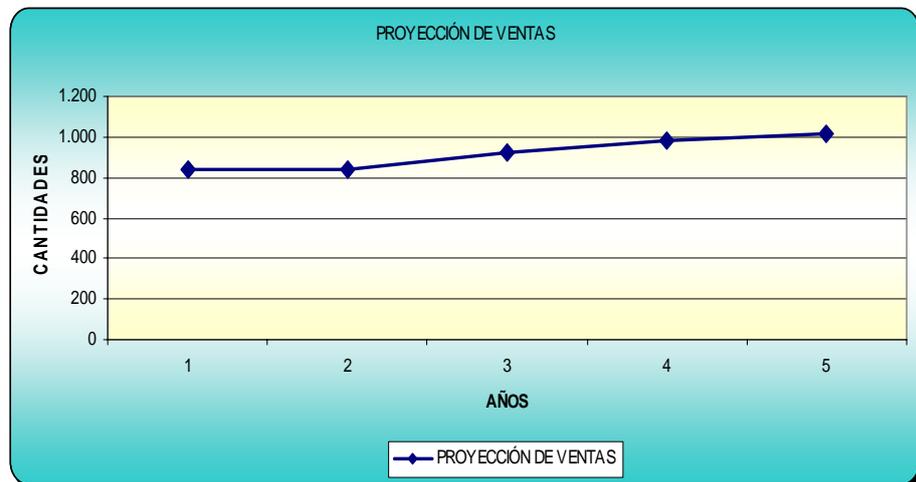
**5.4.1 Proyección de ventas:** En la siguiente tabla se presenta la proyección de ventas por cantidad, mensual y anual, a un horizonte de 5 años

**Tabla 18. Proyección de ventas**

NOMBRE PRODUCTO A PRODUCIR	VENTAS PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>Cantidades</b>						
ALBAS	30	360	396	436	479	527
ESTOLAS	25	300	300	330	350	364
CASULLAS	15	180	180	198	210	218
TOTAL CANTIDAD VENTAS	70	840	840	924	979	1.019
RATIO DE CRECIOMIENTO DE VTAS AÑO X AÑO			10%	6%	4%	2%
FACTOR DE PROYECCION ANUAL SEGUN % DE CRECIMIENTO	840		1,10	1,10	1,10	1,10

**FUENTE: PROYECCIÓN REALIZADA POR LA AUTORA DEL PROYECTO**

**Gráfica 6. Proyección de ventas**



NOTA: Se establecieron ventas mensuales de 70 ornamentos para una Proyección de Ventas en el primer año de 840, y el crecimiento de la empresa en un horizonte de 5 años es del 22%.

**5.4.2 Costos laborales:** La siguiente es la relación de los costos laborales para cada uno de los cargos y el total de la proyección de la nómina mensual y anual a lo largo de 5 años, en el cual se especifican los porcentajes en la carga prestacional, sueldo y subsidio de transporte cuando el trabajador gana menos de dos salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Tabla 19. Costos laborales personal administrativo**

NOMBRE DEL CARGO	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL	CARGA PRESTACIONAL MENSUAL	CARGA PRESTACIONAL ANUAL	COSTOS LABORALES TOTALES	TOTAL MENSUAL
GERENTE	1.500.000	18.000.000	777.780	9.333.360	27.333.360	2.277.780
SECRETARIA	550.000	6.600.000	304.315	3.651.780	10.251.780	854.315
MENSAJERO	461.500	5.538.000	239.297	2.871.564	8.409.564	700.797
<b>TOTALES</b>	<b>2.511.500</b>	<b>30.138.000</b>	<b>1.321.392</b>	<b>15.856.704</b>	<b>45.994.704</b>	<b>3.832.892</b>

CARGO		GERENTE							
SUELDO		1.500.000							
COSTOS LABORALES	DETALLE	% MENSUAL	APROPiación MENSUAL	ANOS					
				1	2	3	4	5	
SUELDO			1.500.000	18.000.000	19.260.000	20.608.200	22.050.774	23.594.328	
1. Prestaciones sociales									
1.1 Cesantías	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	124.950	1.499.400	1.604.358	1.716.663	1.836.829	1.965.408	
1.2 Prima de servicios	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	124.950	1.499.400	1.604.358	1.716.663	1.836.829	1.965.408	
1.3 Vacaciones	15 DIAS	4,17%	62.550	750.600	803.142	859.362	919.517	983.883	
1.4 Intereses cesantías	12% ANUAL	1%	15.000	180.000	192.600	206.082	220.508	235.943	
<b>1.5 Parafiscales</b>		<b>9%</b>	<b>135.000</b>	<b>1.620.000</b>	<b>1.733.400</b>	<b>1.854.738</b>	<b>1.984.570</b>	<b>2.123.490</b>	
SENA	2%	2%	30.000	360.000	385.200	412.164	441.015	471.887	
ICBF	3%	3%	45.000	540.000	577.800	618.246	661.523	707.830	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	4%	60.000	720.000	770.400	824.328	882.031	943.773	
2. Seguridad social									
2.1 Salud	8,5%empl.4%trab.	8,5%	127.500	1.530.000	1.637.100	1.751.697	1.874.316	2.005.518	
2.2 Pensión	12%empl.4%	12%	180.000	2.160.000	2.311.200	2.472.984	2.646.093	2.831.319	
3. ARP I	0,522%	0,522%	7.830	93.960	100.537	107.575	115.105	123.162	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>51,85%</b>	<b>777.780</b>	<b>9.333.360</b>	<b>9.986.695</b>	<b>10.685.764</b>	<b>11.433.767</b>	<b>12.234.131</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>2.277.780</b>	<b>27.333.360</b>	<b>29.246.695</b>	<b>31.293.964</b>	<b>33.484.541</b>	<b>35.828.459</b>	
<b>Incremento anual</b>				7%	7%	7%	7%	7%	
<b>Factor</b>				1,07	1,07	1,07	1,07	1,07	

CARGO		SECRETARIA							
SUELDO		550.000							
COSTOS LABORALES	DETALLE	% MENSUAL	APROPiación MENSUAL	ANOS					
				1	2	3	4	5	
SUELDO			700.000	8.400.000	8.988.000	9.617.160	10.290.361	11.010.686	
1. Prestaciones sociales									
1.1 Cesantías	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	50.397	604.758	647.091	692.387	740.855	792.714	
1.2 Prima de servicios	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	50.397	604.758	647.091	692.387	740.855	792.714	
1.3 Vacaciones	15 DIAS	4,17%	25.229	302.742	323.934	346.609	370.872	396.833	
1.4 Intereses cesantías	12% ANUAL	1%	6.050	72.600	77.682	83.120	88.938	95.164	
<b>1.5 Parafiscales</b>		<b>9%</b>	<b>54.450</b>	<b>653.400</b>	<b>699.138</b>	<b>748.078</b>	<b>800.443</b>	<b>856.474</b>	
SENA	2%	2%	12.100	145.200	155.364	166.239	177.876	190.328	
ICBF	3%	3%	18.150	217.800	233.046	249.359	266.814	285.491	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	4%	24.200	290.400	310.728	332.479	355.752	380.655	
2. Seguridad social									
2.1 Salud	8,5%empl.4%trab.	8,5%	46.750	561.000	600.270	642.289	687.249	735.357	
2.2 Pensión	12%empl.4%	12%	66.000	792.000	847.440	906.761	970.234	1.038.150	
3. Otros									
3.1 ARP I	0,522%	0,522%	3.158	37.897	40.550	43.389	46.426	49.675	
3.2 Dotación	650.000		54.167	650.000	695.500	744.185	796.278	852.017	
3.2 Subsidio transporte	55.000		55.000	660.000	706.200	755.634	808.528	865.125	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>55,33%</b>	<b>433.596</b>	<b>5.203.155</b>	<b>5.567.376</b>	<b>5.957.092</b>	<b>6.374.089</b>	<b>6.820.275</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>1.188.596</b>	<b>14.263.155</b>	<b>15.261.576</b>	<b>16.329.886</b>	<b>17.472.978</b>	<b>18.696.087</b>	
<b>Incremento anual</b>				7%	7%	7%	7%	7%	
<b>Factor</b>				1,07	1,07	1,07	1,07	1,07	

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto

CARGO	MENSAJERO							
SUELDO	461.500							
COSTOS LABORALES	DETALLE	% MENSUAL	APROPIACION MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
SUELDO			500.000	6.000.000	6.420.000	6.869.400	7.350.258	7.864.776
1. Prestaciones sociales								
1.1 Cesantías	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	43.024	516.293	552.434	591.104	632.482	676.755
1.2 Prima de servicios	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	43.024	516.293	552.434	591.104	632.482	676.755
1.3 Vacaciones	15 DIAS	4,17%	21.538	258.457	276.549	295.907	316.620	338.784
1.4 Intereses cesantías	12% ANUAL	1%	5.165	61.980	68.319	70.961	75.928	81.243
<b>1.5 Parafiscales</b>		<b>9%</b>	<b>46.485</b>	<b>557.820</b>	<b>596.867</b>	<b>638.648</b>	<b>683.353</b>	<b>731.188</b>
SENA	2%	2%	10.330	123.960	132.637	141.922	151.856	162.486
ICBF	3%	3%	15.495	185.940	198.956	212.883	227.784	243.729
CAJA DE COMPENSACION	4%	4%	20.660	247.920	265.274	283.844	303.713	324.973
2. Seguridad social								
2.1 Salud	8,5%empl.4%trab.	8,5%	39.228	470.730	503.681	538.939	576.664	617.031
2.2 Pensión	12%empl.4%	12%	55.380	664.560	711.079	760.855	814.115	871.103
3.1 ARP	0,522%	0,522%	2.696	32.354	34.618	37.042	39.635	42.409
3.2 Subsidio transporte	55.000		55.000	660.000	706.200	755.634	808.528	865.125
3.3 Dotaciones	650.000		54.167	650.000	695.500	744.185	796.278	852.017
<b>SUBTOTAL</b>		<b>51,85%</b>	<b>365.707</b>	<b>4.388.487</b>	<b>4.695.681</b>	<b>5.024.379</b>	<b>5.376.085</b>	<b>5.752.411</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>920.707</b>	<b>11.048.487</b>	<b>11.821.881</b>	<b>12.649.413</b>	<b>13.534.872</b>	<b>14.482.313</b>
Incremento anual				7%	7%	7%	7%	7%
Factor				1,07	1,07	1,07	1,07	1,07

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto

**Tabla 20. Costos laborales personal de ventas**

NOMBRE DEL CARGO	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL	CARGA PRESTACIONAL MENSUAL	CARGA PRESTACIONAL ANUAL	COSTOS LABORALES TOTALES	TOTAL MENSUAL
ASESOR COMERCIAL	600.000	7.200.000	55.000	660.000	7.860.000	655.000
SUBSIDIO DE TRANSPORTE	55.000	660.000	55.000	660.000	660.000	55.000
<b>TOTALES</b>	<b>655.000</b>	<b>7.860.000</b>	<b>110.000</b>	<b>1.320.000</b>	<b>8.520.000</b>	<b>710.000</b>

COSTOS LABORALES	DETALLE	% MENSUAL	APROPIACION MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
SUELDO			655.000	7.860.000	8.410.200	8.998.914	9.628.838	10.302.857
1. Prestaciones sociales			0					
1.1 Cesantías	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	54.562	654.738	700.570	749.610	802.082	858.228
1.2 Prima de servicios	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	54.562	654.738	700.570	749.610	802.082	858.228
1.3 Vacaciones	15 DIAS	4,17%	27.314	327.762	350.705	375.255	401.523	429.629
1.4 Intereses cesantías	12% ANUAL	1%	6.550	78.600	84.102	89.989	96.288	103.029
<b>1.5 Parafiscales</b>		<b>9%</b>	<b>58.950</b>	<b>707.400</b>	<b>756.918</b>	<b>809.902</b>	<b>866.595</b>	<b>927.257</b>
SENA	2%	2%	13.100	157.200	168.204	179.978	192.577	206.057
ICBF	3%	3%	19.650	235.800	252.306	269.967	288.865	309.086
CAJA DE COMPENSACION	4%	4%	26.200	314.400	336.408	359.957	385.154	412.114
2. Seguridad social					0	0	0	0
2.1 Salud	8,5%empl.4%trab.	8,5%	51.000	612.000	654.840	700.679	749.726	802.207
2.2 Pensión	12%empl.4%	12%	72.000	864.000	924.480	989.194	1.058.437	1.132.528
3. ARP I	0,522%	0,522%	3.419	41.029	43.901	46.974	50.263	53.781
3.1 Subsidio transporte	55.000		55.000	660.000	706.200	755.634	808.528	865.125
3.2 Dotación	650.000		54.167	650.000	695.500	744.185	796.278	852.017
<b>SUBTOTAL</b>		<b>55,85%</b>	<b>311.356</b>	<b>3.736.267</b>	<b>3.997.806</b>	<b>4.277.652</b>	<b>4.577.088</b>	<b>4.897.484</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>1.021.356</b>	<b>12.256.267</b>	<b>13.114.206</b>	<b>14.032.200</b>	<b>15.014.454</b>	<b>16.065.466</b>
Incremento anual				7%	7%	7%	7%	7%
Factor				1,07	1,07	1,07	1,07	1,07

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto

**Tabla 21. Costos laborales personal MOD**

NOMBRE DEL CARGO	TOTAL SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL	CARGA PRESTACIONAL MENSUAL	CARGA PRESTACIONAL ANUAL	COSTOS LABORALES TOTALES	TOTAL MENSUAL
OPERARIA	500.000	6.000.000	436.940	5.243.278	11.243.278	936.940
SUBSIDIO DE TRANSPORTE	55.000	660.000				
<b>TOTALES</b>	<b>555.000</b>	<b>6.660.000</b>	<b>436.940</b>	<b>5.243.278</b>	<b>11.243.278</b>	<b>936.940</b>

COSTOS LABORALES	DETALLE	% MENSUAL	APROPIACION MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
SUELDO			555.000	6.660.000	7.126.200	7.625.034	8.158.786	8.729.901
1. Prestaciones sociales								
1.1 Cesantías	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	46.232	554.778	593.612	635.165	679.627	727.201
1.2 Prima de servicios	1 SUELDO MENSUAL	8,33%	46.232	554.778	593.612	635.165	679.627	727.201
1.3 Vacaciones	15 DIAS	4,17%	23.144	277.722	297.163	317.964	340.221	364.037
1.4 Intereses cesantías	12% ANUAL	1%	5.550	66.600	71.262	76.250	81.588	87.299
<b>1.5 Parafiscales</b>		<b>9%</b>	<b>49.950</b>	<b>599.400</b>	<b>641.358</b>	<b>686.253</b>	<b>734.291</b>	<b>785.691</b>
SENA	2%	2%	11.100	133.200	142.524	152.501	163.176	174.598
ICBF	3%	3%	16.650	199.800	213.786	228.751	244.764	261.897
CAJA DE COMPENSACIÓN	4%	4%	22.200	266.400	285.048	305.001	326.351	349.196
2. Seguridad social								
2.1 Salud	8,5%empl.4%trab.	8,5%	42.500	510.000	545.700	583.899	624.772	668.506
2.2 Pensión	12%empl.4%	12%	60.000	720.000	770.400	824.328	882.031	943.773
3. Otros		4%	22.200	266.400	285.048	305.001	326.351	349.196
3.1 ARP		1,044%	5.794	69.530	74.398	79.605	85.178	91.140
3.2 Subsidio transporte	55.000		55.000	660.000	706.200	755.634	808.528	865.125
3.3 Dotaciones	650.000	0	54.167	650.000	695.500	744.185	796.278	852.017
<b>SUBTOTAL</b>		<b>56,37%</b>	<b>436.940</b>	<b>5.243.278</b>	<b>5.610.307</b>	<b>6.003.029</b>	<b>6.423.241</b>	<b>6.872.868</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>991.940</b>	<b>11.903.278</b>	<b>12.736.507</b>	<b>13.628.063</b>	<b>14.582.027</b>	<b>15.602.769</b>
Incremento anual				7%	7%	7%	7%	7%
Factor				1,07	1,07	1,07	1,07	1,07

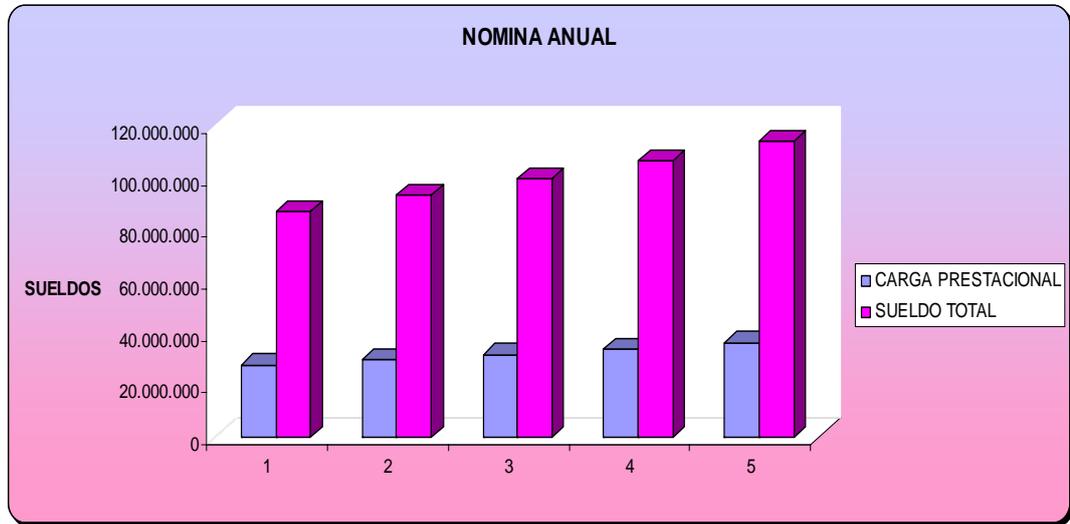
Fuente: En esta proyección se multiplica por 2 que son los operarios de la Empresa. Cálculos realizados por la autora del proyecto

**Tabla 22. Nómina**

TOTAL SUELDOS	4.931.500	59.178.000					
COSTOS LABORALES	MENSUAL	ANOS					
		1	2	3	4	5	
SUELDO	4.931.500	59.178.000	63.320.460	67.752.892	72.495.595	77.570.286	
1. Prestaciones sociales							
1.1 Cesantías	356.232	4.274.789	4.574.025	4.894.206	5.236.801	5.603.377	
1.2 Prima de servicios	356.232	4.274.789	4.574.025	4.894.206	5.236.801	5.603.377	
1.3 Vacaciones	178.330	2.139.961	2.289.758	2.450.041	2.621.544	2.805.052	
1.4 Intereses cesantías	42.765	513.180	549.103	587.540	628.668	672.674	
<b>1.5 Parafiscales</b>	<b>384.885</b>	<b>4.618.620</b>	<b>4.941.923</b>	<b>5.287.858</b>	<b>5.658.008</b>	<b>6.054.069</b>	
SENA	85.530	1.026.360	1.098.205	1.175.080	1.257.335	1.345.349	
ICBF	128.295	1.539.540	1.647.308	1.762.619	1.886.003	2.018.023	
CAJA DE COMPENSACIÓN	126.660	1.519.920	1.626.314	1.740.156	1.861.967	1.992.305	
2. Seguridad social	0	0	0	0	0	0	
2.1 Salud	340.128	4.081.530	4.367.237	4.672.944	5.000.050	5.350.053	
2.2 Pensión	480.180	5.762.160	6.165.511	6.597.097	7.058.894	7.553.016	
3. Otros	171.060	2.052.720	2.196.410	2.350.159	2.514.670	2.690.697	
3.1 ARS	0	0	0	0	0	0	
3.2 Subsidio transporte	275.000	3.300.000	3.531.000	3.778.170	4.042.642	4.325.627	
3.3 Dotaciones	1.462.500	3.250.000	3.477.500	3.720.925	3.981.390	4.260.087	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4.047.312</b>	<b>27.717.749</b>	<b>29.657.992</b>	<b>31.734.051</b>	<b>33.955.435</b>	<b>36.332.315</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>8.978.812</b>	<b>86.895.749</b>	<b>92.978.452</b>	<b>99.486.943</b>	<b>106.451.030</b>	<b>113.902.602</b>	

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto

**GRÁFICA 7. NÓMINA ANUAL**



La gráfica muestra la proporción del 55.33% de carga prestacional y el total de los sueldos año a año.

Nota: El porcentaje de incremento en la nómina es de 7% anual.

Para calcular la seguridad social no se tiene en cuenta el subsidio de transporte.

**5.4.3 Presupuesto de costos directos, indirectos, administrativos:** La siguiente tabla muestra el presupuesto de costos en que incurrirá la Empresa

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN								
DESCRIPCION	CP	T.COSTO	PROMEDIO MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
GASTOS DE PERSONAL	NOMINA ANUAL	F	3.878.563	46.542.755	49.800.748	53.286.801	57.016.877	61.008.058
DEPRECIACIONES	DEPRECIACIONES	F	409.769	4.917.227	4.917.227	4.917.227	4.917.227	4.917.227
DIVERSOS	GASTOS DIVERSOS	V	122.250	1.467.000	1.540.350	1.617.368	1.698.236	1.783.148
<b>TOTAL</b>			<b>4.410.582</b>	<b>52.926.982</b>	<b>56.258.325</b>	<b>59.821.395</b>	<b>63.632.339</b>	<b>67.708.432</b>
Porcentaje de crecimiento anual de precios					7%	7%	7%	7%
Factor de Proyección					1,07	1,07	1,07	1,07

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS Y PUBLICIDAD								
DESCRIPCION	CP	T.COSTO	PROMEDIO MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS	PERSONAL VENTAS	F	1.021.356	12.256.267	13.114.206	14.032.200	15.014.454	16.065.466
HONORARIOS	CONTADOR	F	100.000	1.200.000	1.284.000	1.373.880	1.470.052	1.572.955
DIA LABORADO	PERSONAL VENTAS	V	200.000	2.400.000	2.568.000	2.747.760	2.940.103	3.145.910
PUBLICIDAD	GASTOS PUBLI. OPERACIONALES	V	973.000	973.000	973.000	973.000	973.000	973.000
<b>TOTALES</b>			<b>2.294.356</b>	<b>16.829.267</b>	<b>17.939.206</b>	<b>19.126.840</b>	<b>20.397.609</b>	<b>21.757.332</b>
Porcentaje de crecimiento anual de precios					7%	7%	7%	7%
Factor de Proyección					1,07	1,07	1,07	1,07

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS								
DESCRIPCION	CP	T.COSTO	PROMEDIO MENSUAL	ANOS				
				1	2	3	4	5
AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS	DEPRECIACIONES	F	82.512	990.140	990.140	990.140	990.140	990.140
ARRENDAMIENTOS		F	500.000	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.038
SERVICIOS PUBLICOS		V	250.000	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
SEGUROS		F	239.250	2.871.000	3.014.550	3.165.278	3.323.541	3.489.718
<b>TOTALES</b>			<b>1.071.762</b>	<b>12.861.140</b>	<b>13.454.690</b>	<b>14.077.918</b>	<b>14.732.306</b>	<b>15.419.415</b>
Porcentaje de crecimiento anual de precios					7%	7%	7%	7%
Factor de Proyección					1,07	1,07	1,07	1,07

**Tabla 23.** Presupuesto de costos directos, indirectos, administrativos

Fuente: Presupuesto realizado por la autora del proyecto

Nota: Los costos indirectos de fabricación se incrementarán en un 7% anual.

**5.4.4 Estructura y programación de la inversión y el financiamiento:** Esta tabla presenta el monto de inversión total que se requiere para la puesta en marcha del proyecto; así como cada una de las partidas que lo conforman con sus respectivos montos y detalles.

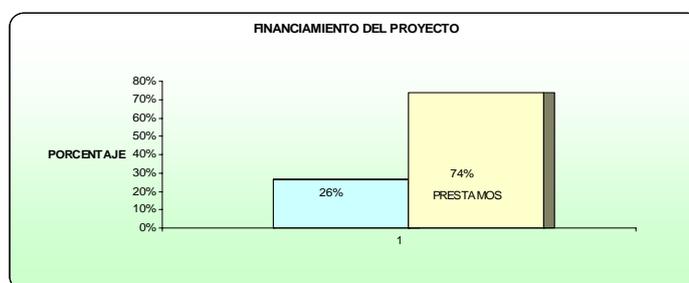
El valor total para la inversión del proyecto es de \$30.487.500, el aporte de los socios es de \$8.034.700 equivalente al 26% y el financiamiento previsto con préstamo es de \$22.452.800 equivalente al 74%.

**Tabla 24. Inversión**  
ESTRUCTURA Y PROGRAMACION DE LA INVERSION Y DEL FINANCIAMIENTO

INVERSIONES PREVISTAS	INVERSION	APORTE DE SOCIOS	LEASING	EMPRESTITOS	TOTAL	%
					\$	
<b>Inversión Fija</b>	<b>20.532.800</b>			<b>14.452.800</b>	<b>20.532.800</b>	<b>67%</b>
TERRENOS						
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES						
EQUIPO DE OFICINA	2.360.000			2.360.000	2.360.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.092.800			12.092.800	12.092.800	
EQUIPO DE COMPUTO	6.080.000	<b>6.080.000</b>			6.080.000	
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE					0	
<b>Inversiones diferidas</b>	<b>4.954.700</b>			<b>3.000.000</b>	<b>4.954.700</b>	<b>16,3%</b>
Estudios técnicos	3.000.000			3.000.000	3.000.000	
Estudios económicos						
Gastos de organización	469.700	<b>469.700</b>			469.700	
Gastos de montaje	1.485.000	<b>1.485.000</b>			1.485.000	
Instalación y puesta en marcha					0	
Capacitación			<b>2.018.123</b>		0	
Gastos Financieros en Instalación					0	
Otros					0	
<b>Capital de inicio</b>	<b>5.000.000</b>	<b>5.000.000</b>		<b>5.000.000</b>	<b>5.000.000</b>	<b>16,4%</b>
Efectivo para inicio	5.000.000	5.000.000			5.000.000	
<b>TOTAL INVERSION DEL PROYECTO</b>	<b>30.487.500</b>	<b>5.000.000</b>		<b>22.452.800</b>	<b>30.487.500</b>	<b>100%</b>
<b>Financiamiento previsto con APORTES DE SOCIOS</b>		<b>8.034.700</b>				<b>26%</b>
<b>Financiamiento previsto por EMPRESTITOS</b>				<b>22.452.800</b>		<b>74%</b>
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO PREVISTO</b>		<b>30.487.500</b>				<b>100%</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 8. Inversión**



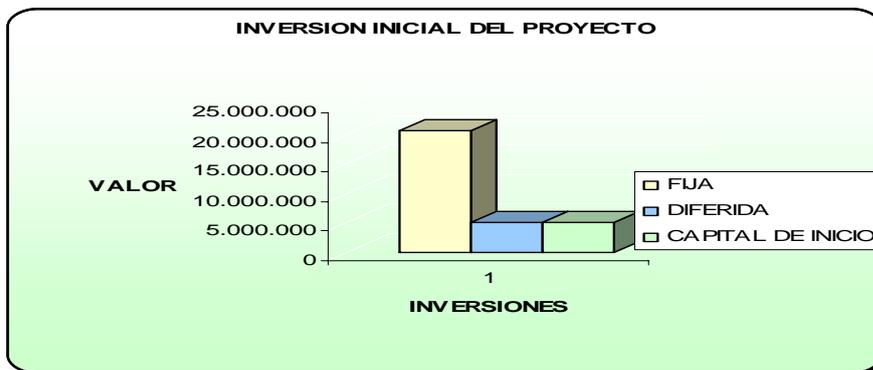
En la siguiente tabla se presenta la programación de la inversión semanal. La proyección en las inversiones esta prevista así: en inversión fija \$20.532.800 equivalente al 67% del total, inversiones diferidas \$4.954.700 equivalente a 16,3% y el capital de inicio de \$5.000.000 con un 16,4%.

**Tabla 25. Inversión**

PROGRAMACIÓN INVERSIÓN SEMANAL						TOTAL
Inversión Fija	1	2	3	4	5	
TERRENOS						
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES						
EQUIPO DE OFICINA			2.360.000			2.360.000
MAQUINARIA Y EQUIPO				12.092.800		12.092.800
EQUIPO DE COMPUTO					6.080.000	6.080.000
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE						
<b>Inversiones diferidas</b>						
Estudios técnicos	3.000.000					3.000.000
Estudios económicos						
Gastos de organización		483.700				483.700
Gastos de montaje		1.467.000				1.467.000
Instalación y puesta en marcha						
Capacitación						
Gastos Financieros en Instalación						
Otros						
<b>Capital de inicio</b>						
Efectivo para inicio	5.000.000					5.000.000
<b>TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>8.000.000</b>	<b>1.954.700</b>	<b>2.360.000</b>	<b>12.092.800</b>	<b>6.080.000</b>	<b>30.487.500</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 9. Inversión**



### 5.4.5 Programación de la amortización del pago de préstamos bancarios

AMORTIZACIÓN DE CRÉDITOS					
VALOR CRÉDITO	23.000.000				
PERÍODO	36 MESES				
INTERÉS	19% EA				
INTERÉS MENSUAL	1,58%				
PAGO	843.088				
PERIODOS	INTERES	AMORTIZACIÓN	PAGO	SALDO	TASA MENSUAL
0				23.000.000	
1	364.167	478.922	843.088	22.521.078	1,58%
2	356.584	486.505	843.088	22.034.573	1,58%
3	348.881	494.208	843.088	21.540.366	1,58%
4	341.056	502.033	843.088	21.038.333	1,58%
5	333.107	509.982	843.088	20.528.352	1,58%
6	325.032	518.056	843.088	20.010.295	1,58%
7	316.830	526.259	843.088	19.484.037	1,58%
8	308.497	534.591	843.088	18.949.445	1,58%
9	300.033	543.056	843.088	18.406.390	1,58%
10	291.435	551.654	843.088	17.854.736	1,58%
11	282.700	560.388	843.088	17.294.347	1,58%
12	273.827	569.261	843.088	16.725.086	1,58%
<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>3.842.148</b>	<b>6.274.914</b>	<b>10.117.062</b>		
13	264.814	578.275	843.088	16.146.811	1,58%
14	255.658	587.431	843.088	15.559.381	1,58%
15	246.357	596.732	843.088	14.962.649	1,58%
16	236.909	606.180	843.088	14.356.469	1,58%
17	227.311	615.778	843.088	13.740.692	1,58%
18	217.561	625.528	843.088	13.115.164	1,58%
19	207.657	635.432	843.088	12.479.732	1,58%
20	197.596	645.493	843.088	11.834.240	1,58%
21	187.375	655.713	843.088	11.178.527	1,58%
22	176.993	666.095	843.088	10.512.432	1,58%
23	166.447	676.642	843.088	9.835.790	1,58%
24	155.733	687.355	843.088	9.148.435	1,58%
<b>TOTAL AÑO 2</b>	<b>2.540.410</b>	<b>7.576.651</b>	<b>10.117.062</b>		
25	144.850	698.238	843.088	8.450.197	1,58%
26	133.795	709.294	843.088	7.740.903	1,58%
27	122.564	720.524	843.088	7.020.379	1,58%
28	111.156	731.932	843.088	6.288.446	1,58%
29	99.567	743.521	843.088	5.544.925	1,58%
30	87.795	755.294	843.088	4.789.631	1,58%
31	75.836	767.253	843.088	4.022.379	1,58%
32	63.688	779.401	843.088	3.242.978	1,58%
33	51.347	791.741	843.088	2.451.236	1,58%
34	38.811	804.277	843.088	1.646.959	1,58%
35	26.077	817.012	843.088	829.948	1,58%
36	13.141	829.948	843.088	0	1,58%
<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>968.627</b>	<b>9.148.435</b>	<b>10.117.062</b>		
<b>TOTALES</b>	<b>7.351.185</b>	<b>23.000.000</b>	<b>30.351.185</b>		

#### PRESUPUESTO DE CRÉDITOS BANCARIOS

DESCRIPCIÓN	AÑOS		
	1	2	3
AMORTIZACIÓN	6.274.914	7.576.651	9.148.435
INTERES	3.842.148	2.540.410	968.627
<b>TOTAL</b>	<b>10.117.062</b>	<b>10.117.062</b>	<b>10.117.062</b>

Tabla 26. Amortización préstamo bancario

Fuente: Cálculos realizados por la autora del proyecto basados en % de interés del banco Davivienda.

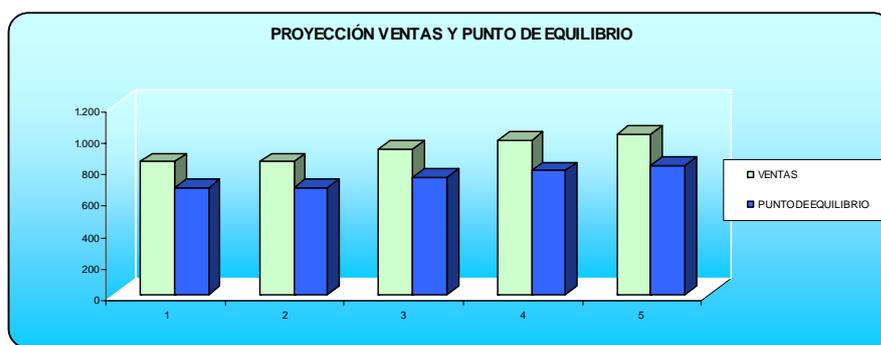
**5.4.6 Presupuesto de ventas, costos e inventarios:** En esta tabla se presenta la estructura de las ventas, costos fijos y variables, el precio de venta unitario y los ingresos de ventas y el punto de equilibrio, proyectados a cinco años, tomando en cuenta cada una de las partidas que se tendrían en el desarrollo normal de las actividades del mismo.

**Tabla 27. Ventas, costos, inventario y punto de equilibrio**

INFORMACION CONSIDERADA	PROMEDIO MENSUAL	ANOS				
		1	2	3	4	5
Volumen de Ventas Previstos	70	840	840	924	979	1.019
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>3.536.202</b>	<b>42.434.418</b>	<b>45.842.004</b>	<b>49.559.643</b>	<b>53.617.792</b>	<b>58.050.060</b>
Materia Prima	1.472.500	17.670.000	19.650.807	21.853.662	24.303.458	27.027.876
Mano de Obra directa	991.940	11.903.278	12.736.507	13.628.063	14.582.027	15.602.769
Costos Indirectos de Fabricación	1.071.762	12.861.140	13.454.690	14.077.918	14.732.306	15.419.415
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>6.704.937</b>	<b>69.756.249</b>	<b>74.197.531</b>	<b>78.948.235</b>	<b>84.029.948</b>	<b>89.465.764</b>
Gastos Operacionales de Administración	4.410.582	52.926.982	56.258.325	59.821.395	63.632.339	67.708.432
Gastos de Ventas y Publicidad	2.294.356	16.829.267	17.939.206	19.126.840	20.397.609	21.757.332
<b>COSTOS TOTALES: CT</b>	<b>10.241.139</b>	<b>112.190.667</b>	<b>120.039.535</b>	<b>128.507.878</b>	<b>137.647.740</b>	<b>147.515.824</b>
Costo variable unitario	50.517	50.517	54.574	53.636	54.743	56.989
Costo fijo unitario	95.785	83.043	88.330	85.442	85.794	87.831
<b>Costos Unitario de venta</b>	<b>146.302</b>	<b>133.560</b>	<b>142.904</b>	<b>139.078</b>	<b>140.537</b>	<b>144.820</b>
PRECIO UNITARIO DE VENTA	182.877	166.950	178.630	173.847	175.671	181.025
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>12.801.424</b>	<b>140.238.334</b>	<b>150.049.419</b>	<b>160.634.848</b>	<b>172.059.675</b>	<b>184.394.780</b>
<b>VALOR DE LOS INVENTARIOS</b>						
Valor inventario productos terminados	1.280.142	15.361.708	14.178.096	15.336.866	15.090.393	15.416.478
Variación inventarios produc.term	1.920.214	1.920.214	1.772.262	1.917.108	1.886.299	1.927.060
Valor inventarios materias primas	157.750	1.893.000	2.763.063	2.793.457	2.824.185	2.855.251
Variación inventarios Materias Primas	236.625	345.383	345.383	349.182	353.023	356.906
Precio unitario año x año.	182.877	166.950	178.630	173.847	175.671	181.025
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (No. Productos a vender)</b>	<b>56</b>	<b>672</b>	<b>672</b>	<b>739</b>	<b>784</b>	<b>815</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 10. Ventas y punto de equilibrio**



NOTA: El punto de equilibrio para el primer año es de 672 unidades de productos con un valor de ventas de \$140.238.334

**Tabla 28. Presupuesto de ventas, costos e inventarios por cada ornamento**

**5.4.6.1 Presupuesto de ventas, costos e inventarios por producto:** A continuación se presenta la estructura de las ventas, costos fijos y variables, el precio de venta unitario y los ingresos de ventas y el punto de equilibrio, proyectados a cinco años, por cada ornamento tomando en cuenta cada una de las partidas que se tendrían en el desarrollo normal de las actividades del mismo.

**ALBAS**

INFORMACION CONSIDERADA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Volumen de Ventas Previstos:Porción	30	360	396	436	479	527
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>707.240</b>	<b>8.486.884</b>	<b>9.168.401</b>	<b>9.911.929</b>	<b>10.723.558</b>	<b>11.610.012</b>
Materia Prima	294.500	3.534.000	3.930.161	4.370.732	4.860.692	5.405.575
Mano de Obrá directa	198.368	2.380.656	2.547.301	2.725.613	2.916.405	3.120.554
Costos Indirectos de Fabricación	214.352	2.572.228	2.690.938	2.815.584	2.946.461	3.083.883
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>1.340.987</b>	<b>13.951.250</b>	<b>14.839.506</b>	<b>15.789.647</b>	<b>16.805.990</b>	<b>17.893.153</b>
Gastos Operacionales de Administración	882.116	10.585.396	11.251.665	11.964.279	12.726.468	13.541.686
Gastos de Ventas y Publicidad	458.871	3.365.853	3.587.841	3.825.368	4.079.522	4.351.466
<b>COSTOS TOTALES: CT</b>	<b>2.048.228</b>	<b>22.438.133</b>	<b>24.007.907</b>	<b>25.701.576</b>	<b>27.529.548</b>	<b>29.503.165</b>
Costo variable unitario	23.575	23.575	23.153	22.755	22.380	22.027
Costo fijo unitario	44.700	38.753	37.474	36.248	35.074	33.948
Costos Unitario	68.274	62.328	60.626	59.003	57.454	55.975
<b>PRECIO UNITARIO DE VENTA</b>	<b>85.343</b>	<b>77.910</b>	<b>75.783</b>	<b>73.753</b>	<b>71.817</b>	<b>69.969</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>2.560.285</b>	<b>28.047.667</b>	<b>30.009.884</b>	<b>32.126.970</b>	<b>34.411.935</b>	<b>36.878.956</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (No. Productos a vender)</b>	<b>24</b>	<b>288</b>	<b>317</b>	<b>348</b>	<b>383</b>	<b>422</b>

**ESTOLAS**

INFORMACION CONSIDERADA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Volumen de Ventas Previstos:Porción	25	300	300	330	350	364
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>530.430</b>	<b>6.365.163</b>	<b>6.876.301</b>	<b>7.433.946</b>	<b>8.042.669</b>	<b>8.707.509</b>
Materia Prima	220.875	2.650.500	2.947.621	3.278.049	3.645.519	4.054.181
Mano de Obrá directa	148.791	1.785.492	1.910.476	2.044.209	2.187.304	2.340.415
Costos Indirectos de Fabricación	160.764	1.929.171	2.018.204	2.111.688	2.209.846	2.312.912
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>1.005.741</b>	<b>10.463.437</b>	<b>11.129.630</b>	<b>11.842.235</b>	<b>12.604.492</b>	<b>13.419.865</b>
Gastos Operacionales de Administración	661.587	7.939.047	8.438.749	8.973.209	9.544.851	10.156.265
Gastos de Ventas y Publicidad	344.153	2.524.390	2.690.881	2.869.026	3.059.641	3.263.600
<b>COSTOS TOTALES: CT</b>	<b>1.536.171</b>	<b>16.828.600</b>	<b>18.005.930</b>	<b>19.276.182</b>	<b>20.647.161</b>	<b>22.127.374</b>
Costo variable unitario	21.217	21.217	22.921	22.527	22.992	23.935
Costo fijo unitario	40.230	34.878	37.099	35.886	36.033	36.889
Costos Unitario	61.447	56.095	60.020	58.413	59.026	60.824
<b>PRECIO UNITARIO DE VENTA</b>	<b>76.809</b>	<b>70.119</b>	<b>75.025</b>	<b>73.016</b>	<b>73.782</b>	<b>76.030</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>1.920.214</b>	<b>21.035.750</b>	<b>22.507.413</b>	<b>24.095.227</b>	<b>25.808.951</b>	<b>27.659.217</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (No. Productos a vender)</b>	<b>20</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>264</b>	<b>280</b>	<b>291</b>

**CASULLAS**

INFORMACION CONSIDERADA	PROMEDIO MENSUAL	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Volumen de Ventas Previstos:Porción	15	180	180	198	210	218
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>1.414.481</b>	<b>16.973.767</b>	<b>18.336.802</b>	<b>19.823.857</b>	<b>21.447.117</b>	<b>23.220.024</b>
Materia Prima	589.000	7.068.000	7.860.323	8.741.465	9.721.383	10.811.150
Mano de Obrá directa	396.776	4.761.311	5.094.603	5.451.225	5.832.811	6.241.108
Costos Indirectos de Fabricación	428.705	5.144.456	5.381.876	5.631.167	5.892.923	6.167.766
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>2.681.975</b>	<b>27.902.500</b>	<b>29.679.012</b>	<b>31.579.294</b>	<b>33.611.979</b>	<b>35.786.306</b>
Gastos Operacionales de Administración	1.764.233	21.170.793	22.503.330	23.928.558	25.452.936	27.083.373
Gastos de Ventas y Publicidad	917.742	6.731.707	7.175.682	7.650.736	8.159.044	8.702.933
<b>COSTOS TOTALES: CT</b>	<b>4.096.456</b>	<b>44.876.267</b>	<b>48.015.814</b>	<b>51.403.151</b>	<b>55.059.096</b>	<b>59.006.330</b>
Costo variable unitario	94.299	94.299	101.871	100.120	102.188	106.380
Costo fijo unitario	178.798	155.014	164.883	159.491	160.149	163.950
Costos Unitario	273.097	249.313	266.755	259.612	262.336	270.330
<b>PRECIO UNITARIO DE VENTA</b>	<b>341.371</b>	<b>311.641</b>	<b>333.443</b>	<b>324.515</b>	<b>327.920</b>	<b>337.912</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>5.120.569</b>	<b>56.095.334</b>	<b>60.019.768</b>	<b>64.253.939</b>	<b>68.823.870</b>	<b>73.757.912</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (No. Productos a vender)</b>	<b>12</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>158</b>	<b>168</b>	<b>175</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

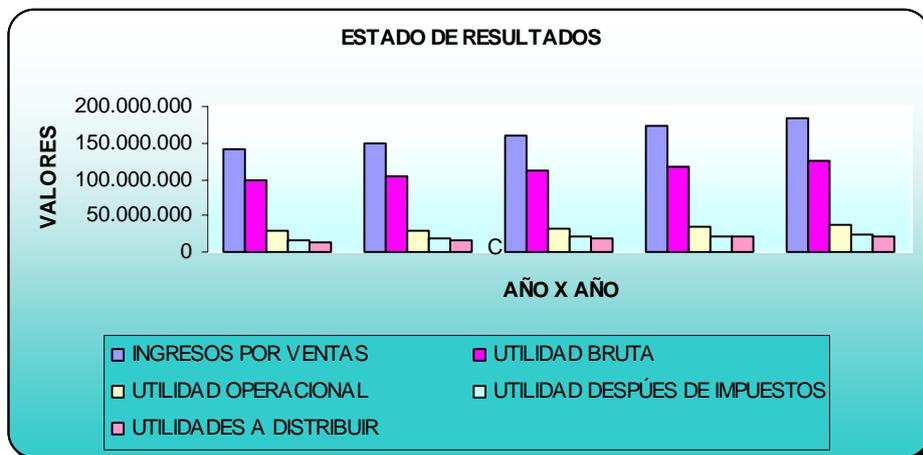
**5.4.7 Pronósticos de los flujos de efectivo generado:** Se presenta a continuación el flujo de efectivo, anual y mensual para el año 1, del proyecto, en el cual se determina el Estado de resultados.

**Tabla 29. Estado de resultados**

INFORMACION CONSIDERADA	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>140.238.334</b>	<b>150.049.419</b>	<b>160.634.848</b>	<b>172.059.675</b>	<b>184.394.780</b>
<b>(-) Costos de ventas</b>	<b>42.434.418</b>	<b>45.842.004</b>	<b>49.559.643</b>	<b>53.617.792</b>	<b>58.050.060</b>
Materia Prima	17.670.000	19.650.807	21.853.662	24.303.458	27.027.876
Mano de obra directa	11.903.278	12.736.507	13.628.063	14.582.027	15.602.769
Gastos indirectos	12.861.140	13.454.690	14.077.918	14.732.306	15.419.415
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>97.803.916</b>	<b>104.207.415</b>	<b>111.075.205</b>	<b>118.441.883</b>	<b>126.344.720</b>
<b>(-) TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>69.756.249</b>	<b>74.197.531</b>	<b>78.948.235</b>	<b>84.029.948</b>	<b>89.465.764</b>
(-) Gastos operacionales de Administracion	52.926.982	56.258.325	59.821.395	63.632.339	67.708.432
(-) Gastos de Ventas y Publicidad	16.829.267	17.939.206	19.126.840	20.397.609	21.757.332
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>28.047.667</b>	<b>30.009.884</b>	<b>32.126.970</b>	<b>34.411.935</b>	<b>36.878.956</b>
(+) Otros Ingresos no operacionales					
(-) Otros egresos no operacionales	3.842.148	2.540.410	968.627		
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>24.205.519</b>	<b>27.469.473</b>	<b>31.158.343</b>	<b>34.411.935</b>	<b>36.878.956</b>
(-) Impuesto sobre la renta (35%)	8.471.932	9.614.316	10.905.420	12.044.177	12.907.635
<b>(=) Utilidad despues de impuestos</b>	<b>15.733.588</b>	<b>17.855.158</b>	<b>20.252.923</b>	<b>22.367.758</b>	<b>23.971.321</b>
(-) Reserva legal (10%)	1.573.359	1.785.516	2.025.292	2.236.776	2.397.132
<b>(=) Utilidades netas a distribuir</b>	<b>14.160.229</b>	<b>16.069.642</b>	<b>18.227.631</b>	<b>20.130.982</b>	<b>21.574.189</b>
(-) Distribucion de Utilidades anuales		8.034.821	9.113.815	10.065.491	10.787.095
<b>(=) Utilidades a Capitalizar</b>	<b>14.160.229</b>	<b>8.034.821</b>	<b>9.113.815</b>	<b>10.065.491</b>	<b>10.787.095</b>
<b>% de distribucion de utilidades anuales</b>		<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 11. Estado de resultados**



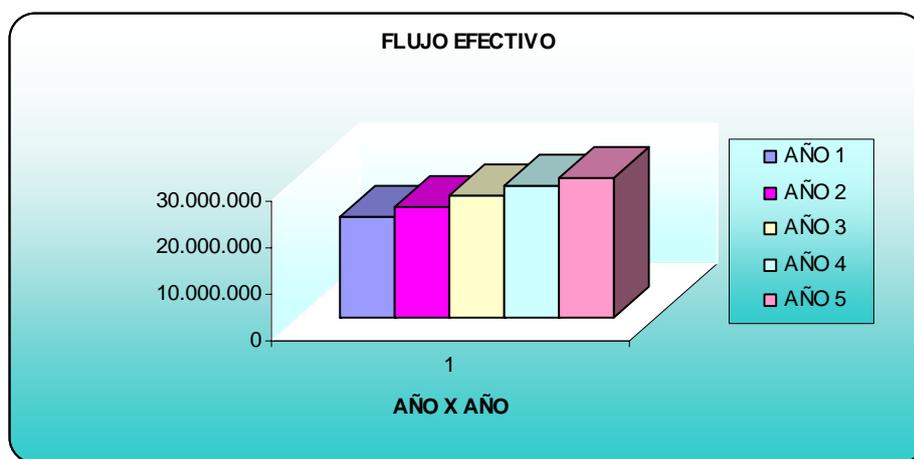
NOTA: En el estado de resultados el crecimiento en ingreso por ventas año a año es suficiente, se ve reflejado en la gráfica que muestra la capacidad de cubrir los costos, gastos, obligaciones dejando un margen de utilidad satisfactorio.

**Tabla 30. Flujo de efectivo generado**

INFORMACION CONSIDERADA	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Utilidades netas a distribuir o a capitalizar	14.160.229	16.069.642	18.227.631	20.130.982	21.574.189
(+) Depreciaciones y amortizaciones	5.907.367	5.907.367	5.907.367	5.907.367	5.907.367
(+) Reserva legal (10%)	1.573.359	1.785.516	2.025.292	2.236.776	2.397.132
<b>(=) Flujo de efectivo generado</b>	<b>21.640.954</b>	<b>23.762.524</b>	<b>26.160.290</b>	<b>28.275.124</b>	<b>29.878.688</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 12. Flujo de efectivo**



NOTA: El flujo de efectivo generado año a año tiene un crecimiento constante y moderado como se esperaba.

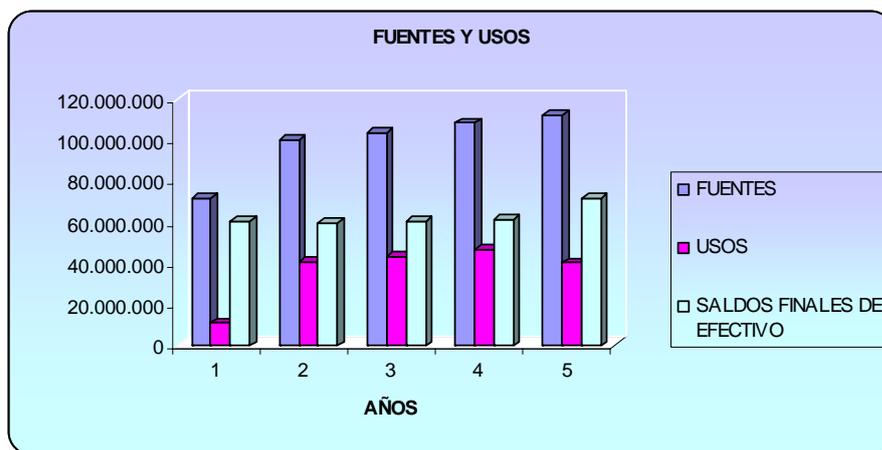
**5.4.8 Cuantificación exigencias de los recursos líquidos:** Esta tabla muestra que se tiene suficiente solvencia en las fuentes, para cubrir los usos generando un buen saldo de efectivo.

**Tabla 31. Fuentes y usos**

INFORMACION CONSIDERADA	0	ANOS				
		1	2	3	4	5
<b>SALDO INICIAL DE EFECTIVO</b>		<b>5.000.000</b>	<b>60.338.102</b>	<b>59.485.704</b>	<b>60.424.481</b>	<b>61.348.749</b>
(-) Recursos Generados		66.457.232	39.789.523	43.927.281	47.661.183	50.642.135
flujo de efectivo generado		21.640.954	23.762.524	26.160.290	28.275.124	29.878.688
(+) retenciones y aportes de nomina		1.205.193	1.289.556	1.379.825	1.476.413	1.579.762
(+) Cesantias consolidadas		4.787.969	5.123.127	5.481.746	5.865.468	6.276.051
(+) Impuestos a la renta xp proximo año		8.471.932	9.614.316	10.905.420	12.044.177	12.907.635
(+) Recursos suministrados	30.483.500					
Prestamos bancarios		30.351.185	0	0		
Credito de proveedores		7.089.877	10.526.027	11.635.161	12.867.850	14.237.937
<b>(=) FONDOS DISPONIBLES (FUENTES)</b>	<b>30.483.500</b>	<b>71.457.232</b>	<b>100.127.625</b>	<b>103.412.984</b>	<b>108.085.664</b>	<b>111.990.884</b>
<b>(-) APLICACION DE FONDOS</b>	<b>30.483.500</b>	<b>11.119.130</b>	<b>40.641.922</b>	<b>42.988.503</b>	<b>46.736.915</b>	<b>40.240.128</b>
ADQUISICION DE ACTIVOS	20.532.800					
INVERSIONES TEMPORALES		0	1.326.812	15.689.643	20.070.065	24.743.869
SALDO DE EFECTIVO PARA INICIO	5.000.000					
INVERSIONES DIFERIDAS	4.950.700					
AMORTIZACIONES DEL PRESTAMO			10.117.062	10.117.062	10.117.062	
Variación cartera e inventarios		11.119.130	1.899.538	774.801	625.232	723.087
Cancelación retención aportes nómina			1.205.193	1.289.556	1.379.825	1.476.413
Cancelación cesantias consolidadas			4.787.969	5.123.127	5.481.746	5.865.468
Distribución de utilidades			14.160.229	16.069.642	18.227.631	20.130.982
Cancelación de impuestos			8.471.932	9.614.316	10.905.420	12.044.177
<b>(=) Saldos finales de efectivo*</b>	<b>0</b>	<b>60.338.102</b>	<b>59.485.704</b>	<b>60.424.481</b>	<b>61.348.749</b>	<b>71.750.756</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 13. Fuentes y usos**



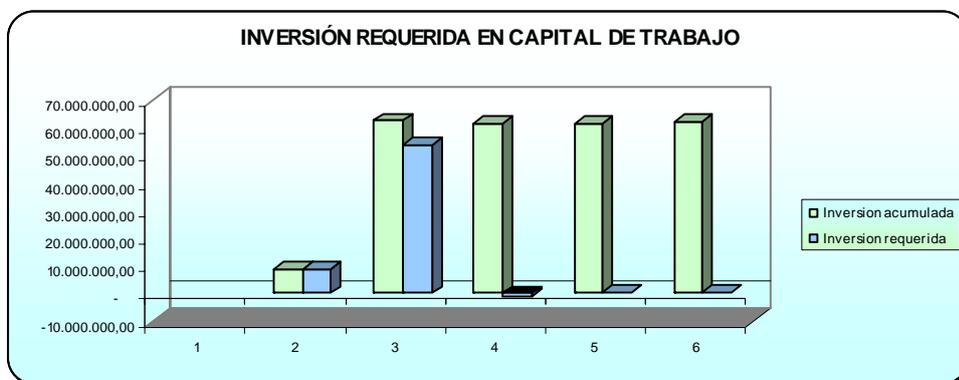
**5.4.9 Inversión requerida en capital de trabajo:** La inversión requerida en el capital de trabajo, mide la rentabilidad de la inversión de los recursos invertidos en el proyecto y la capacidad de pago de los compromisos a adquirir para el funcionamiento año a año.

**Tabla 32. Inversión en capital de trabajo**

CONCEPTO	CP	ANOS				
		1	2	3	4	5
<b>INFORMACION CONSIDERADA</b>						
<b>(=) Recursos demandados</b>		<b>16.119.130</b>	<b>73.356.770</b>	<b>73.279.173</b>	<b>74.843.182</b>	<b>76.490.537</b>
Financiación exigencias de efectivo	C5	5.000.000	60.338.102	59.485.704	60.424.481	61.348.749
<b>(=) Financiación de las carteras y los invent.</b>		<b>11.119.130</b>	<b>13.018.668</b>	<b>13.793.469</b>	<b>14.418.701</b>	<b>15.141.788</b>
Credito concedido a los compradores	C5	7.011.917	7.502.471	8.031.742	8.602.984	9.219.739
Inventario de materias primas	C5	1.893.000	2.763.063	2.793.457	2.824.185	2.855.251
Inventario de empaques	C5	294.000	980.872	1.051.162	1.105.233	1.139.739
Inventario de productos terminados	C3	1.920.214	1.772.262	1.917.108	1.886.299	1.927.060
(-) Recurso credito propor. X proveedor (1)	C6	7.089.877	10.526.027	11.635.161	12.867.850	14.237.937
<b>Inversion acumulada</b>		<b>9.029.253</b>	<b>62.830.744</b>	<b>61.644.011</b>	<b>61.975.332</b>	<b>62.252.600</b>
<b>Inversion requerida</b>		<b>9.029.253</b>	<b>53.801.490</b>	<b>-1.186.732</b>	<b>331.320</b>	<b>277.269</b>

Fuente: Investigación realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 14. Inversión capital de trabajo**



**5.4.10 Flujo de inversión y neto del proyecto:** La tabla da como resultado que el proyecto financieramente es viable dado que la TIR es de 4%, el VPN \$28.907.707 a una Tasa de Oportunidad estimada de 30%

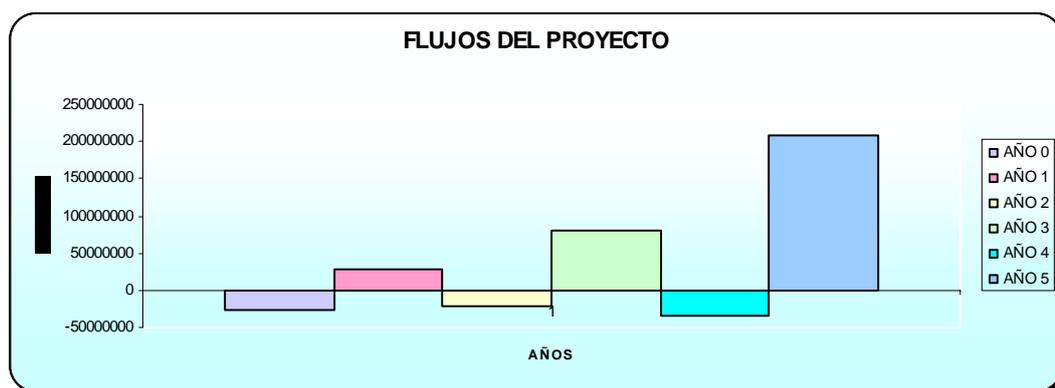
**Tabla 33. Flujos del proyecto**

INFORMACION CONSIDERADA	CP	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Flujos operacionales (INGRESOS)	C4		21.640.954	23.762.524	26.160.290	28.275.124	112.693.763
Flujos de efectivo generados	C4		21.640.954	23.762.524	26.160.290	28.275.124	29.878.688
Valores de Salvamento:							10.281.237
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	C1						
MAQUINARIA Y EQUIPO	C1						5.199.904
EQUIPO DE OFICINA	C1						944.000
EQUIPO DE COMPUTO	C1						4.137.333
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE							
CAPITAL DE TRABAJO ACUMULADOS							62.252.600
(-) Flujo de Inversion(EGRESOS)	C1	30.483.500	9.029.253	53.801.490	19.051.988	331.320	277.269
Gastos preoperativos	C1	4.950.700					
Inversiones Temporales	C5						
En activos Fijos		20.532.800			20.238.720		
En capital de trabajo	C6	5.000.000	9.029.253	53.801.490	-1.186.732	331.320	277.269
<b>FLUJOS NETOS DEL PROYECTO</b>		<b>-30.483.500</b>	<b>12.611.701</b>	<b>-30.038.966</b>	<b>7.108.302</b>	<b>27.943.804</b>	<b>112.416.494</b>

EVALUACION ECONOMICA DEL PROYECTO	
TASA DE OPORTUNIDAD	30%
TASA INTERNA DE RETORNO	34%
VALOR PRESENTE NETO	\$28.907.707
RELACION COSTO BENEFICIO	\$ 1,26

Fuente: Proyección realizada por la autora del proyecto.

**Gráfica 15. Flujos netos del proyecto**



GRÁFICA 10

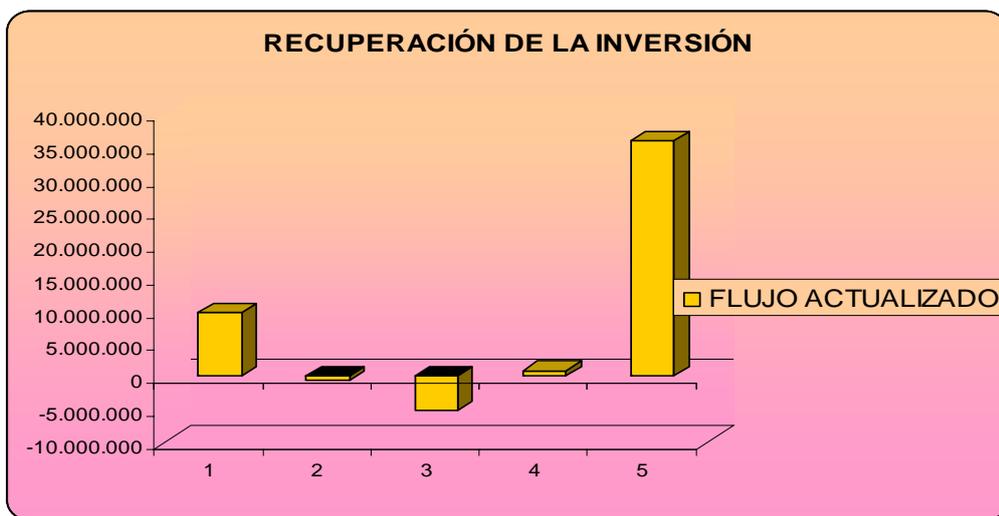
### 5.4.11 Recuperación de la inversión

Tabla 34. Recuperación de la inversión

INFORMACION CONSIDERADA		Años					
		0	1	2	3	4	5
Flujos operacional	C7	0	21.640.954	23.762.524	26.160.290	28.275.124	112.693.763
Flujo de inversiones	C7	-30.483.500	9.029.253	53.801.490	19.051.988	331.320	277.269
<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	C7	<b>-30.483.500</b>	<b>12.611.701</b>	<b>-30.038.966</b>	<b>7.108.302</b>	<b>27.943.804</b>	<b>112.416.494</b>
Tasa de Oportunidad	C7	30%					
<b>FLUJO NETO ACUMULADO SIN ACTUALIZAR</b>			<b>12.611.701</b>	<b>-17.427.265</b>	<b>-10.318.963</b>	<b>17.624.841</b>	<b>130.041.335</b>
Porcentaje de recuperacion de la inversion sin considerar la tasa de oportunidad			41%	-57%	-34%	58%	427%
<b>FLUJO NETO ACTUALIZADO A LA TASA DE OPORTUNIDAD</b>			<b>9.701.308</b>	<b>-10.311.991</b>	<b>-4.696.843</b>	<b>6.170.947</b>	<b>35.023.912</b>
Porcentaje de recuperacion de la inversion considerarando la tasa de oportunidad			32%	-34%	-15%	20%	115%
<b>FLUJO NETO ACUMULADO ACTUALIZADO</b>			<b>9.701.308</b>	<b>-610.683</b>	<b>-5.307.525</b>	<b>863.421</b>	<b>35.887.334</b>

Fuente: Proyección realizada por la autora del proyecto.

Gráfica 16. Flujos de inversión



NOTA: En el año 1 se recuperara el 36% de la inversión, pero el año de recuperación total de la inversión es el año 5

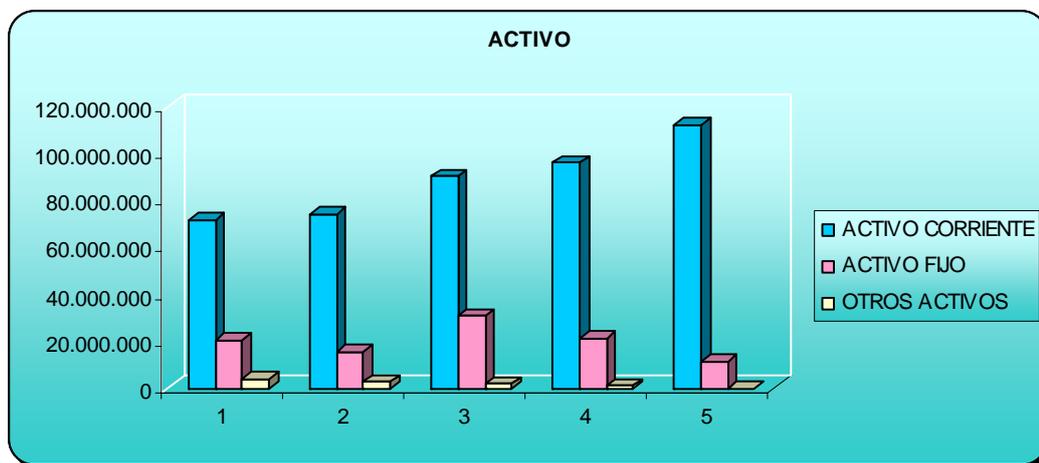
## 5.4.12 Balance General Activos

Tabla 35. Activos

INFORMACION FINANCIERA	CP	ANOS					
		0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>							
Caja y Bancos	C5	5.000.000	60.338.102	59.485.704	60.424.481	61.348.749	71.750.756
Cuentas por Cobrar	C6		7.011.917	7.502.471	8.031.742	8.602.984	9.219.739
Inventario de materias primas	C6		1.893.000	2.763.063	2.793.457	2.824.185	2.855.251
Inventario de empaques	C6		294.000	980.872	1.051.162	1.105.233	1.139.739
Inventario de productos terminados	C6		1.920.214	1.772.262	1.917.108	1.886.299	1.927.060
Inversiones Temporales	C5		0	1.326.812	15.689.643	20.070.065	24.743.869
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>5.000.000</b>	<b>71.457.232</b>	<b>73.831.184</b>	<b>89.907.593</b>	<b>95.837.514</b>	<b>111.636.413</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>							
<b>TERRENOS</b>							
<b>CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES</b>							
MAQUINARIA Y EQUIPO	C1	18.172.800			20.238.720		
EQUIPO DE OFICINA	C1	2.360.000					
FLOTA Y EQUIPO DE TRASNPORTE							
<b>TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO</b>	<b>C1</b>	<b>20.532.800</b>	<b>20.532.800</b>	<b>15.615.573</b>	<b>30.937.067</b>	<b>21.127.829</b>	<b>11.318.592</b>
(-)Depreciaciones acumuladas	PROY.H		4.917.227	4.917.227	9.809.237	9.809.237	9.809.237
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>			<b>15.615.573</b>	<b>10.698.347</b>	<b>21.127.829</b>	<b>11.318.592</b>	<b>1.509.355</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>							
Diferidos	C1	4.950.700	4.950.700	3.960.560	2.970.420	1.980.280	990.140
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>C1</b>	<b>4.950.700</b>	<b>4.950.700</b>	<b>3.960.560</b>	<b>2.970.420</b>	<b>1.980.280</b>	<b>990.140</b>
(-)Amortizacion acumulada diferidos			990.140	990.140	990.140	990.140	990.140
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS</b>		<b>4.950.700</b>	<b>3.960.560</b>	<b>2.970.420</b>	<b>1.980.280</b>	<b>990.140</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>30.483.500</b>	<b>91.033.366</b>	<b>87.499.950</b>	<b>113.015.702</b>	<b>108.146.246</b>	<b>113.145.768</b>

Fuente: Proyección realizada por la autora del proyecto.

Gráfica 17. Activos



El activo corriente se incrementa año a año, indicando que se debe realizar una inversión en maquinaria y equipo en el tercer año.

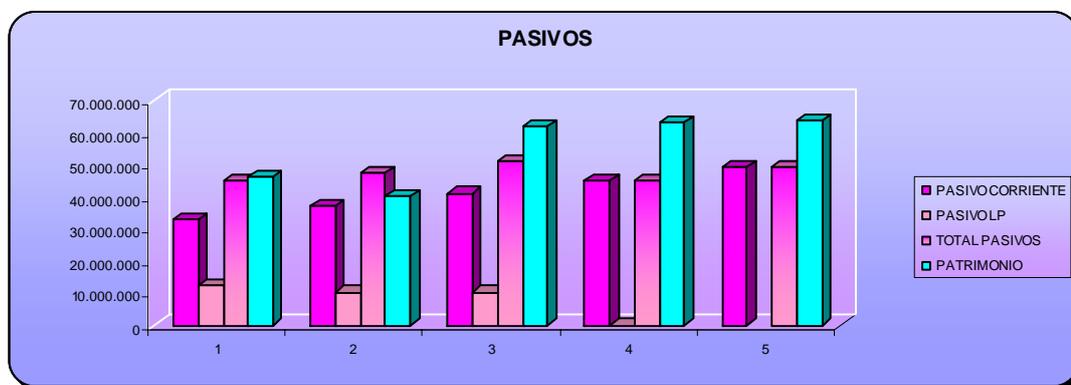
### 5.4.13 Balance General Pasivos y Patrimonio

Tabla 36. Pasivos y Patrimonio

INFORMACION FINANCIERA	CP	ANOS					
		0	1	2	3	4	5
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>							
Obligaciones Bancarias	C2						
Proveedores	C5		18.216.000	21.052.053	23.270.322	25.735.701	28.475.873
Retenciones y aportes de Nómina	C5		1.205.193	1.289.556	1.379.825	1.476.413	1.579.762
Cesantías consolidadas	C5		4.787.969	5.123.127	5.481.746	5.865.468	6.276.051
Impuestos por pagar	C4-C5		8.471.932	9.614.316	10.905.420	12.044.177	12.907.635
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>			<b>32.681.094</b>	<b>37.079.052</b>	<b>41.037.313</b>	<b>45.121.759</b>	<b>49.239.321</b>
<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>							
Obligaciones bancarias	C2		10.117.062	10.117.062	10.117.062		
Préstamos de socios	C1						
<b>TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO</b>			<b>12.135.185</b>	<b>10.117.062</b>	<b>10.117.062</b>	<b>0</b>	
<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>44.816.278</b>	<b>47.196.113</b>	<b>51.154.375</b>	<b>45.121.759</b>	<b>49.239.321</b>
<b>PATRIMONIO</b>							
Capital Social	C1	30.483.500	30.483.500	30.483.500	50.722.220	50.722.220	50.722.220
Reserva legal acumulada			1.573.359	1.785.516	3.810.808	4.262.068	4.633.908
Reserva Legal (10%)	C4		1.573.359	1.785.516	2.025.292	2.236.776	2.397.132
Utilidades acumuladas no distribuidas	C4			14.160.229	28.320.458	37.434.273	47.499.764
Utilidad del ejercicio	C4		14.160.229	8.034.821	9.113.815	10.065.491	10.787.095
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO</b>		<b>30.483.500</b>	<b>46.217.088</b>	<b>40.303.837</b>	<b>61.861.328</b>	<b>63.024.487</b>	<b>63.906.447</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>30.483.500</b>	<b>91.033.366</b>	<b>87.499.950</b>	<b>113.015.702</b>	<b>108.146.246</b>	<b>113.145.767</b>

Fuente: Proyección realizada por la autora del proyecto.

Gráfica 18. Pasivos y Patrimonio



GRÁFICA 13

NOTA: Las obligaciones de la empresa se ven respaldadas también por el patrimonio

## 5.4.14 Análisis principales indicadores y su interpretación

Tabla 37. Análisis e interpretación Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS	FORMULA	AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>1. DE LIQUIDEZ</b>						
1.1 Razón corriente o liquidez	Act.Cte/Pas.Cte	2,19	1,99	2,19	2,12	2,27
1.2 Prueba ácida	Act. Cte - Invent./Pas. Cte	2,06	1,84	2,05	2,00	2,15
1.3 Capital de trabajo	Act. Cte - Pas. Cte	38.776.139	36.752.132	48.870.280	50.715.755	62.397.093
<b>2. DE ACTIVIDAD</b>						
2.1 Rotación capital de trabajo (veces)	Vent.Netas/Cap. Trabajo					2,96
2.2 Rotación activos fijos	Ventas/Act.Fijo bruto	4,76	6,67	3,59	5,61	11,16
2.3 Rotación activos totales	Ventas/Act.Totales	1,07	1,19	0,98	1,10	1,12
2.5 Rotación de patrimonio	Ventas/Patrimonio	2,12	2,59	1,80	1,88	1,98
<b>3. DE ENDEUDAMIENTO</b>						
3.1 Nivel de endeudamiento	Tot pasiv. tercer/total activ	20,01%	24,06%	20,59%	23,80%	25,17%
3.2 Concentración en el corto plazo	Pas. Cte/ Pas. Total Terc.	1,79	1,76	1,76	1,75	1,73
3.3 Apalancamiento	Pas. Cte.Total/ Patrimonio	70,71%	92,00%	66,34%	71,59%	77,05%
3.4 Solvencia total	Patrimonio/activo fijo	2,96	3,77	2,93	5,57	42,34
<b>4. RENTABILIDAD</b>						
4.1 Rendimiento del patrimonio	Utilidad neta/patrimonio	30,64%	39,87%	29,47%	31,94%	33,76%
4.2 Margen bruto de utilidad	Utilidad bruta/ Ventas Netas	69,74%	69,45%	69,15%	68,84%	68,52%
4.3 Margen operacional de utilidad	Utilid. operac./Ventas Netas	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
4.4 Margen neto de utilidad	Utilidad neta/Vent.Netas	10,10%	10,71%	11,35%	11,70%	11,70%
4.5 Rendimiento del activo total	Utilidad Net/ Act.total	15,55%	18,37%	16,13%	18,61%	19,07%

RAZONES FINANCIERAS	RESULTADO	AÑO 1
<b>1. DE LIQUIDEZ</b>		
1.1 Razón corriente o liquidez	2,2	Por cada peso de deuda a corto plazo la empresa dispone de \$2,2 pesos de respaldo para cubrir oportunamente sus deudas
1.2 Prueba ácida	2,1	Por cada peso de deuda a corto plazo la empresa dispone en forma inmediata de \$2,14 pesos para cancelar sus deudas
1.3 Capital de trabajo	39,7	La empresa dispone de \$39,7 pesos para cancelar su pasivo a corto plazo oportunamente
<b>2. DE ACTIVIDAD</b>		
2.1 Rotación capital de trabajo (veces)		
2.2 Rotación activos fijos	5	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso invertido en activos fijos 4 veces
2.3 Rotación activos totales	1	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso de activos totales 1 vez
2.5 Rotación de patrimonio	2	Número de veces que las ventas rotaron por cada peso de patrimonio 2 vez
<b>3. DE ENDEUDAMIENTO</b>		
3.1 Nivel de endeudamiento	20%	Participación de terceros por cada peso que la empresa tiene en activos es de 21%
3.2 Concentración en el corto plazo	2	Participación de acreedores de corto plazo sobre el total del pasivo es de 2%
3.3 Apalancamiento	71%	Porcentaje comprometido con terceros por cada peso de patrimonio es del 69%
3.4 Solvencia total	3	Capacidad de respaldo del patrimonio por cada peso invertido en activos fijos es de \$3
<b>4. RENTABILIDAD</b>		
4.1 Rendimiento del patrimonio	30,6%	% de utilidad que los socios obtuvieron por cada peso de patrimonio es del 29,4%
4.2 Margen bruto de utilidad	69,7%	% de utilidad bruta sobre cada peso de ventas totales es del 69,4%
4.3 Margen operacional de utilidad	20,0%	% de las utilidades operacionales por cada peso de ventas netas es de 20%
4.4 Margen neto de utilidad	10,1%	% de utilidad neta por cada peso de las ventas netas es del 10%
4.5 Rendimiento del activo total	15,6%	% de utilidad por cada peso invertido en activos es del 14,7%

Fuente: Análisis e interpretación de los Indicadores Financieros para el año 1, realizado por la autora del proyecto.

#### 5.4.15 Resúmen proyecciones financieras y de evaluación

Tabla 38. Resumen proyecciones

CONCEPTOS HORIZONTE DEL PROYECTO	A N O S					
	0	1	2	3	4	5
PROYECCION DE VENTAS		840	840	924	979	1.019
COSTOS VARIABLES		42.434.418	45.842.004	49.559.643	53.617.792	58.050.060
COSTOS FIJOS		69.756.249	74.197.531	78.948.235	84.029.948	89.465.764
COSTO UNITARIO		133.560	142.904	139.078	140.537	144.820
PUNTO DE EQUILIBRIO		672	672	739	784	815
PRECIO UNITARIO DE VENTA		166.950	178.630	173.847	175.671	181.025
INGRESOS POR VENTAS		140.238.334	150.049.419	160.634.848	172.059.675	184.394.780
COSTO DE VENTAS		42.434.418	45.842.004	49.559.643	53.617.792	58.050.060
GASTOS OPERACIONALES ADMON Y VENTAS		69.756.249	74.197.531	78.948.235	84.029.948	89.465.764
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	20.532.800			20.238.720		
INVERSION DIFERIDA	4.950.700					
EFFECTIVO PARA INICIO	5.000.000	60.338.102	59.485.704	60.424.481	61.348.749	
INVERSIONES TEMPORALES			1.326.812	15.689.643	20.070.065	24.743.869
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO		9.029.253	62.830.744	61.644.011	61.975.332	62.252.600
FLUJO NETO DE CAJA	-30.483.500	12.611.701	-30.038.966	7.108.302	27.943.804	112.416.494
TASA DE OPORTUNIDAD	30%					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	34%					
VALOR PRESENTE NETO	28.907.707					
RELACION BENEFICIO-COSTO	1,26					
RECUPERACION DE LA INVERSION		32%	-34%	-15%	20%	115%
UTILIDADES NETAS A DISTRIBUIR		14.160.229	16.069.642	18.227.631	20.130.982	21.574.189

Fuente: Resúmen realizado por la autora del proyecto.

El análisis del Punto de Equilibrio realizado para la vida económica del proyecto se considera aceptable, ya que para alcanzarlo la empresa le bastara vender en promedio 70% de su producción anual. La TIR del proyecto es de 34%, lo cual se considera aceptable. El índice beneficio costo es del 1.26, siendo aceptable ya que por cada peso que se invierta se obtendrá 0.26 de utilidad.

Se realizó el cálculo de los salarios del personal de la empresa y la carga prestacional proyectada a cinco años.

## CONCLUSIONES

En general podemos concluir que con base en los análisis realizados en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, el proyecto de creación de empresa, dedicada a la fabricación y comercialización de ornamentos litúrgicos iniciará sus operaciones en la Diócesis Urbana de Engativá, en Bogotá, extendiéndose hacia la Arquidiócesis de Bogotá, es rentable y es aconsejable que se lleve a cabo, ya que el mismo presenta índices aceptables de rentabilidad, debido a una excelente relación entre costo y beneficio que presenta.

En cuanto al tipo de empresa al que pertenece este proyecto, el estado de situación actual es la poca oferta que existe en el mercado eclesiástico de los ornamentos religiosos, además de la poca información existente sobre un estudio previo relacionado con ornamentos litúrgicos.

Después de analizar el mercado para conocer el comportamiento de la demanda y oferta de los ornamentos litúrgicos se establecieron las siguientes conclusiones:

Existe un mercado creciente para estos productos, que puede ser desarrollado con excelente resultados, la idea que se realice esta empresa en la Diócesis de Engativá generó mucha expectativa en los clientes.

Respecto al Estudio Técnico el grado de tecnología, calidad del producto, innovación, valor agregado a desarrollar en este proyecto constituye una ventaja competitiva, ya que actualmente en el mercado existen pocas empresas que producen esta clase de productos.

Lo más importante para el desarrollo del proyecto es el factor humano, el compromiso y responsabilidad asumido por cada colaborador es de los elementos necesarios para el éxito del proyecto. En el estudio jurídico y legal se presentan

los requisitos legales y organizacionales que orientaran a los responsables de la empresa hacia el logro de los objetivos establecidos al inicio de las operaciones, se establecieron los perfiles y las funciones para cada cargo dentro de la organización. La realización de los trámites para la creación de la empresa son fáciles de realizar, la normatividad existente es sencilla y entendible.

La capacidad de pago del proyecto demuestra que el mismo es capaz de cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo con una margen aceptable de liquidez. Los flujos de caja proyectados demuestran que el proyecto tiene la solvencia necesaria para poder cubrir sus costos y gastos anuales.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda desarrollar el proyecto porque presenta índices aceptables de rentabilidad debido a una excelente relación entre costos y beneficios que presenta.

El financiamiento conviene ser de un 26% por parte de los gestores y de un 74% capital externo.

Invertir en hacia el año 3 en maquinaria y equipo, ampliando la infraestructura.

Para cumplir con la proyección de ventas se hace necesario buscar y expandir la empresa, a todo el mercado de la Arquidiócesis de Bogotá.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ICONTEC, Compendio Tesis y otros trabajos de grado, 2000

LAMBING Peggy; KUEHL Charles, Empresarios Pequeños y Medianos, Editorial Prentice Hall, Mexico, 1998

MENDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo, Metodología: Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, Editorial McGraw Hill, Santafé de Bogotá, 1995.

ORTIZ ANAYA, Héctor, Análisis Financiero Aplicado, Universidad Externado de Colombia, 9 Edición. Colombia 1.996

## FUENTES

<http://www.arquibogota.org.co>, recuperado 28 de junio de 2003

<http://www.banrep.gov.co/documentos/junta-directiva/informe-congreso/2008/marzo2008.pdf> , recuperado el 8 de abril de 2008

[http://camara.ccb.org.co/documentos/caracterizacion\\_de\\_las\\_cadenas\\_productivas\\_DEF.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/caracterizacion_de_las_cadenas_productivas_DEF.pdf) recuperado el 9 de abril de 2008

[http://www.dane.gov.co/files/ses/ses\\_2007/24\\_28\\_dic07.pdf](http://www.dane.gov.co/files/ses/ses_2007/24_28_dic07.pdf) recuperado el 8 de abril de 2008

<http://web.presidencia.gov.co/sp/2008/enero/14/04142008.html> recuperado el 8 de abril de 2008

<http://www.actualicese.com/actualidad/2008/01/09/64-indicadores-basicos-para-aplicar-al-finalizar-2007-e-iniciar-el-2008/> recuperado el 10 de abril de 2008

<http://www.cijuf.org.co/documentos/empresaunipersonal.doc> recuperado el 18 de abril de 2008

<http://www.crediseguro.com.co/descarga/InformeSectorTextilEnero2008.pdf> recuperado el 8 de abril de 2008

[www.corazones.org/biblia\\_y\\_liturgia/liturgia/vestimenta\\_liturgica.htm](http://www.corazones.org/biblia_y_liturgia/liturgia/vestimenta_liturgica.htm) recuperado el 14 de abril de 2008

<http://www.iglesia.cl/iglesiachile/prensa/glosario.rtf>, recuperado el 10 de mayo de 2008

<http://www.slabbinck.be/catalog/> recuperado el 10 de mayo de 2008

<http://www.suratep.com/glosario/#riesgo> recuperado el 10 de mayo de 2008

[http://www.tusolucionlegal.com/constitucion\\_de\\_empresa\\_unipersonal.aspx](http://www.tusolucionlegal.com/constitucion_de_empresa_unipersonal.aspx)  
recuperado el 18 de abril de 2008

[http://www.vatican.va/archive/ESL0020/\\_\\_\\_P1B.HTM](http://www.vatican.va/archive/ESL0020/___P1B.HTM), recuperdo el 10 de mayo de 2008

**ANEXOS**  
**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS**  
**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**FORMATO DE ENCUESTA**

NO. \_\_\_\_\_

Respetado Padre, la siguiente es una encuesta de comportamiento del cliente frente a la adquisición de ornamentos litúrgicos, mi nombre es Carmen Rodríguez estudiante de décimo semestre en la Universidad Minuto de Dios, esta encuesta hace parte del estudio de mercados del plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a fabricar y comercializar ornamentos litúrgicos, como tesis de grado para optar el título de administrador de empresas

NOMBRE \_\_\_\_\_  
PARROQUIA \_\_\_\_\_  
DIRECCIÓN \_\_\_\_\_  
TELEFONO \_\_\_\_\_  
MAIL \_\_\_\_\_

CLÉRIGO DIOCESANO \_\_\_\_\_  
CLERIGO COMUNIDAD \_\_\_\_\_  
NOMBRE DE LA COMUNIDAD \_\_\_\_\_

**CREACION DE EMPRESA PARA LA FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE  
ORNAMENTOS LITÚRGICOS EN LA DIOCESIS URBANA DE ENGATIVÁ**

(MARQUE CON UNA X)

1. ¿Con que frecuencia adquiere los ornamentos litúrgicos?

ALBAS

- 1.1 Cada tres meses \_\_\_\_\_  
1.2 Cada seis meses \_\_\_\_\_  
1.3 Cada año \_\_\_\_\_

b) CASULLAS

- 1.4 Cada tres meses \_\_\_\_\_  
1.5 Cada seis meses \_\_\_\_\_  
1.6 Cada año \_\_\_\_\_

c) ESTOLAS

- 1.7 Cada tres meses \_\_\_\_\_  
1.8 Cada seis meses \_\_\_\_\_  
1.9 Cada año \_\_\_\_\_

2. Por favor, indique en que lugares adquiere los ornamentos litúrgicos.

2.1 Tiendas eclesiásticas \_\_\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

2.2 Conventos religiosos \_\_\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

2.3 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

3. En escala de 1 a 7, donde 7 es muy importante y 1 nada importante ¿Cuál es la característica más importante para usted a la hora de comprar los ornamentos litúrgicos?

3.1 Precio \_\_\_\_\_

3.2 Diseño \_\_\_\_\_

3.3 Calidad \_\_\_\_\_

3.4 Durabilidad \_\_\_\_\_

3.5 Accesibilidad \_\_\_\_\_

3.6 Punto de venta \_\_\_\_\_

3.7 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

4. Cuál es su grado de satisfacción con la compra de ornamentos litúrgicos?

5.1 Muy satisfecho \_\_\_\_\_

5.2 Satisfecho \_\_\_\_\_

5.3 Insatisfecho \_\_\_\_\_

5.4 Muy insatisfecho \_\_\_\_\_

5. Le gustaría que cuando va a comprar los ornamentos litúrgicos, usted tuviera la posibilidad de elegir el diseño de la imagen y los galones en las casullas y estolas?

5.1 SI \_\_\_\_\_ 5.2 NO \_\_\_\_\_ 5.3 LE ES INDIFERENTE \_\_\_\_\_

6. ¿Actualmente cuanto paga por cada uno de los siguientes ornamentos?

ESTOLA

Sencilla con aplique

6.1 \$60.000 \_\_\_\_\_

6.2 \$65.000 \_\_\_\_\_

6.3 \$70.000 \_\_\_\_\_

6.4 \$75.000 \_\_\_\_\_

6.5 \$80.000 \_\_\_\_\_

Sencilla bordada

6.1 \$80.000 \_\_\_\_\_

6.2 \$85.000 \_\_\_\_\_

6.3 \$90.000 \_\_\_\_\_

6.4 \$95.000 \_\_\_\_\_

6.5 \$100.000 \_\_\_\_\_

Doble con aplique

6.6 \$75.000 \_\_\_\_\_

6.7 \$80.000 \_\_\_\_\_

6.8 \$85.000 \_\_\_\_\_

6.9 \$90.000 \_\_\_\_\_

6.10 \$95.000 \_\_\_\_\_

Doble bordada

6.11 \$ 95.000 \_\_\_\_\_

6.12 \$100.000 \_\_\_\_\_

6.13 \$105.000 \_\_\_\_\_

6.14 \$110.000 \_\_\_\_\_

6.15 \$115.000 \_\_\_\_\_

CASULLA

Aplique

Bordada

Con galón

6.6 \$200.000 \_\_\_\_\_

6.9 \$500.000 \_\_\_\_\_

6.13 \$400.000 \_\_\_\_\_

6.7 \$250.000 \_\_\_\_\_

6.10 \$550.000 \_\_\_\_\_

6.14 \$500.000 \_\_\_\_\_

6.7 \$300.000 \_\_\_\_\_

6.11 \$600.000 \_\_\_\_\_

6.15 \$600.000 \_\_\_\_\_

6.8 \$350.000 \_\_\_\_\_

6.12 \$650.000 \_\_\_\_\_

6.16 \$700.000 \_\_\_\_\_

ALBA

Sencilla

Calada

6.18 \$70.000 \_\_\_\_\_

6.23 \$80.000 \_\_\_\_\_

6.19 \$75.000 \_\_\_\_\_

6.24 \$85.000 \_\_\_\_\_

6.20 \$80.000 \_\_\_\_\_

6.25 \$90.000 \_\_\_\_\_

6.21 \$85.000 \_\_\_\_\_

6.26 \$95.000 \_\_\_\_\_

6.22 \$90.000 \_\_\_\_\_

6.27 \$100.000 \_\_\_\_\_

8. Actualmente al comprar los ornamentos le ofrecen las siguientes posibilidades?

8.1 Solicitar el pedido a domicilio \_\_\_\_\_

8.2 Tomar medidas en el lugar donde se encuentra \_\_\_\_\_

8.3 Entrega del producto adquirido a domicilio \_\_\_\_\_

8.4 Crédito \_\_\_\_\_

8.5 Promociones \_\_\_\_\_

8.6 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

9. En general cuanto tiempo se demoran en entregar los productos desde la orden de pedido

9.1 Cuatro días \_\_\_\_\_

9.2 Ocho días \_\_\_\_\_

9.3 Diez días \_\_\_\_\_

9.4 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

10. Si pudiese cambiar algo cuando va adquirir los ornamentos litúrgicos ¿qué sería?

10.1 El desplazamiento hasta el lugar de compra \_\_\_\_\_

10.2 La atención \_\_\_\_\_

10.3 El tiempo en la entrega del pedido \_\_\_\_\_

10.4 Precios ofrecidos en los ornamentos \_\_\_\_\_

10.5 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

La encuesta ha concluido.

Muchas gracias por su colaboración.

CARMEN RODRIGUEZ  
PROYECTO DE GRADO

**ANEXO A**

**BASE DE DATOS PARROQUIAS ARQUIDIOCESIS DE BOGOTÁ Y DIOCESIS DE ENGATIVÁ**

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
20 DE JULIO	20 DE JULIO
ARQUIDIOCESIS DE BOGOTÁ	LA CANDELARIA
BEATO GUILLERMO JOSÉ CHAMINADE	PALERMO SUR
BEATO JOSÉ ALLAMANO	GALÁN
BEATO MARIANO DE JESÚS	ROSALES
BEATO SANTIAGO ALBERIONE	ESTRELLA
BELÉN	BELÉN
CORPUS CHRISTI	NICOLÁS DE FEDERMÁN
CRISTO DE LA PAZ	MARICHUELA
CRISTO MAESTRO	BELLA SUIZA
CRISTO MISIONERO	MONTE BLANCO
CRISTO RESUCITADO	LA ESMERALDA
CRISTO REY	CHICO NORTE
CRISTO SACERDOTE	LOS ALCÁZARES
DEI VERBUM	PUENTE LARGO
EGIPTO	EGIPTO
EL BUEN PASTOR	MEISSEN
EL CLARET	CLARET
EL DIVINO ROSTRO	TUNJUELITO
EL DIVINO SALVADOR	CHAPINERO
EL ESPÍRITU SANTO	LA MAGDALENA
EL HOSPITAL SAN JOSÉ	LA SABANA
EL SANTO CURA DE ARS	LA FRAGUA
EL SEÑOR CAÍDO	MONSERRATE
EL SEÑOR DE LA COLUMNA	SAN VICENTE - SUR ORIENTAL
EL SEÑOR DE LOS MILAGROS	LA SOLEDAD
EL VOTO NACIONAL	VOTO NACIONAL
ESPÍRITU SANTO	SAN ANTONIO
GUAYMARAL	VEREDA CAMPESTRE - GUAYMARAL
HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS	
IGLESIA DE LA CANDELARIA	CANDELARIA
IGLESIA DE LA TERCERA	CENTRO

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
JESUCRISTO REDENTOR	MAZURÉN
JESUCRISTO, LUZ DEL MUNDO	CALVO SUR
JESUCRISTO, NUESTRA PASCUA	VILLA MAYOR - ANTIGUA
JESUCRISTO, SEÑOR DE LA VIDA	CASA BLANCA NORTE
JESÚS NAZARENO	PUENTE ARANDA
JESÚS Y MARÍA	SIERRA MORENA
LA ANUNCIACIÓN	LOS ANDES
LA ASUNCIÓN	SANTA SOFÍA
LA CANDELARIA	CANDELARIA LA NUEVA
LA CAPUCHINA	LA CAPUCHINA
LA CATEDRAL	LA CANDELARIA
LA CONSOLATA	EL VERGEL
LA DIVINA PROVIDENCIA	JORGE ELIÉCER GAITÁN
LA EPIFANÍA	QUINTA PAREDES
LA INMACULADA CONCEPCIÓN	ACEVEDO TEJADA
LA INMACULADA CONCEPCIÓN - CHICÓ	CHICÓ
LA NATIVIDAD DE NUESTRA SEÑORA	SAN CARLOS
LA PERSEVERANCIA	PERSEVERANCIA
LA PORCIÚNCULA	QUINTA CAMACHO
LA PRESENTACIÓN	LA GLORIA
LA RESURRECCIÓN	LA RESURRECCIÓN
LA SAGRADA EUCARISTÍA	PABLO VI - I ETAPA
LA SAGRADA FAMILIA	EL CARMEN
LA SAGRADA PASIÓN	LA FAVORITA
LA SANTA CRUZ	CASA BLANCA NORTE
LA SANTÍSIMA TRINIDAD	LA MERCED DEL NORTE
LA TRANSFIGURACIÓN	LA PRADERA
LA VALVANERA	RESTREPO
LA VERACRUZ	CENTRO
LA VISITACIÓN DE NUESTRA SEÑORA	SANTA RITA
LAS ANGUSTIAS	ALAMEDA - CENTRO
LAS CRUCES	LAS CRUCES
LOS DOCE APÓSTOLES	TRINIDAD GALÁN
LOS SAGRADOS CORAZONES DE JESÚS Y MARÍA	GRANADA SUR

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
LOS SANTOS ÁNGELES CUSTODIOS	ACEVEDO TEJADA
LOS SANTOS REYES	GUSTAVO RESTREPO
MADRE DE LOS CREYENTES	CANADÁ - GÜIRA
MADRE DEL DIVINO AMOR	MORALVA
MADRE DEL SALVADOR	GALERÍAS
MADRE TERESA DE CALCUTA	CASA LINDA DEL TUNAL
MARÍA AUXILIADORA	LA VICTORIA
MARÍA AUXILIO DE LOS CRISTIANOS	CIUDAD MONTES - II SECTOR
MARÍA MADRE DE DIOS	JAZMÍN
MARÍA REINA	SANTA FE
MARÍA REINA DE LOS APÓSTOLES	JUAN PABLO II
MARÍA, ESTRELLA DE LA EVANGELIZACIÓN	EL VIRREY
NIÑO JESÚS DE PRAGA - CANTALEJO	CANTALEJO
NUESTRA SEÑORA DE APARECIDA	COLINAS DE CANTABRIA IV
NUESTRA SEÑORA DE CHIQUINQUIRÁ	CHAPINERO
NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE	RIONEGRO
NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ	SANTANDER
NUESTRA SEÑORA DE LA PEÑA	LOS LACHES
NUESTRA SEÑORA DE LA SABIDURÍA	LOS SAUCES
NUESTRA SEÑORA DE LAS AGUAS	LA CANDELARIA
NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS	SANTA ISABEL
NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES	RICAUARTE
NUESTRA SEÑORA DE LAS NIEVES	LAS NIEVES
NUESTRA SEÑORA DE LOS DOLORES	SAN BERNARDO
NUESTRA SEÑORA DE LOURDES	CHAPINERO
NUESTRA SEÑORA DE MONGUÍ	DOCE DE OCTUBRE
NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA	SANTA BÁRBARA
NUESTRA SEÑORA DEL BUEN CONSEJO	NORIENTAL
NUESTRA SEÑORA DEL CAMPO	MIRANDA
NUESTRA SEÑORA DEL CONSUELO	CEDRO GOLF
NUESTRA SEÑORA DEL LUCERO	BARRANCAS
NUESTRA SEÑORA DEL MONTE CARMELO	LUCERO BAJO
NUESTRA SEÑORA DEL PERPETUO SOC.	DELICIAS DEL CARMEN
NUESTRA SEÑORA DEL PILAR	OLAYA
	EL RECUERDO

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO DE FÁTIMA	FÁTIMA
NUESTRA SEÑORA DEL SAGRADO CORAZÓN	SUCRE
SAN ALBERTO HURTADO	SAN JAVIER
SAN ALBERTO MAGNO	JOSÉ JOAQUÍN VARGAS
SAN AMBROSIO	EL BATÁN
SAN ANTONIO DE PADUA	SAN ANTONIO
SAN ATANASIO	GRAN YOMASA
SAN BARTOLOMÉ APÓSTOL	CALATRAVA - LAS VILLAS
SAN BENITO	SAN BENITO
SAN BERNABÉ APÓSTOL	PRIMAVERA
SAN BERNARDO	BRAVO PÁEZ
SAN BUENAVENTURA	NUEVA ZELANDIA
SAN CALIXTO CARAVARIO	SAN CRISTÓBAL NORTE
SAN CAMILO DE LELIS	
SAN CIPRIANO	GRANADA NORTE
SAN CLEMENTE MÁRTIR	LA TRINIDAD
SAN CRISTÓBAL	SAN CRISTÓBAL - SUR
SAN DIEGO	SAN DIEGO
SAN ESTEBAN PROTOMÁRTIR	ALCALÁ
SAN FERNANDO REY	SAN FERNANDO
SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO II SECTOR
SAN FRANCISCO	CENTRO
SAN FRANCISCO DE PAULA	BOSQUE CALDERON
SAN FRANCISCO DE SALES	CIUDAD JARDÍN - NORTE
SAN GABRIEL ARCÁNGEL	CIUDAD JARDÍN SUR
SAN GERARDO MAYELA	SAN LUIS
SAN GREGORIO MAGNO	CUNDINAMARCA
SAN IGNACIO DE LOYOLA	QUIROGA
SAN IRENEO	MILENTA
SAN ISIDORO DE SEVILLA	BABILONIA
SAN ISIDRO	SAN ISIDRO I SECTOR
SAN JAVIER	VILLA JAVIER
SAN JERÓNIMO EMILIANI	PORTAL DEL NORTE
SAN JORGE	LA PATRIA
SAN JOSÉ	CIUDAD JARDÍN SUR

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
SAN JOSÉ CAFASSO	TOBERÍN
SAN JOSÉ DE CALASANZ	LA CASTELLANA
SAN JOSÉ OBRERO	SAN JOSÉ SUR
SAN JOSEMARÍA ESCRIVÁ DE BALAGUER	POTOSÍ
SAN JUAN BAUTISTA DE LA SALLE	CONTY SUR
SAN JUAN BOSCO	LA CITA
SAN JUAN CRISÓSTOMO	NIZA
SAN JUAN DE ÁVILA	CONTADOR
SAN JUAN DE DIOS	CENTRO
SAN JUAN DIEGO	BUENAVISTA
SAN JUAN MARÍA VIANNEY	VERBENAL I
SAN JUAN NEUMANN	USMINIA
SAN JUDAS TADEO	MARCO FIDEL SUÁREZ
SAN LEÓN MAGNO	BELLO HORIZONTE
SAN LUCAS	LA ASUNCIÓN
SAN LUIS BELTRÁN	POLO CLUB
SAN LUIS DE LOS FRANCESES	
SAN LUIS DE TOLOSA	TIBABITA
SAN LUIS GONZAGA	QUIROGA
SAN LUIS VERSIGLIA, MÁRTIR	CHIRCALES
SAN MANUEL MORALES	CEDRITOS
SAN MARCELINO CHAMPAGNAT	ALFONSO LÓPEZ
SAN MARCOS	GIRADOT
SAN MARIO	LA FLORA
SAN MARTÍN DE LA CARIDAD	PARDO RUBIO
SAN MARTÍN DE PORRES	BENJAMÍN HERRERA
	SAN MARTÍN DE LOBA - I
	SECTOR
SAN MARTÍN DE TOURS	SIMÓN BOLÍVAR
SAN MATEO	
SAN MAXIMILIANO KOLBE	TIERRA LINDA
SAN MIGUEL	MODELO NORTE
SAN MIGUEL ARCÁNGEL	ACEVEDO TEJADA
SAN NICOLÁS	SAN NICOLÁS
SAN NORBERTO	LA CALLEJA BAJA
SAN PABLO	TEJAR

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
SAN PASCUAL BAILÓN	PRADO PINZÓN
SAN PEDRO	PRADO VERANIEGO
SAN PEDRO APÓSTOL	JUAN XXIII
SAN PEDRO CLAVER	SAMPER MENDOZA
SAN PEDRO JULIÁN EYMARD	EL PARAISO
SAN PEDRO NOLASCO	COLOMBIA
SAN PÍO DE PIETRELCINA	MANUELA BELTRÁN
SAN POLICARPO	DIANA TURBAY - AYACUCHO
SAN RAFAEL ARCÁNGEL	BRASILIA
SAN RAMÓN NONATO	MOLINOS I SECTOR
SAN RICARDO PAMPURI	SOCIEGO
SAN ROQUE	LA ESTANZUELA
SAN SEBASTIÁN	CIUDAD TUNAL
SAN TARSICIO	CEDRITOS
SAN VALENTÍN DE BERRIOCHOA	LA FISCALA
SAN VICENTE DE PAÚL	7 DE AGOSTO
SAN VICENTE FERRER	SAN VICENTE
SAN WENCESLAO	SAN CRISTÓBAL NORTE
SANTA ÁGUEDA	CARABELAS
SANTA AMELIA	TEJARES DEL NORTE
SANTA ANA	TEUSAQUILLO
SANTA BÁRBARA - CENTRO	SANTA BÁRBARA - CENTRO
SANTA BEATRIZ	SANTA BÁRBARA OCCIDENTAL
SANTA BIBIANA	SANTA ANA ORIENTAL
SANTA CATALINA DE LABOURÉ	LOS LIBERTADORES
SANTA CECILIA	VENECIA
SANTA CLARA	CHICÓ RESERVADO
SANTA EDITH STEIN	GUACAMAYAS - I SECTOR
SANTA FRANCISCA ROMANA	LOS ALCÁZARES
SANTA GEMA GALGANI	NAVARRA
SANTA HELENA	EDUARDO SANTOS
SANTA INÉS	SANTA INÉS
SANTA ISABEL DE HUNGRÍA	MUZÚ
SANTA LUCÍA	SANTA LUCÍA
SANTA MAGDALENA SOFÍA BARAT	NUEVO MUZÚ

<b>NOMBRE</b>	<b>BARRIO</b>
SANTA MARGARITA REINA	LAS ACACIAS
SANTA MARÍA DE JERUSALÉN	JERUSALÉN - SECTOR TANQUE
SANTA MARÍA DE LA ESPERANZA	SANTA LIBRADA
SANTA MARÍA DE PENTECOSTÉS	ARBORIZADORA ALTA
SANTA MARÍA DEL CAMINO	COLINA CAMPESTRE
SANTA MARÍA DEL CEDRO	CAOBOS SALAZAR
SANTA MARÍA DEL MONTE	SAN ISIDRO I
SANTA MARÍA DEL PRADO	SAN JOSÉ DE BAVARIA
SANTA MARÍA GORETTI	LA CASTELLANA
SANTA MARÍA MADRE DE JESÚS	DANUBIO AZUL
SANTA MARÍA MAGDALENA	VILLLA MAGDALA
SANTA MARÍA MAZZARELLO	SAN ANTONIO - NORTE
SANTA MARÍA SOLEDAD TORRES ACOSTA	VERAGUAS CENTRAL
SANTA MARTA	ALFONSO LÓPEZ - NORTE
SANTA MATILDE	SANTA MATILDE
SANTA MÓNICA	EL NOGAL
SANTA RITA DE CASSIA	ANTIGUO COUNTRY
SANTA ROSA DE LIMA	LA ALQUERÍA
SANTA TERESA DE ÁVILA	MUEQUETÁ
SANTA TERESITA	PALERMO
SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS	RICAUARTE
SANTO DOMINGO DE GUZMÁN	VISTA HERMOSA
SANTO DOMINGO SAVIO	PASADENA
SANTO TOMÁS APÓSTOL	SALAZAR GÓMEZ
SANTO TOMÁS BECKET	PRADO VERANIEGO
SANTO TOMÁS DE AQUINO	AURORA II
SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO	SAN AGUSTÍN SUR
SANTOS COSME Y DAMIÁN	CENTRO NARIÑO
SANTOS TIMOTEO Y TITO	LA ALBORADA
SANTUARIO DEL CARMEN	LA CANDELARIA
SISTEMAS	CENTRO
TEMPLETE	PARQUE SIMÓN BOLIVAR
USAQUÉN	USAQUÉN CENTRO

FUENTE: <http://www.arquibogota.org.co/?idcategoria=>, recuperado el 28 de julio de 2008

## PARROQUIAS DIÓCESIS DE ENGATIVÁ

BEATO JUAN BAUTISTA SCALABRINI	LISBOA - SUBA
BEATO JUAN XXIII	SABANA DE TIBABUYES
CRISTO LUZ DE LAS GENTES	LA CLARITA
CRISTO SACERDOTE	LOS CEREZOS
JESUCRISTO CAMINO VERDAD Y VIDA	CIUDADELA NVA. TIBABUYES
JESÚS, SIERVO DE YAHVÉ	LOS ALMENDROS DE SUBA
LA ENCARNACIÓN	FLORENCIA
LA INMACULADA CONCEPCIÓN	SUBA (PUEBLO)
LAS BIENAVENTURANZAS	HUEVOS DE ORO
MADRE DE LA DIVINA GRACIA	TIBABUYES UNIVERSAL
MADRE DEL DIVINO NIÑO	MADRIGAL
MADRE DEL REDENTOR DE SUBA	COMPARTIR SUBA
MADRE DEL VERBO DIVINO	ALAMOS - ENGATIVA
MARÍA MADRE ADMIRABLE	EL POTRERILLO-SUBA
NUESTRA SEÑORA DE COPACABANA	BOLIVIA
NUESTRA SEÑORA DE LA CONSOLACIÓN	BOYACA REAL
NUESTRA SEÑORA DE LA RECONCILIACIÓN	CIUDADELA COLSUBSIDIO
NUESTRA SEÑORA DE LUJÁN	LUJAN
NUESTRA SEÑORA DEL ROCÍO	EUROPA
NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO DE COTA	COTA - CUNDINAMARCA
NUESTRA SEÑORA DEL TOPO	SANTA ROSITA
PADRE NUESTRO	CONEJERA-SUBA
SAGRADA EUCARISTÍA	COTA - CUNDINAMARCA
SAN AGUSTÍN	EL RINCON SUBA
SAN ANSELMO	LA GAITANA - SUBA
SAN BASILIO MAGNO	BOCHICA II - ENGATIVA
SAN CALIXTO	COSTA AZUL- SUBA
SAN CARLOS BORROMEIO	VILLA LUZ
SAN DIONISIO	BILBAO - SUBA
SAN EZEQUIEL MORENO	TUNA ALTA -SUBA
SAN FELIPE APÓSTOL	BOSQUE POPULAR

SAN FRANCISCO DE BORJA	VILLAS DE GRANADA
SAN JERÓNIMO	NORMANDIA
SAN JOAQUÍN	LAS FERIAS
SAN JUAN DE MATA	TABORA
SAN JUAN EUDES	MINUTO DE DIOS
SAN JUAN EVANGELISTA	LA GRANJA
SAN LORENZO DIÁCONO Y MÁRTIR	ENGATIVÁ
SAN SILVESTRE	BONANZA
SAN SIMÓN APÓSTOL	LA CABAÑA
SANTA ÁNGELA MERICI	EL CORTIJO
SANTA CATALINA DE SIENA	LA FLORIDA BLANCA
SANTA GERTRUDIS	SUBA
SANTA JUANA DE LESTONNAC	ALAMOS DORADO
SANTA MAGDALENA NAGASAKI	VILLA ELISA-SUBA
SANTA MARÍA DE LOS SIERVOS	PALESTINA
SANTA MARÍA DEL LAGO	SANTA MARIA DEL LAGO
SANTA MARÍA VIRGEN	BOSQUES DE MARIANA
SANTA MARIANA DE JESÚS	QUIRIGUA
SANTÍSIMO REDENTOR	PARIS-GAITAN
SANTO TOMÁS DE VILLANUEVA	SAN MARCOS
SANTOS MÁRTIRES GERVASIO Y PROTASIO	TOBERIN
SEÑOR DE LA MISERICORDIA	VILLA CRISTINA
TODOS LOS SANTOS	BACHUE
VERBO DIVINO	GARCES NAVAS

FUENTE: <http://www.arquibogota.org.co/?idcategoria=>, recuperado el 28 de julio de 2008

## **ANEXO B**

## ORNAMENTOS LITÚRGICOS <sup>15</sup>

### CASULLAS



### ALBA



### ESTOLA



### BORDADOS <sup>16</sup>



### ANEXO C

<sup>15</sup>Imágenes de fotos y patrones tomadas de <http://www.slabbinc.be/catalog/>

<sup>16</sup>Imágenes de fotos u patrones tomadas de <http://www.cruzblanca.org/hermanoleon/color/hl/si.htm>

## MATERIAL PROMOCIONAL

### TARJETAS DE PRESENTACIÓN

SANTAMARIA E.U  
ORNAMENTOS LITÚRGICOS

CARMEN RODRIGUEZ Q.  
Gerente General

Diagonal 81 G No. 72C 58  
276 6644  
312 311 81 22  
cerodriguezq23@gmail.com

### ANEXO D

## CATALOGO

**SANTA MARIA E.U.**  
ORNAMENTOS LITÚRGICOS



Diagonal 81 G No. 72C 58  
276 6644  
312 311 81 22  
cerodriguezq23@gmail.com

### ALBAS



**COLOR: BEIGE Y BLANCO**  
**TALLA: S, M, L, XL**  
**LINO**

### CASULLAS



**COLORES LITÚRGICOS**  
**TALLA UNICA**  
**LINO**  
**BORDADO**  
**APLIQUE**

### ESTOLAS

**SACERDOTE**



**COLORES LITÚRGICOS**  
**TALLA UNICA**  
**LINO**  
**BORDADO**  
**APLIQUE**

### ESTOLAS

**DIACONO**



**COLORES LITÚRGICOS**  
**TALLA UNICA**  
**LINO**  
**BORDADO**  
**APLIQUE**

### BORDADOS



**HILO DE ORO**  
**100% poliéster**

**SU DISEÑO LO**  
**MATERIALIZAMOS**

## ANEXO E

## MAQUINARIA Y TECNOLOGÍA



BORDADORA PFAFF CREATIVE 2134



PFAFF COVERLOCK 4852

## MUEBLES



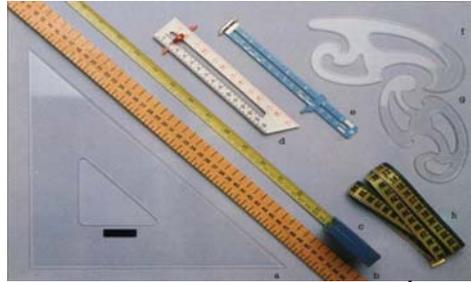
MESA CORTE Y CONFECCIÓN

## ANEXO F

## INSUMOS



TIJERAS



HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN



AGUJAS (para la maquina de coser)



coser a mano

## HILOS



## TIZA PARA MARCAR



## ANEXO G

## DEDAL



## MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA UNIPERSONAL <sup>17</sup>

OTORGANTE COMPARECIENTE CON MINUTA:

....., varón/mujer, colombiano(a), mayor de edad, domiciliado(a) y residente en esta ciudad e identificado(a) con la cédula de ciudadanía ..... de Bogotá, estado civil ..... y declaró: Que mediante el presente documento y conforme a lo establecido por la Ley doscientos veintidós (222) de mil novecientos noventa y cinco (1995), Capítulo Octavo, Artículos 71 a 80, he decidido destinar una parte de mis activos líquidos para la realización de actividades mercantiles a través de una EMPRESA UNIPERSONAL, que se regirá por lo establecido en el Código de Comercio y en particular por las siguientes cláusulas: -----

### **CLAUSULA PRIMERA - ESPECIE, NACIONALIDAD, DENOMINACION Y DOMICILIO:**

La empresa es UNIPERSONAL; por tanto, respecto de la responsabilidad, se asimila a una sociedad de responsabilidad limitada. Su nacionalidad es colombiana y se denomina ..... **E.U.** (Nombre o razón social, agregando **E.U.**). La Empresa tendrá su domicilio principal en la ciudad de BOGOTA D.C, pero podrá establecer sucursales o agencias en otra u otras ciudades del país o en el exterior. -----

### **PARAGRAFO: DATOS DEL EMPRESARIO: -----**

**NOMBRE:**

**DOCUMENTO DE IDENTIDAD:** ..... de ..... -----

**DOMICILIO:** ..... (Ciudad). -----

**DIRECCION:**

\_\_\_\_\_

<sup>17</sup> [http://www.tusolucionlegal.com/constitucion\\_de\\_empresa\\_unipersonal.aspx](http://www.tusolucionlegal.com/constitucion_de_empresa_unipersonal.aspx) recuperado el 18 de abril de 2008

**TELÉFONO:**

Lugar para notificaciones judiciales y Administrativas:

Correo Electrónico:

----- **CLAUSULA**

**SEGUNDA: OBJETO DE LA EMPRESA.-** La empresa tendrá como objeto: **(determinar la actividad que va a desarrollar la empresa)** -----

Ejemplo: A.- Actividades propias de la comercialización , distribución y mercadeo de comunicaciones, de servicios de telecomunicaciones y medios de comunicación, incluyendo la comercialización de: servicio de fax, Internet, mensajería, tarjetas prepagadas.-----

-----  
**CLAUSULA TERCERA: DURACION:** La empresa tendrá una duración de **DIEZ (10) AÑOS**, los que se contarán desde la fecha de inscripción de la Escritura de Constitución en la Cámara de Comercio del domicilio principal. Sin embargo, el titular puede, mediante reforma, prolongar el término establecido o disolver extraordinariamente la empresa, antes de la expiración del término.-----

----- **CLAUSULA CUARTA: CAPITAL, CESION, CAPITAL**

**SOCIAL:** El capital de la empresa es la suma de ..... PESOS (\$.....) el cual se encuentra dividido en ..... (.....) cuotas de un valor nominal de ..... PESOS (\$.....) cada una, el cual ha sido pagado en su totalidad a la Empresa Unipersonal en dinero efectivo de la siguiente manera: -----

<b>TITULAR</b>	<b>No. DE CUOTAS</b>	<b>VALOR</b>
.....	.....	\$.....

-----  
**CLAUSULA QUINTA: APORTE POSTERIOR.-** El Titular de la Empresa podrá aumentar el capital mediante la aportación de nuevos bienes o capital. Dicho aumento deberá

realizarse a través de escritura pública, debidamente inscrita en la Cámara de Comercio donde se encuentre registrada la Empresa.-----

-----  
**CLAUSULA SEXTA: RESPONSABILIDAD DEL TITULAR.-** La responsabilidad personal del titular frente a terceros queda limitada al valor de los aportes.-----

-----  
**CLAUSULA SEPTIMA: CESION DE CUOTAS.-** El titular de la empresa podrá ceder total o parcialmente las cuotas sociales a otras personas naturales o jurídicas. En el segundo evento contemplado (cesión parcial), existiendo más de dos titulares frente a las cuotas de participación, se procederá a la transformación de la Empresa en la sociedad comercial que corresponda dentro de un término no superior a seis (6) meses contados a partir de la correspondiente cesión.-----

-----  
**CLAUSULA OCTAVA.- DIRECCION Y ADMINISTRACION.-** La dirección y administración de la Empresa corresponde a su TITULAR. Sin embargo, éste podrá delegar la administración y/o representación legal en un gerente, quien ejercerá las funciones y atribuciones que le confiere la Ley y las específicamente delegadas por el TITULAR de la empresa en el acto de nombramiento.-----

-----  
**CLAUSULA NOVENA: REPRESENTANTE LEGAL:** La representación legal de la Empresa estará a cargo del TITULAR, quien tiene todas las facultades administrativas y dispositivas, inherentes al cabal desarrollo del objeto empresarial. Por decisión del TITULAR, plasmada en el acto de nombramiento podrá delegar la representación legal de la empresa en el gerente, quien responderá en forma directa frente al TITULAR. Son funciones del representante legal: -----a) Usar la firma o razón social; -----  
b) Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la empresa y

señalarles su remuneración excepto cuando se trate de aquellos que por Ley o por estos estatutos deban ser designados por el empresario.-----

c) Presentar un informe de su gestión al empresario y el balance general de fin de ejercicio; y -----

d) Constituir apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses de la empresa.-----

**CLAUSULA DECIMA: BALANCES GENERALES:** El treinta y uno (31) de Diciembre de cada año se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general, con el correspondiente detalle de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.-----

**CLAUSULA DECIMA PRIMERA: LIQUIDACION DE PERDIDAS Y GANANCIAS:** Para liquidar la cuenta de pérdidas y ganancias de cada ejercicio y establecer el saldo de unas y otras, deberá previamente haberse asentado el movimiento de las cuentas de la Empresa en los Libros de Contabilidad que para tal efecto deban llevarse, registrándolos en debida forma en la Cámara de Comercio del domicilio principal.-----

**CLAUSULA DECIMA SEGUNDA: RESERVAS Y CAPITALIZACIONES:** De las utilidades líquidas, establecidas como se indica en la cláusula anterior, se tomará por lo menos un diez por ciento (10%) para formar e incrementar la reserva legal que ascienda al cincuenta por ciento (50%) del capital de la Empresa. Cuando esta reserva llegue a dicho límite la Empresa no tendrá obligación de seguir incrementándola, pero si disminuye, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio hasta que la reserva alcance nuevamente el monto fijado.--El TITULAR podrá constituir o incrementar reservas ocasionales con destinación especial .-----

**CLAUSULA DECIMA TERCERA: CAUSALES DE TERMINACION:** Son causales de

terminación de la Empresa las siguientes: -----

-----1) Por voluntad del TITULAR de la Empresa.-----

2) Por vencimiento del término de duración previsto.----- -3) Por muerte del TITULAR.-----

4) Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas.----- 5) Por orden de autoridad competente.----- 6) Por pérdidas que reduzcan el capital de la Empresa hasta en un cincuenta por ciento (50%).-----

----- 7) Por la iniciación de trámite de liquidación obligatoria.-----

----- **CLAUSULA DECIMA**

**CUARTA - LIQUIDADOR:** Hará la liquidación de la Empresa la persona quien designe el TITULAR.-----

-----

**PARAGRAFO:** El liquidador gozará de los poderes suficientes definidos en el Código de Comercio los cuales pueden ser ampliados por el TITULAR, quien además tendrá todas las funciones compatibles con el estado de liquidación, especialmente la relativa a cambiar y remover libremente al liquidador y acordar con él el valor de sus servicios; aprobar la cuenta y acta final.-----

**CLAUSULA DECIMA QUINTA: CUENTA Y ACTA FINAL:** Una vez pagado el pasivo externo de la Empresa se preparará el acta y cuenta final de liquidación, la cual debe ir aprobada por el TITULAR.-----

-----

**CLAUSULA DECIMA SEXTA: PROHIBICIONES.-** En ningún caso el TITULAR podrá directamente o por interpuesta persona retirar para sí o para un tercero, cualquier clase de bienes pertenecientes a la Empresa, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas.-----

**CLAUSULA TRANSITORIA.- NOMBRAMIENTOS:** Hasta nueva designación, el Gerente de la Empresa será su TITULAR.----- Gerente y Administrador:  
..... Documento de Identidad: Cédula de ciudadanía número  
..... de ..... -----  
-----

**HASTA AQUÍ LA MINUTA PRESENTADA.** -----

**ANEXO H**

## SIMBOLOS UTILIZADOS EN LAS MARQUILLAS

### NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC 1806

#### Símbolos de lavado

 Prendas que aceptan la lavadora, pero sin superar las temperaturas indicadas.

 Prendas que se deben lavar a mano y sin superar los 40 grados de temperatura.

 Prendas que no se deben lavar con agua.

 Prendas que se pueden lavar a máquina con un lavado normal.

 Prendas que se pueden lavar a máquina con un lavado delicado.

 Prendas que se pueden lavar a máquina con un lavado muy delicado.

#### Símbolos relativos al jabón

 Prendas que se pueden lavar con jabón o con un producto que contenga cloro diluido.

#### Símbolos relacionados con la secadora

 Prendas que se pueden secar en secadora a cualquier temperatura.

 Prendas que se pueden secar en secadora, pero a una temperatura moderada.

 Prendas que no resisten la secadora.

#### Símbolos relacionados con el lavado en seco

 Prendas que se pueden lavar en seco con cualquier tipo de disolvente.

 Prendas que se pueden lavar en seco, pero sólo con productos minerales.

 Prendas que se pueden lavar en seco, pero no con productos que contengan tricloretileno.

 Prendas que no resisten el lavado en seco.

### **Símbolos relacionados con el planchado**

 Prendas que pueden ser planchadas a una temperatura máxima de 110 grados.

 Prendas que pueden ser planchadas a una temperatura máxima de 150 grados.

 Prendas que pueden ser planchadas a una temperatura máxima de 200 grados.

 Prendas que no resisten la plancha.

## **ANEXO I**