

**ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE
LENCERÍA PARA EL HOGAR EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN.**

MARIBEL BOTERO GÓMEZ

MARÍA CECILIA ROLDÁN USUGA

Trabajo presentado para obtener el título de Especialista en Gerencia de Proyectos

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

MEDELLÍN

2017

Resumen

El objetivo del proyecto es analizar la prefactibilidad de una empresa de producción de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín, con el propósito de generar una alternativa de diseño personalizado, el cual surge de una idea de un grupo de amigas: Angélica Rivera, Dora Usuga y Verónica Ramírez; que en la actualidad buscan generar empresa a partir de la fabricación de productos para el hogar.

La investigación ayudó a las emprendedoras a tomar decisiones luego de conocer los diferentes análisis y estudios realizados, a saber de mercadeo, técnico, legal, y financiero; lo cual arrojó como resultado inicial la viabilidad de la ejecución del proyecto primigenio, igualmente se determinaron los posibles riesgos que surgirían con la implementación o entrada en funcionamiento de la empresa, permitiendo con ello emitir las recomendaciones pertinentes que mitigarían el impacto negativo en futuro próximo.

El tipo de investigación aplicado en el objeto de estudio fue el descriptivo, enfocándose en el análisis de la información recolectada con la aplicación de técnicas o herramientas de investigación como fueron entrevistas, encuestas, recolección de información histórica, académica y conceptual. Esto último, permite añadir que el enfoque investigativo utilizado fue el mixto dado que se analizaron datos numéricos y descriptivos.

Como resultado general del proyecto se concluye la viabilidad técnica y financiera para la realización del proyecto de fabricación de productos para el hogar en el Municipio de Medellín.

Palabras claves: Prefactibilidad, lencería para el hogar, empresa, producción, mercadeo.

Abstract

The objective of the project is to analyze the prefeasibility of a household linen production company in Medellin city, with the purpose of generating an alternative of personalized design,

, this idea comes from a group of friends; Angélica Rivera, Dora Usuga y Verónica Ramírez; who are looking to generate business opportunities out of household products manufacturing.

The research helped entrepreneurs to make decisions after knowing the different studies and analysis, at market, technical, legal, social, economic and financial level; having as initial result the feasibility of the project implementation; the possible risks arising from the implementation of the project or even from starting up the company were also determined, in order to provide some recommendations and avoid any negative impact in the near future.

The research applied to the object of study was descriptive, focusing on the analysis of the information collected from the application of research techniques or tools as interviews, surveys, historical information, academic and conceptual.

For this reason, the research approach was mixed, because the analyzed information was numerical and descriptive.

The conclusion of this study delivers the technical and financial viability of the implementation of the project for the manufacture of household linen products in Medellín city.

Keywords: Feasibility, household linen, business, production, marketing.

Tabla de contenido

Introducción	16
1. Formulación y descripción del problema.....	19
2. Justificación del proyecto	21
3. Objetivos.....	25
3.1 Objetivo General.....	25
3.2 Objetivos Específicos.....	25
4. Limitaciones de la investigación.....	26
5. Marco de referencia	28
5.1 Estado del arte.....	28
5.2 Marco Teórico.....	29
5.3 Marco conceptual.....	31
6. Planteamiento Metodológico	35
6.1 Tipo de investigación.....	35
6.2 Diseño de la investigación	36
6.3 Método y pasos de la investigación	36
7. Entrega de difusión y divulgación del proyecto	39
8. Usuarios potenciales y sectores beneficiados	41
9. Formulación del proyecto	43
9.1 Análisis Sectorial.....	43

9.1.1 Composición del sector	43
9.1.2 Situación histórica del sector	46
9.1.3 Situación actual del sector	47
9.1.4 Perspectivas del sector	48
9.1.5 Conclusión general del análisis sectorial	49
9.2 Análisis de mercados	50
9.2.1 Descripción del producto o servicio	50
9.2.1.2 Usuarios	52
9.2.1.3 Presentación	53
9.2.1.4 Composición	55
9.2.1.5 Características físicas	55
9.2.1.6 Sustitutos	56
9.2.1.7 Complementarios	57
9.2.2 Demanda:	58
9.2.3 Oferta	61
9.2.3.1 Comportamiento histórico	61
9.2.3.2 Situación actual:	65
9.2.3.3 Situación futura:	67
9.2.4 Precio	68
9.2.4.1 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta	69

9.2.4.2	Determinación de las principales variables para la definición del precio.....	70
9.2.4.3	Proyección de precios	71
9.2.5	Plaza.....	71
9.2.5.1	Ventajas y desventajas de los canales empleados.....	74
9.2.5.2	Almacenamiento	77
9.2.5.3	Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.	81
9.2.5.4	Conclusiones generales del análisis de mercados.	82
9.3	Análisis Técnico.....	83
9.3.1	Localización.....	83
9.3.2	Tamaño.	90
9.3.3	Ingeniería del proyecto	96
9.3.4	Aspectos legales.....	103
9.3.5	Aspectos administrativos	107
9.3.6	Inversiones y financiación	115
9.3.7	Presupuesto ingresos, costos y gastos.....	122
9.3.8	Conclusión general del análisis técnico.	125
10.	Evaluación del proyecto.....	126
10.1	Evaluación financiera.....	126
10.1.1	Construcción flujo de caja del proyecto y del inversionista.	127

10.1.2 Construcción del estado de resultados.	128
10.1.3 Criterios de evaluación financiera e indicadores financieros.	130
10.1.4 Conclusión general de la evaluación financiera.....	131
10.2 Conclusión general del proyecto y recomendaciones.....	132
10.3 Referencias.....	136
10.4 Anexos y Apéndice.....	145

Índice de Tablas

Tabla 1 Ferias del Sector Textil en Colombia	22
Tabla 2 Limitaciones de la Investigación	26
Tabla 3 Pasos Aplicados en la Investigación	36
Tabla 4 Productos Participantes en la Encuesta del Mercado del Proyecto	51
Tabla 5 Kit Propuesto Para Producción	54
Tabla 6 Sustitutos de Lencería	56
Tabla 7 Productos Complementarios	57
Tabla 8 Posibilidad de que las Personas Compren los Productos.....	61
Tabla 9 Crecimiento del Sector 2004-2012	62
Tabla 10 Datos Financieros del Sector en el Comercio al por Mayor	63
Tabla 11 2004-2012 Utilidad Bruta del Sector	65
Tabla 12 Tiendas Con Productos Relacionados Actualmente en Medellín	66
Tabla 13 Pronóstico de Crecimiento del Sector Hasta el Año 2021	67
Tabla 14 Estudio Precios	70
Tabla 15 Inmuebles para Arrendar	87
Tabla 16 Criterios de Evaluación.....	88
Tabla 17 Recurso para la Elaboración de un Producto	91
Tabla 18 Capacidad de Producción Mensual.....	92
Tabla 19 Pronóstico de las Utilidades.....	92
Tabla 20 Inversiones iniciales.....	94
Tabla 21 Costos mensuales por mano de obra.....	95
Tabla 22 Presentaciones de los Kits Ofrecidos.....	96
Tabla 23 Descripción de las Actividades.....	98

Tabla 24 Inversión en maquinaria.....	99
Tabla 25 Insumos Requeridos.....	100
Tabla 26 Salario Discriminado	101
Tabla 27 Costo de Mano de Obra por Hora.....	102
Tabla 28 Costo Total de la Mano de Obra.....	102
Tabla 29 Diagrama de Selección	108
Tabla 30 Descripción de las Actividades de Selección	109
Tabla 31 Salario Gerente	112
Tabla 32 Salario Operarios	113
Tabla 33 Factor de Ajuste.....	114
Tabla 34 Inversiones Fijas Requeridas	116
Tabla 35 Amortización Licencia de Microsoft.....	116
Tabla 36 Inversiones Iniciales	118
Tabla 37 Rotación de Inventarios	119
Tabla 38 Rotación de Proveedores	120
Tabla 39 Capital de Trabajo.....	120
Tabla 40 Créditos Viables.....	121
Tabla 41 Datos para amortización del crédito	122
Tabla 42 Amortización del crédito	122
Tabla 43 Producción mensual.....	123
Tabla 44 Proyección de Ingresos	124
Tabla 45 Proyección de Costos.....	124
Tabla 46 Proyección Gastos de Administración.....	125

Tabla 47 Evaluación Financiera Primer Año.....	127
Tabla 48 Crecimiento en ventas.....	127
Tabla 49 Flujo de Caja del Proyecto y del Inversionista	128
Tabla 50 Ventas Netas	129
Tabla 51 Costos Variables	129
Tabla 52 Gastos Totales.....	129
Tabla 53 Estado de Resultado.....	130
Tabla 54 Indicadores Financieros Sin Financiación	130
Tabla 55 Indicadores Financieros Con Financiación.....	131

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Bolsa de Tela Grande Crunch	53
Ilustración 2 Productos	79
Ilustración 3 Estantería Metálica	80
Ilustración 4 Estantería	80
Ilustración 5 Trayectoria de Comercialización	81
Ilustración 6 Mapa del Territorio Colombiano	85
Ilustración 7 Mapa de Medellín	86
Ilustración 8 Barrios de Medellín	87
Ilustración 9 Futuras instalaciones principales	89
Ilustración 10 Distribución Interna del Lugar Seleccionado	90
Ilustración 11 Diagrama de Actividades	97
Ilustración 12 Organigrama	114

Índice de gráficos

Gráfico 1 Cadena Productiva del Sector Textil en Colombia.....	45
Gráfico 3 Participación de los Grupos de Gasto en la Estructura de Gasto de las Encuestas ENIG 94/95 Y 06/07	59
Gráfico 4 Encuesta Número de Habitantes en Medellín Según Sexo (2013).....	60
Gráfico 5 Información Financiera del Sector.....	64
Gráfico 6 Medio para Compra de Lencería para el Hogar.....	74

Introducción

La moda es la manada; lo interesante es hacer lo que a uno le de la gana.

Luis Buñuel.

Cabe precisar la realidad de esta frase, que intuye finalmente lo que un consumidor y el público en general esperan sentir al momento de adquirir un producto; para Buñel (1900-1983), la moda no define a las personas en su individualidad, sino que genera un pluralismo que permite a los consumistas ver algo novedoso; sin embargo, cada individuo en su afán de generalizarse crea un estilo de vida, siendo este el que finalmente nos lleva a concluir el distintivo de cada sujeto.

Si se observa el contexto temporal de la cita expuesta, y se equipara con el mundo actual, no se halla diferencia, lo que tiene asidero en el estilo de vida de las personas, debido a que buscan autonomía y un tono característico que los diste del resto de sujetos.

Es así como en los hogares, siendo el espacio personal de un grupo de personas (Familia), donde se conserva la intimidad y personalidad; y donde pueden ser ellos mismos y marcar sus diferencias frente al exterior, resuena con mayor ahínco la frase *...hacer lo que a uno le de la gana.*

La idea del ser distintivos en el hogar, llevo a tres amigas Angélica Rivera, Dora Usuga y Verónica Ramírez; a especular la necesidad de fabricar productos para el hogar en los que las personas interesadas expusieran sus diseños o escogieran a partir de un catálogo los productos para su hogar, determinando su gusto personal y su singularidad.

Con el objeto de analizar la acogida de productos para el hogar y la viabilidad económica, técnica y comercial de los productos; surgió el proyecto de investigación, el cual tiene como finalidad realizar la prefactibilidad de una empresa de producción de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín, con el propósito de generar una alternativa de diseño personalizado.

El proyecto de forma general se segmentó en seis procesos, en la primera parte se realizó la formulación y descripción del problema, en la cual se analizó que la demanda del sector es amplia y no se satisfacen todas las necesidades del mercado en la ciudad de Medellín, lugar seleccionado en la localización del proyecto para el desarrollo del estudio de prefactibilidad.

En el segundo proceso se realizó un marco de referencia, en donde se revisaron trabajos similares en el contexto nacional e internacional, con el fin de soportar el aporte de trabajos en el desarrollo del proyecto.

Para el tercer proceso, se tomó una investigación sistemática basada en la recopilación de datos primarios como encuestas y entrevistas; igualmente se realizó una evaluación actual del mercado, oferta, demanda, precio y preferencias o percepciones de las personas de diferentes estratos socioeconómicos con relación a la lencería para el hogar.

En la cuarta etapa, se realizó un análisis técnico caracterizando aspectos administrativos, técnicos, económicos, legales y financieros con el fin de establecer las bases para analizar la prefactibilidad de la empresa de lencería para el hogar.

Para el quinto paso se evaluó financieramente la empresa, mediante una proyección del flujo de caja, permitiendo identificar la tasa interna de retorno y el valor presente interno como información que soporte la prefactibilidad del proyecto.

Finalmente, en el sexto proceso se realizaron conclusiones y recomendaciones del proyecto, con el fin especificar detalladamente cada objetivo planteado en los procesos mencionados al igual que los objetivos generales y específicos del proyecto.

1. Formulación y descripción del problema

El concepto hogar no solo es un asunto de señoras con buen gusto, es un proyecto productivo y decorativo, que ocupa un rubro importante dentro del sector textil- confección de la economía colombiana.

En este sector la demanda es amplia y no se satisfacen todas las necesidades del mercado, en particular el establecido en Medellín; según el Sistema de Información y Reporte Empresarial de la Superintendencia de Sociedades (En adelante SIREM) y la información de registros de comercio, en la Cámara de Comercio de Medellín; son pocas las empresas y personas inscritas que fabrican productos del hogar, lo que permite concluir de forma general el bajo índice de oferta de lencería del hogar en el Municipio de Medellín.

La fabricación de productos con un sello innovador hace que cada comprador, adquiera su propia identidad y logre sentirse cómodo y a gusto en el lugar donde permanecen todo el tiempo, encontrando productos con tendencias que a su vez satisfacen sus necesidades básicas generando un ambiente agradable para el hogar.

De esta manera, la idea del proyecto surge de un grupo de amigas: Angélica Rivera, Dora Usuga y Verónica Ramírez, que en la actualidad buscan generar empresa a partir de la fabricación de productos para el hogar, en especial de lencería.

En consecuencia, con este proyecto se pretende analizar la prefactibilidad de una empresa de producción de toallas, cojines tendidos y demás productos textiles para el hogar, a fin de que

las emprendedoras conozcan previamente la viabilidad del proyecto; para lo cual se analizarán y estudiarán diversos ámbitos externos como el legal, social, económico, financiero y comercial.

2. Justificación del proyecto

El sector textil y de confecciones tiene un peso importante en la economía colombiana, muestra de ello es la participación en un 9.2 en el producto interno bruto durante el año 2014; esto puede deberse a la generación de empleos, que según el Instituto para la Exportación y la Moda – Inexmoda, es del 17% en el sector industrial en Colombia.

Sobre el particular ha expresado la Superintendencia de Sociedades en su informe *Desempeño del sector textil – Confección 2012 – 2014*, durante el 2014 en el sector textil – Confecciones se presentaron ingresos operacionales de aproximadamente \$17,5 billones de pesos; lo que representa un crecimiento del 9% respecto al año 2013.

Igualmente, la empresa colombiana SURA (2012) ha manifestado que:

Al hablar de moda se puede decir que 68% de este tipo de compras se realizan en el segundo semestre del año, y que en Colombia las personas se visten cada vez de manera más casual, dejando atrás prendas formales como la corbata, el corbatín, los *slacks*, la media pantalón y los trajes de tres piezas (SURA, 2012).

Lo anterior evidencia la magnitud y el impacto que genera en la economía colombiana el sector textil – Confecciones.

Por otra la moda es un concepto cambiante e innovador cada empresa tiene su sello; donde cada temporada puede ampliar su oferta en el mercado. Muestra de ello es el crecimiento y posicionamiento de ferias del sector textil en Colombia tales como:

Tabla 1 Ferias del Sector Textil en Colombia

FERIA	ASISTENTES	DESCRIPCIÓN
Bogotá Fashion Week	500.000 Cada mes	Desfiles de moda permanente en el Aeropuerto Internacional el Dorado.
International Footwear and Leather Show	Más de 600 expositores	Producción de insumos, maquinaria y tecnología para el sector.
Colombiamoda y Colombiatex	26000 visitantes y más de 1800 compradores	Muestra telas, insumos, maquinaria y químicos para la confección y el hogar
Inexmoda	60000 visitantes, más de 7000 compradores	Exportación y moda
Cali Exposhow	Sin datos	Salud, Belleza y Moda
Ixel Moda y Plataforma K	10000	Eventos culturales y pasarelas
Salón Textil	Sin datos	Moda, Industria de confección, maquinaria textil, textiles del hogar.

Fuente: Elaboración propia

Visto lo anterior, se hace necesario evidenciar que el presente proyecto busca generar un impacto positivo para empresas, mercado, estudiantes, universidad y por supuesto, verificar la viabilidad financiera y técnica en la creación de empresas cuyo objeto sea la fabricación y/o producción de lencería para el hogar. A continuación, se describen los beneficios del proyecto ibídem desde las ópticas citadas.

- Empresa: El proyecto ayudará a las emprendedoras a tomar decisiones luego de conocer los diferentes análisis y estudios como el de mercadeo, técnico, legal, del entorno, social, económico y financiero, lo cual se traduce en la viabilidad de la empresa. Así se minimizan los riesgos en su implementación y se podrá asegurar el éxito futuro.
- Mercado: Este proyecto apuntará a un segmento de mercado que cada vez más prefiere espacios diferentes y personalizados, sin importar la inversión de dinero que se deba hacer; puesto que en los grandes almacenes o lugares donde se pueden comprar estos productos se adquieren nuevos producidos en línea, los cuales son obtenidos por un alto número de personas, lo que hace que el mercado se sature de productos iguales.
- Estudiantes: La aplicación de este proyecto será de gran valor para quienes lo implementamos, puesto que llevamos de alguna forma a la práctica conocimientos adquiridos durante el transcurso de la especialización, siendo ésta investigación una

herramienta para el fortalecimiento del conocimiento y las competencias académicas y laborales.

- Universidad: Para la Universidad la realización de este proyecto será de gran importancia, la cual se verá reflejada en la consolidación de sus bases de datos, las cuales posteriormente servirán como apoyo para otros estudiantes y la docencia en general.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Analizar la prefactibilidad de una empresa de producción de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín, con el propósito de generar una alternativa de diseño personalizado.

3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la situación actual del mercado la oferta, la demanda y preferencias o percepciones de las personas de diferentes estratos socioeconómicos con relación a la lencería para el hogar.
- Caracterizar los aspectos administrativos, técnicos y legales con el fin de establecer las bases para analizar la prefactibilidad de la empresa de lencería para el hogar.
- Evaluar la prefactibilidad financiera del proyecto a través del flujo de caja con la información recopilada para identificar la TIR y el VPN.

4. Limitaciones de la investigación

En el transcurso de la elaboración de este proyecto se identificaron limitantes, las cuales citan a continuación; precisando que las mismas no afectan los estudios de mercado, técnico y financiero realizados.

Como resultado, en la siguiente matriz se consolidan las principales limitaciones presentadas.

Tabla 2 Limitaciones de la Investigación

TIPO	DESCRIPCIÓN
Económicas	Puesto que no se tienen suficientes recursos económicos para hacer estudios más especializados que minimicen el riesgo de obtener datos desfasados.
Sociales	Sesgos en la información de las encuestas y entrevistas, según la percepción de los grupos de interés encuestados.
Geográficas	La ubicación actual del negocio está establecida en el barrio Laureles; esto puede aumentar los costos, lo que puede dificultar la implementación de dicho proyecto.
Tiempo	Teniendo en cuenta que esta prefactibilidad se realizó en el transcurso de 6 meses, en espacios extra laborales y quienes lo desarrollan no están dedicadas tiempo completo a dicho proyecto;

	se pueden presentar retrasos para la consolidación del proyecto.
Información	Escases de información estadística exacta en el sector textil de lencería para el hogar.

Fuente: Elaboración propia

En torno a estos elementos señalados, los productos seleccionados para el desarrollo de este proyecto hacen parte de una agremiación denominada Clúster del sector textil - Confección, Diseño y Moda; por esta razón la información que se encuentra es global, debido a que este Clúster está compuesto por los siguientes segmentos:

- Woman: Prendas de vestir, calzado, accesorios, artículos, ropa de hogar y cosméticos.
- Bienestar: Ropa deportiva y fajas.
- Casual: Wear, Jeanswear.
- Dotaciones: Uniformes.

5. Marco de referencia

5.1 Estado del arte

En la búsqueda realizada en bases datos, revistas indexadas y Google académico; se encontraron diversos resultados, los cuales se clasificaron según su relevancia y conexidad con el objeto de investigación; a continuación, se exponen los hallazgos.

Ramos (2007) habla de la tradición textil y confeccionista de Colombia, la dinámica del sector, los principales indicadores y nichos de mercado, además de su modelo de factibilidad de la fabricación, comercialización y exportación de productos para ropa de hospital.

Luque (2009) aborda el tema de plan de mercado, determinando las características del producto, análisis del mercado, macro entorno, micro entorno, análisis de encuestas, estrategia de mercados.

Mantilla (2012), formulo el análisis del entorno, industria y planteamiento estratégico que formula componentes de mercado interesantes que sirve de base para la elaboración del estudio de mercado del proyecto, al igual que la evaluación financiera en donde se evalúa la viabilidad del proyecto y su tasa interna de retorno la cual es un dato determinante para la toma de decisión de las emprendedoras e inversionistas del proyecto.

De la investigación realizada por Sánchez y Torres (2013), se resalta un estudio de mercado, técnico y estudio financiero, temas que se relacionan con los objetivos específicos que definimos para el proyecto de grado.

En este orden de ideas, Cabrera (S.F.) en su trabajo taller de confección textil, hace referencia de los aspectos críticos para la creación de una empresa los cuales son: Entorno del negocio, normatividad legal que lo afecta, políticas comerciales, descripción de las inversiones y ratios económicos y financieros.

5.2 Marco Teórico

De acuerdo al informe de la Superintendencia de Sociedades (2008-2012), el desempeño del sector textil y de confecciones cumple un papel fundamental en la economía colombiana, lo cual se reflejó en el efecto dinamizador que tuvo el sector en la generación de empleos y el impulso a la industrialización del sector y del país.

Ahora bien, lo anterior permite concluir de forma general, que el sector textil-Confección se desenvuelve en todo el territorio colombiano; aunque con un mayor auge en las principales ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, entre otras.

Según la Supersociedades (2015), la industria textil y de confecciones tiene una participación del 9,2% en el PIB de la industria manufacturera; dada la importancia del sector, a través del informe realizado por el ente citado, en donde da a conocer su situación económica y

financiera por medio del análisis comparativo de los últimos tres años (2012 - 2014). Este sector ha sido uno de los más tradicionales como se observa en empresas como: Coltejer, Fabricato, Tejicondor, Fatelares u otras, las cuales han tenido una participación importante en el mercado colombiano e internacional en el sector de confecciones y lencería para el hogar.

El sector textil y de confección constituye un elemento de consumo masivo y su origen se sitúa en el proceso de industrialización de Estados Unidos y Europa, en la cual la confección de lencería para el hogar y en su defecto de achochados inicio como una actividad doméstica la cual se realizaba en casas o talleres familiares; pero debido a la industrialización en este sector se logró modernizar, tecnificar y ser más productivo.

Según la Enciclopedia Wikipedia (S.F.) El tejido acolchado surge en el siglo XIX en Europa, el cual fue hecho originalmente de plumas de eíder, un tipo de pato cuyas plumas son bien conocidas por su utilidad como térmico. Aunque su origen se remonta más de mil años antes de Cristo. Se consigue con el cosido de dos telas, la exterior siempre impermeable y en ocasiones el forro interior de una tela más cálida, con un relleno en el medio.

Al principio la composición del edredón o acolchado era de material sedoso, pero en la actualidad se ha sustituido por algodón dos veces cardado o en casos voluminosos con pluma natural de oca o ganso, Dryl u otros materiales apropiados para su uso final. Este edredón es una cubierta compuesta por una funda suave, que se utiliza en la cama como manta. Actualmente, los edredones también se llenan de lana o fibras artificiales como poliéster.

“Los edredones o tendidos sintéticos no son calurosos, por lo tanto, se recomienda para lugares con calefacción o cálidos para entretiempo” Manzano (2012).

Los edredones o tendidos de plumas se utilizan para proporcionar calor en el cuerpo, son recomendables para habitaciones frías y climas poco calurosos.

5.3 Marco conceptual

Con el fin de tener un mayor acercamiento y entendimiento del trabajo, se utilizarán algunos conceptos característicos de este sector; a continuación, se expondrá una sucinta noción de los términos más relevantes a lo largo del trabajo.

Sector Textil y confección: Está dedicado a la producción de fibras naturales y sintéticas, hilados, telas y demás productos de confección (Wikipedia, S.F.).

Lencería de Hogar: Línea de productos para la decoración y uso en el hogar, también se conoce como productos de hogar, pueden ser: almohada, cojines, toallas, tendidos entre otros productos.

Clúster: Conjunto de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial con el fin de crear estrategias de crecimiento en cada sector (Google académico, S.F.).

Poliéster: Es una fibra de composición sintética de poliéster y se combina con otras fibras naturales para dar mayor funcionalidad en el sector textil (Google académico, S.F.).

Algodón: Fibra textil vegetal que es utilizada en la industria textil, este es transformado en hilo el cual sirve para trenzar en hilos, permitiendo fácil absorción, resistencia y facilidad para teñir y lavar (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Dril: Tela fuerte de hilo o algodón crudos (Google académico, S.F.).

Telas en Plano: Es el tejido que se lleva a cabo en una maquina llamada telar y que consiste en entrelazar dos hilos normalmente formando un ángulo recto. Uno de los hilos es la urdimbre y el otro es la trama (Cortés, Escobar, Franco, Reyes, 2008).

Telas en punto: Algunas están formados por un solo hilo que enlaza consigo mismo, como el género de punto por trama, el ganchillo, etc.; mientras que otros están formados por una serie de hilos, como el género de punto por urdimbre, algunos encajes, etc. (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Fibras Sintéticas: Es una fibra textil que se obtiene por derivados del petróleo (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Zonas Francas: Las zonas francas son áreas geográficas delimitadas del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o actividades

comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior (Mincomercio Industria y Turismo, 2009).

Plan Vallejo: Es la formulación de la política económica colombiana que permite el ingreso de materias primas, insumos y bienes de capital, libres de derechos aduaneros, a cambio de exportaciones equivalentes (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Velcro: Sistema de cierre o de sujeción que consiste en dos tiras de tela de distinta urdimbre cada una que al unirse y presionar sobre ellas quedan enganchadas entre sí (Google académico, S.F.).

Guata prensada: Material conformado por algodón cardado, en la cual se engoma por ambos extremos para brindar mayor cuerpo a la estructura, se usa para rellenar y acolchar.

Hilaturas: Proceso industrial con fibras textiles las cuales pueden ser naturales o artificiales, con el fin de otorgar mayor resistencia y alargado al hilo (Google académico, S.F.).

Fibras artificiales: Son derivados industriales de la celulosa, nitrato de celulosa o acetato de celulosa que mediante un proceso químico se convierten en nuevas fibras (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Cubre lecho: Producto de hogar que se coloca sobre las cobijas o sabanas en una cama.

Ahora bien, a fin de dar a conocer al lector la información de siglas y abreviaturas utilizadas lo largo del trabajo, a continuación, se muestran las mismas.

Siglas

SIREM: Sistema de Información y Reporte Empresaria

INEXMODA: Instituto para la exportación y la moda

Colombiatex: Feria internacional para el sector textil

DANE: Departamento administrativo nacional de estadística

WACC: Sigla en inglés weighted Average Cost of Capital (Promedio Ponderado del Costo de Capital)

TIR: Tasa interna de retorno

VPN: Valor presente neto

PIB: Producto interno bruto

IVA: Impuesto de valor agregado

6. Planteamiento Metodológico

La metodología aplicada en la investigación bajo análisis, se efectuó siguiendo los lineamientos sobre metodología expuestos por Sampieri, Collado & Bastidas (2010) en su libro *Metodología de la Investigación*; aplicando primeramente un estudio descriptivo, enfocándonos en el análisis de la información recolectada con la aplicación de técnicas o herramientas de investigación como son entrevistas, encuestas, recolección de información histórica, académica y conceptual, esta última se extrajo de trabajos de grado, libros, revistas, herramientas informáticas entre otras. Cabe señalar que toda la información recolectada es de personas naturales y entidades públicas, privadas y mixtas.

En ese orden de ideas, se realizó indagación a través del enfoque mixto, realizando encuestas en el mercado sobre la posible comercialización de productos de lencería para el hogar; obteniendo con estas herramientas datos numéricos que facilitaron la proyección del flujo de caja que se propuso como objetivo de la investigación.

6.1 Tipo de investigación

Esta investigación es descriptiva porque a raíz de las encuestas, entrevistas y recolección de datos primarios y secundarios se analizarán y describirán los datos observados.

6.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es el plan o metodología con la que se obtendrá la información deseada, el diseño de la investigación puede ser experimental o no experimental.

Para el caso de este proyecto, la investigación es no experimental, puesto que no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

6.3 Método y pasos de la investigación

El método de investigación es cuantitativo, ya que la prefactibilidad encontrada está determinada en términos numéricos como la TIR y el VPN, posteriormente, recolectada la información y material necesario para analizar, se emitieron los resultados a través de un enfoque descriptivo.

Ahora bien, a continuación, se muestran los pasos que se aplicaron en la investigación.

Tabla 3 Pasos Aplicados en la Investigación

PASOS	DESCRIPCIÓN
Definir encuesta	Como insumo para el estudio de mercado, que servirá para proyectar oferta y demanda.
Elaborar ficha técnica de la encuesta	Se establecen los aspectos generales para la

	<p>aplicación de la encuesta definida como Población, muestra, nivel de confianza, entre otros.</p>
<p>Elaborar diseño maestral</p>	<p>Para establecer el número de encuestas a realizar con un nivel de confianza aceptable como insumo para el proyecto.</p>
<p>Aplicar encuesta a través de Google forms</p>	<p>Para obtener datos tabulados, directamente de las encuestas en línea.</p>
<p>Consolidar información</p>	<p>Para recopilar y sustentar la información que será insumo para realizar las demás etapas del proyecto.</p>
<p>Realizar entrevista a empresarios del sector</p>	<p>Realizar entrevistas que permiten ampliar información sobre el análisis micro y macro del sector, de manos de los expertos.</p>
<p>Realizar entrevista al abogado</p>	<p>Con la finalidad de revisar aspectos legales y los requisitos para la conformación de la sociedad.</p>
<p>Realizar entrevista al contador público</p>	<p>Permite profundizar en aspectos legales sobre impuestos y aspectos financieros que serán apoyo para la evaluación del proyecto.</p>
<p>Recolectar información sobre activos Fijos y materias primas</p>	<p>Para realizar el análisis técnico que permita conocer la localización, tamaño a ingeniería del proyecto</p>

Consolidar estudio de mercado	Recopilar toda la información para la descripción del producto o servicio, demanda, oferta, precio y plaza.
Consolidar información financiera	Consolidar información que sirvan para la evaluación financiera en la construcción de flujos de caja, balance general e indicadores financieros.
Análisis de datos y conclusiones	Contienen las conclusiones en general del proyecto y recomendaciones, con base en toda la información recopilada.

Fuente: Elaboración propia

7. Entrega de difusión y divulgación del proyecto

Teniendo en cuenta que este proyecto está enmarcado en la prefactibilidad de la creación de una empresa de producción de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín, con el propósito de generar una alternativa de diseño personalizado, la difusión de éste se realizará mediante un proyecto de grado teniendo en cuenta los siguientes informes:

Informe detallado que tenga los siguientes aspectos:

Análisis financiero

Análisis técnico

Análisis legal

Análisis financiero

Análisis de mercado

En el caso de materializarse el proyecto, la entrega y difusión se realizaría con autorización de las emprendedoras y socias del proyecto de la siguiente manera:

Medios impresos

Volantes

Avisos en revistas especialidades del sector textil: Homecenter, Todo Hogar, Tugo, entre otras.

Catálogos

Medios electrónicos

Periódicos locales: Colombiano, el Mundo, entre otros

Radio local

Redes sociales como: Facebook, Twitter, blogs, -entre otras

Sitio Web

Además, se debe tener en cuenta la confidencialidad de dicha información al tratarse de un emprendimiento que es una creación propia de las socias antes mencionadas.

8. Usuarios potenciales y sectores beneficiados

Usuarios Potenciales:

Personas asalariadas: Empleo principal, con ocupación, tipo de contrato y prestaciones sociales, bonificaciones, etc.

Independientes: Formas de trabajo, registro mercantil, contabilidad, ganancias y honorarios.

Amas de casa de clase social media-alta: Son mujeres esposas de empresarios o madres de familia con capacidad adquisitiva considerable.

Mujeres de clase trabajadora con ingresos superiores a \$4.000.000, que no cuentan con tiempo suficientes para desplazarse a realizar estas compras, teniendo en cuenta su ritmo de trabajo.

Personas de clase media que les gusta el diseño y la exclusividad, porque es una manera de identificarse, aunque sus ingresos son inferiores, destinan un rubro importante para estas compras durante el año.

Sectores Beneficiados en caso de pasar a factibilidad del proyecto:

Proveedores de insumos, con la compra y mantenimiento de productos e insumos que se requieren para elaborar productos para lencería para hogar.

Comercio del sector, se vendería a tiendas especialidades por lo tanto hay un intercambio y beneficio económico.

Barrio del sector, compras directas e indirectas que aporte al funcionamiento de la producción y de las personas que trabajen en la empresa.

Población del sector, para la generación de empleo de las personas que se requieren para producir productos para el hogar en la cual puede ser por contratación directa y prestación de servicios.

Industria textil para aumento en la generación del PIB Colombiano, al igual que los avanzas y posicionamiento del sector a nivel local, nacional e internacional en técnicas y tendencias de vanguardia.

9. Formulación del proyecto

9.1 Análisis Sectorial

9.1.1 Composición del sector

Con el fin de entender el comportamiento del sector textil en Colombia, es necesario recalcar la historia de la industrialización en Colombia, la cual tuvo como epicentro el departamento de Antioquia y en especial la ciudad de Medellín, empresas tradicionales de confección como: Coltejer, Fabricato o Tejicondor, con más de 100 años de experiencia en el sector textil, Colombia y Medellín cuenta con cerca de 450 fabricantes y 100.000 unidades productivas de confecciones según informes (Inexmoda, 2012).

Según datos de Inexmoda (S.F.), que demuestran la utilidad económica que genera la producción de telas, la producción del sector incluye: Cultivos de algodón, producción de telas, confecciones de prendas y comercialización, por otra parte, más del 6% del producto interno bruto industrial textil del país se genera en Medellín, razón por la cual hace tan atractivo y prometedor la producción y fabricación de productos textiles en la capital antioqueña, la cual está compuesta por diez mil fábricas situadas en siete ciudades del país, principalmente en Medellín con un aproximado del 40%.

Lo anterior deja ver el gran potencial en producción que posee la ciudad de Medellín en el sector textil; igualmente sobre el particular Encolombia (S.F.), ha manifestado que:

La ciudad de Medellín concentra el 38% de la producción textil, se especializa en textiles de algodón, mezclas con poliéster, lanas técnicas para prendas, hogar y usos técnicos de telas en plano y punto. Por su parte Bogotá genera el 53% de los textiles, produce telas en plano, y punto con fibras sintéticas de poliéster y acrílicos para las confecciones, hogar y usos técnicos. Por otro lado, Ibagué produce el 5% de los textiles del país, Cali es el tercer centro de producción de confecciones, y representa el 2% de la producción de textiles nacionales, mientras que Pereira concentra el 2% de la industria textil (Encolombia, S.F.).

El sector industrial de textiles y confecciones es competitivo y se beneficia de sistemas especiales de exportación e importación con son: Zonas francas, el plan Vallejo y el régimen de comercializadoras internacionales, entre otros. Por esta razón, el sector es diverso y heterogéneo en cuanto a la multiplicidad de sus productos finales.

La definición del concepto lencería para el hogar se designa a cierto tipo de ropa de cama y baño; al igual que se denomina con este concepto a las tiendas especializadas en vender y este tipo de productos textiles para el hogar. La lencería de hogar se caracteriza por los tejidos finos y elegantes, normalmente bordados o guarnecidos de encajes tales como:

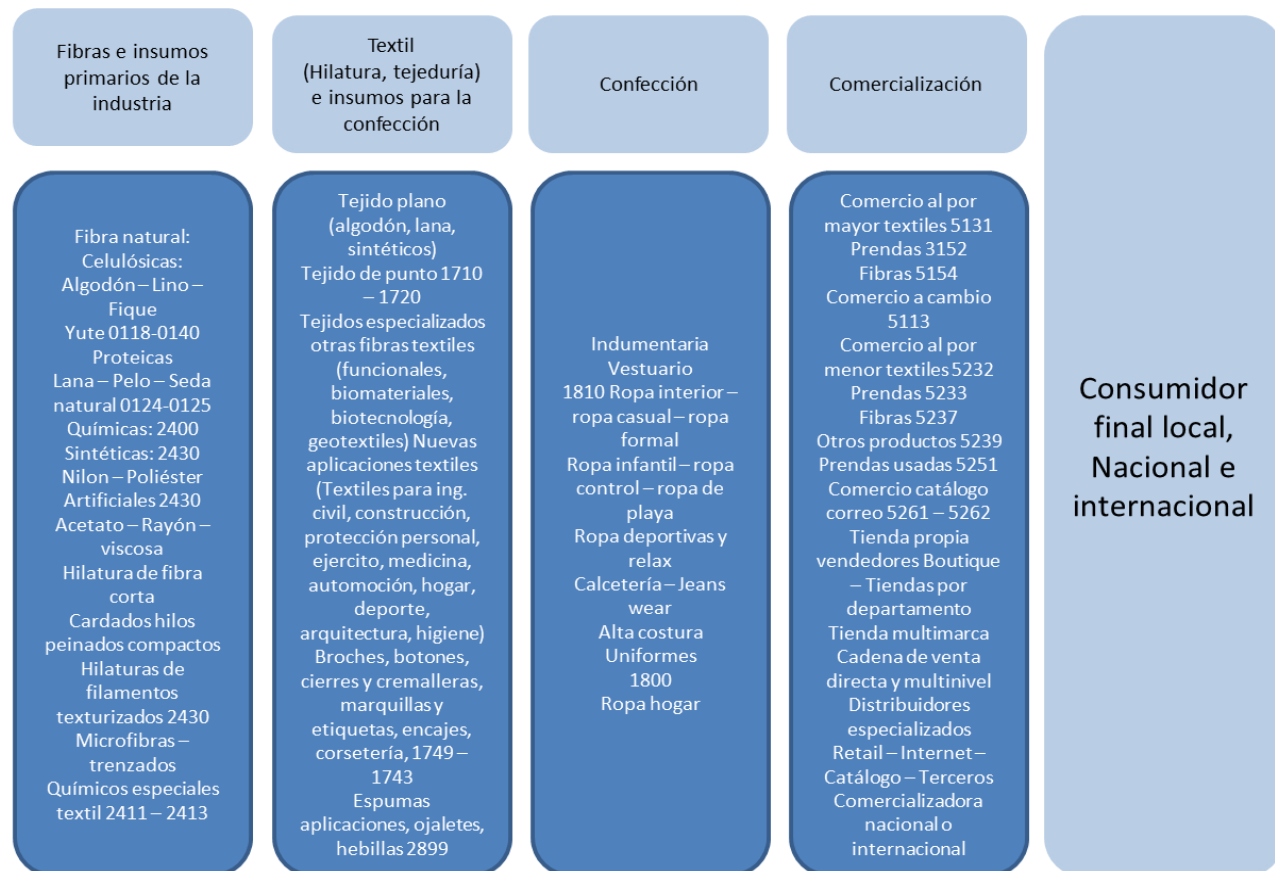
- Producción de fibras y técnicas utilizadas por otras industrias
- Producción de materia prima (Fibras naturales, artificiales y sintéticas)
- Productos semiacabados y acabados
- Procesos intermedios de la cadena son la fabricación de hilos (Hilatura), el

tejido (Plano y de punto) y el teñido y acabado de telas.

Por su parte, la cadena de suministros de esta industria es ampliamente vertical, donde permite abordar de manera conjunta varios procesos el llamado paquete completo que incluye desde el hilado, los tejidos y los propios de la confección como el diseño, cortado, lavado, bordado, tintura y estampado; esta cadena permite importantes alianzas con otras industrias a nivel nacional como internacional.

A continuación, se ilustra diagrama de la cadena productiva del sector Textil-Confección en Colombia:

Gráfico 1 Cadena Productiva del Sector Textil en Colombia



Fuente: Observatorio económico Inexmoda – Elaboración Grupo de estudios Económicos y Financieros (S.F.). Gráfico tomado con fines académicos

Por otra parte, el mapa tecnológico estratégico elaborado por el Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico Textil–Confección de Colombia - CIDETEXCO (2008), permite conocer la cadena productiva de este sector en Colombia, al igual que sus principales características, la cuales son:

- El sector hace parte de la cadena más larga del sector industrial
- Sector fragmentado y heterogéneo (materias primas y productos).
- La demanda se divide en tres usos finales (confección de prendas de vestir; textil y ropa de hogar; aplicaciones industriales y técnicas).
- Fase crítica del proceso de industrialización de los países en vías de desarrollo.
- Liberación total para el comercio internacional para el 2015.

9.1.2 Situación histórica del sector

A principios del siglo XIX se crearon nuevas máquinas de vapor y se emplearon gran cantidad de técnicas para el sector textil-manufacturero, hasta fabricar las primeras máquinas de tejer como es el caso de la Smort sgat de Facundo Valdez en 1842; lo cual tiene relación con el avance obtenido en esa fecha, ya que si se observa dos siglos antes, aproximadamente en el siglo XVII en Inglaterra se usaron varias técnicas nuevas en la búsqueda de creación de máquinas que disminuyeran las técnicas manuales para la producción; muestra de ello fue el invento realizado por John Kay en 1733 quien invento la lanzadera volante la cual permitía tejer a mano mucho más rápido. Para el año de 1764 se patentó la primera “Jenny” una máquina de hilar sin los dedos

como la definió su creador James Hargreaves; la tecnificación del sector permitió el crecimiento y productividad que se reflejó más adelante (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

En cuanto a la industria textil-Confección colombiana, ésta tuvo comienzos a finales del siglo XX en el municipio de Medellín; aproximadamente en el año 1907 se construyeron en la citada ciudad las dos primeras grandes fábricas a saber Coltejer y la Compañía Antioqueña de Hilados y Tejidos que hace parte de Fabricato. Ambas empresas fueron grandes generadores de empleo y producción de nuevas tecnologías. Por la ligereza y la calidad en su mano de obra, Medellín fue líder manufacturero en la producción textil en Colombia; por esta razón el crecimiento del sector ha permitido la generación de proyectos emprendedores para la creación de pequeñas y medianas empresas (Sectorial, 2011).

En este orden de ideas según informe de la Superintendencia de Sociedades, 120 fábricas de textiles y 351 fábricas de confecciones están ubicadas en Bogotá y Medellín, representando el 78% de la producción textil del país y el 70 % de prendas para vestuario (Supersociedades, 2013).

9.1.3 Situación actual del sector

Las principales instituciones del sector textil en Colombia son: Inexmoda, Ascoltex y Cidetexco. Es así como Inexmoda ubicada en la ciudad de Medellín, ha sido un instituto referente por más de 20 años al Sector Textil-Confección Colombiano; en su página web realiza una amplia caracterización del sector.

La realización de ferias de carácter internacional es una ejemplificación de las fortalezas del negocio textil y confecciones en Colombia. Según informes realizados por Inexmoda, esta empresa es una de las industrias claves del país, con una participación del 9% del PIB productivo del país, 24% del empleo en manufactura y 7% del total de las exportaciones (Inexmoda, 2009).

La tradición de la industria en el sector textil-confección, la innovación en la creación de nuevos procesos, máquinas y estilos, permite que en este sector se encuentre en un contexto global e internacional generando más de 200 mil empleos directos y 600 indirectos, el sector concentra 10% de la producción nacional, debido a que incluye cultivos de algodón, producción de telas, confección y comercialización de productos textiles.

Por último, es pertinente mencionar que el sector textil viene de una caída histórica en 2008, en donde ha tenido que recuperar las ventas, por factores de devaluación y contrabando, estos sucesos ocasionaron un desplome en los precios, cierres de varias empresas en el 2012.

9.1.4 Perspectivas del sector

La tasa de cambio se ha convertido en un mecanismo coyuntural para los empresarios del sector textil, el fortalecimiento del mercado americano y la reactivación del consumo nacional han permitido reactivar la economía en el sector y tener mayor dinamismo en toda la cadena de suministros.

Este panorama es optimista debido a que por más de una década el sector cambiario era un factor determinante para el progreso o retroceso del sector, aunque también la inversión en tecnología e innovación han permitido que sector textil-Confección sea cada vez más competitivo.

En este orden de ideas, un ejemplo claro de lo mencionado se observar en los datos reportados por el DANE (2015), en donde hace referencia al crecimiento del sector alrededor del 4.8% en producción, 4,3% en ventas y 0,7% en generación de empleo (Revista Dinero, 2016).

Por otra parte, en una entrevista realizada a Mónica Betancur gerente de mercadeo de Coltejer, considera que el sector tiene grandes oportunidades y que la empresa puede crecer un 10%, debido a la demanda creciente en el sector. La apertura económica trajo consigo modernizar las compañías (Revista Dinero, 2016).

9.1.5 Conclusión general del análisis sectorial

Con el Análisis Sectorial se analizó aspectos de la economía del sector que permiten mitigar los riesgos en el marco de la competencia, los precios de insumos y productos, el crecimiento o decrecimiento del sector, la inversión y otros aspectos que apoyan el análisis de la prefactibilidad; con el fin de realizar conclusiones finales con base en aspectos objetivos y dejar a un lado la subjetividad de las percepciones.

Según los datos obtenidos para el análisis de mercados, se puede concluir que el porcentaje de participación en Antioquia entre el total de las empresas reportadas está entre el 24.4% y 33.9%, lo cual es una cifra considerable y evidencia el crecimiento de este sector.

Con estos datos, se puede inferir que el sector es propicio para emprender esta idea de negocio, el cual año tras año ha mostrado crecimiento representativo tanto en cifras de empresas como en las utilidades obtenidas.

Por otra parte, se consideran los indicadores financieros que permiten tomar decisiones operativas, de inversión y de financiación, con el fin de determinar la rentabilidad del proyecto.

9.2 Análisis de mercados

9.2.1 Descripción del producto o servicio

9.2.1.1 Usos

La lencería para el hogar, es usada en todos los hogares, puesto que no se concibe una cama sin su tendido o cubrelechos, por ejemplo, o no tener una toalla en el hogar.

Cada vez es más común que las personas personalicen sus espacios con estos productos buscando además de calidad, comodidad, durabilidad, el diseño de los mismos.

Muchas veces estos productos son buscados según los espacios o elementos que se tengan, por ejemplo, el color de los muebles.

Ahora, conectaremos estos aspectos con la siguiente matriz que presenta los productos que hicieron parte de la encuesta para el estudio del mercado en el proyecto.

Tabla 4 Productos Participantes en la Encuesta del Mercado del Proyecto

PRODUCTO	ILUSTRACIÓN GRÁFICA	USO
Almohadas		<p>Apoyo para la vértebra del cuello, con el fin de mantener una correcta alineación de la columna vertebral</p>
Cojines decorativos		<p>Elemento decorativo para el interior del hogar, que permite un estilo elegante y personalizado de los espacios.</p>
Tendidos		<p>Elemento decorativo que se usa en las camas, para dar un toque especial a este espacio. También es utilizado como manta para el frío o cobertor.</p>

Cortinas		Piezas móviles que cubren las ventanas, para quitar luz y dar privacidad, además de ser un toque decorativo de los espacios
Toallas		Es un tejido absorbente, cuyo uso principal es secar la humedad, bien sea en el cuerpo humano o en el secado de objetos.

Fuente: Elaboración propia

Para el estudio técnico inicialmente se estaría realizando solo para la elaboración de un kit de cama el cual consiste de un tendido 2 cojines y 2 almohadas; debido a que se realizaría una introducción al mercado con este producto.

9.2.1.2 Usuarios

Los usuarios potenciales de la lencería para el hogar, son principalmente mujeres entre los 27 y 42 años según la encuesta elaborada en el estudio de mercado; ello teniendo en cuenta que por su personalidad son las mujeres quienes se encargan o gustan de cuidar de los detalles en el hogar.

Para la elaboración del tamaño de la muestra, se tuvieron en cuenta los datos socioeconómicos proporcionados por la encuesta Calidad de Vida 2013 de la Ciudad de Medellín.

9.2.1.3 Presentación

Según la concepción que se tiene el producto será entregado en una bolsa de tela (Dril importado), que dará un toque personalizado y estético al empaque; lo cual puede ser un valor agregado para éste producto en el mercado.

Foto empaque:

Ilustración 1 Bolsa de Tela Grande Crunch



Foto disponible en: <http://www.puntodesign.com.uy/bolsa-de-tela-grande-crunch>

En torno a los elementos señalados, el estudio técnico y la producción de productos para el hogar estarían enfocada en la producción de un kit compuesto de la siguiente manera:

Tabla 5 Kit Propuesto Para Producción

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COMPOSICIÓN	CUIDADOS
2 Almohadones	70cm x 50cm	-Dril importado 80 % algodón y 20 % poliéster -Velcro -Hilo calibre 120 - Hilo calibre 75 - cambra - Guata	Se lava con agua tibia en la lavadora y se puede incorporar suavizantes, se debe colgar después del lavado no requiere plancha, también puede utilizarse agua fría y centrifugados largos en la lavadora
2 Cojines decorativos	50 cm x 50 cm	-Dril importado 80 % algodón y 20 % poliéster -Cierre nylon - Hilo calibre 120 - Hilo calibre 75 - cambra - Guata	
1 Tendido	3 Presentaciones: -Presentación 1: 1.00 mts x1.90 mts, Tendido Individual -Presentación 2: 1.40	-Dril importado 80 % algodón y 20 % poliéster - Hilo calibre 120 - Hilo calibre 75	

	mts x 1.90 mts, Tendido matrimonial -Presentación 3: 2.00 mts x 2.00 mts, Tendido King	- Guata	
Empaque en bolsa Dril	75cm x 75 cm	Dril importado 80 % algodón y 20 % poliéster	

9.2.1.4 Composición

El producto está compuesto por telas que son unidas a través de hilos; con los cuales se forma el producto a fabricar.

La principal tela a utilizar será el algodón, teniendo en cuenta las preferencias de las personas según la encuesta realizada; lo que concuerda a su vez con la importancia de la calidad y durabilidad para los clientes, la cual se obtiene con este tipo de material.

Algunos de los productos podrán tener accesorios como canutillos o bisutería, que dará el toque personalizado que algunos clientes esperan.

9.2.1.5 Características físicas

Las características físicas de la lencería para el hogar son 100% textiles. Los materiales pueden variar según el gusto de los clientes; sin embargo, la tela que prefieren las personas encuestadas para sus productos del hogar es el algodón.

La preferencia por el algodón se puede deber a que es un material transpirable, suave al tacto y resistente al lavado; lo cual concuerda con la importancia de la calidad de los productos.

9.2.1.6 Sustitutos

Los productos sustitutos de la lencería para el hogar podrían ser:

Tabla 6 Sustitutos de Lencería

PRODUCTO OFRECIDO	SUSTITUTO
Tendido Cama	Sabana, sobre sabanas, cobija
Cortina	Black Out, Samblastic, Vinilo decorative
Toallas	Secadores, toallas húmedas o desechables
Cojines	Peluches, muñecos decorativos
Almohadas	Cojines

Fuente: Elaboración propia

Tendidos de cama: Podrían ser sustituidos por sábanas y sobresábanas adornadas con otros elementos como ruanas o cojines que hacen el espacio diferente. Además, por el uso de sofacamas, el uso de tendidos no es necesario en este tipo de muebles.

Cortinas: Estas pueden ser sustituidas por persianas o cortinas verticales tipo persianas. Otra forma de sustituir las cortinas es el uso de Black Out o Samblastic.

Toallas: las toallas de mano pueden ser sustituidas por secadores de mano eléctricos, incluso también se cuenta con la opción de toallas desechables para manos y cuerpo.

Cojines: Teniendo en cuenta que los cojines son de uso decorativo, no tienen un uso particular como los mencionados anteriormente; por lo cual las personas pueden prescindir de estos y utilizar otro tipo de decoración para el hogar.

Almohadas: Las almohadas son un producto con pocos sustitutos, puesto que su uso es muy específico, sin embargo, estos podrían ser sustituidos por cojines.

9.2.1.7 Complementarios

Los servicios complementarios que se pueden presentar en la empresa de lencería para el hogar son el diseño o la personalización de estos productos según los gustos de los clientes.

Además, podría prestarse el servicio de reparación, reacondicionamiento o rediseño de la lencería para el hogar.

Tabla 7 Productos Complementarios

PRODUCTOS	DESCRIPCIÓN
------------------	--------------------

COMPLEMENTARIOS	
Asesorías	Con el fin de brindar consejos y asesoramiento a otras personas que requieran un conocimiento específico
Personalización del producto	Producir materiales que impliquen hacer sentir a cada cliente único e irrepetible , con el fin de potencializar posibles compradores
Talleres	Realizar trabajos manuales de tipo artesanal y diseño de moda
Reparación	Prestar servicio de reparación de objetos textiles que presentan desgastes o cambios en su estructura
Empaque decorativo	Puede ser multiusos, reutilizable y reduce espacio para guardar el kit u otros objetos
Rediseño	Fabricar elementos textiles útiles que requieren estética y moda para ser elaborados en serie y comercializarlos en el mercado

Fuente: Elaboración propia

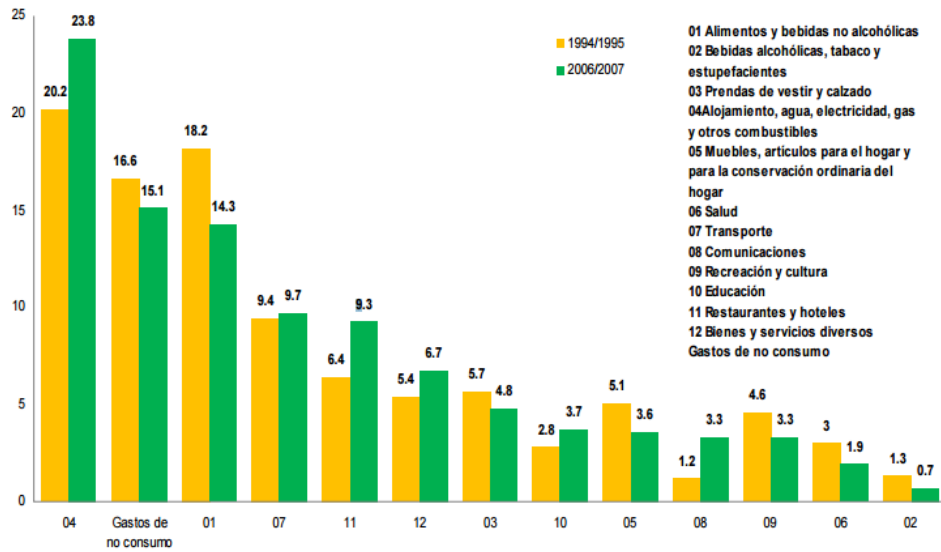
9.2.2 Demanda:

Teniendo en cuenta el informe emitido por la DIAN sobre los gastos en la estructura de los hogares realizado en 3 ciudades, el numeral 05 “*Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar*” corresponde al 5.1% en el año 1994/1995 y al 3.6% para los años 2005/2007. De esto hay que resaltar, que a pesar de que los artículos para el hogar no hacen parte de la canasta familiar, tiene un % importante en los gastos de los colombianos.

Gráfico 2 Participación de los Grupos de Gasto en la Estructura de Gasto de las Encuestas ENIG 94/95 Y 06/07



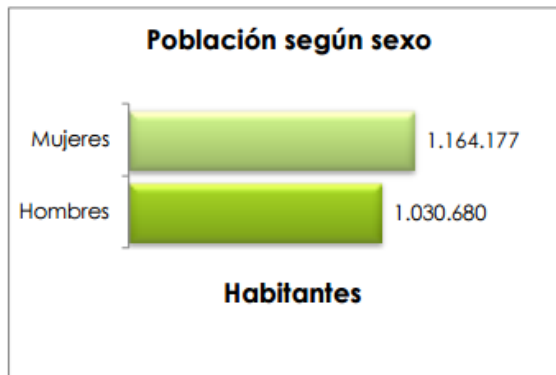
**Participación de los grupos de gasto en la estructura de gasto
De las encuestas ENIG 94/95 Y 06/07
23 ciudades**



Fuente: (DANE, 2007. Pág. 67). Gráfico tomado con fines académicos.

Complementando lo anterior, según los datos obtenidos del perfil socioeconómico de Medellín encuesta calidad de vida 2013, en la ciudad se cuenta con 2.194.857 habitantes en el área urbana de Medellín; de los cuales el 53.041% (1.164.177) son mujeres y el 46.959% son hombres.

Gráfico 3 Encuesta Número de Habitantes en Medellín Según Sexo (2013)



Fuente: Encuesta calidad de vida Alcaldía de Medellín (2013).

Según la encuesta realizada para el estudio de mercado a través de Google Forms, de las personas que respondieron la encuesta, el 80.2% corresponde a público femenino y 19.8% a público masculino.

La mujer está aumentando significativamente su contribución a la actividad económica cambiando su rol de ama de casa, por el de jefe del hogar y comienza a tener cada vez más fuerza en las decisiones dentro del mismo.

En esta encuesta también se encontró que:

- El 96.5% de las personas hacen uso de las almohadas
- El 94.1% hacen uso de las toallas
- El 89.1% hacen uso de los tendidos
- El 72.8% hacen uso de las cortinas

- El 54.5% hacen uso de los cojines decorativos

Partiendo de la base de que el producto es aceptable por las personas encuestadas, surge el siguiente interrogante ¿Qué posibilidad hay de que éstas los compren?

Tabla 8 Posibilidad de que las Personas Compren los Productos

PRODUCTO	LO COMPRARÍA	PUEDE QUE LO COMPRE	NO LO COMPRARÍA
Almohadas	70,79%	27,23%	1,98%
Cojines decorativos	27,72%	50,99%	21,29%
Tendidos	59,41%	36,63%	3,96%
Cortinas	45,54%	39,11%	15,35%
Toallas	67,82%	27,23%	4,95%

Fuente: Elaboración propia

En concordancia con el ítem anterior de lo que se compra actualmente y lo que se compraría, se identifica la prevalencia de las almohadas seguida por las toallas y los tendidos como mayor probabilidad de adquisición.

Y con menos probabilidad de ser comprados están los cojines decorativos y las cortinas.

9.2.3 Oferta

9.2.3.1 Comportamiento histórico

Según el análisis sectorial, el sector textil ha tenido un crecimiento en los últimos años, además; para el análisis de la demanda de la lencería para el hogar se tuvo en cuenta el comportamiento del sector con base en la clasificación del SIREM, evidenciándose la necesidad de la adquisición de los productos.

A lo anterior se debe incluir la población que comercia al por mayor de todo tipo de productos textiles elaborados con fibras naturales, artificiales, sintéticas y sus mezclas, hilados y telas en general.

El comercio al por mayor de lencería y productos confeccionados para uso doméstico, como: Frazadas, mantas de viaje, ropa de cama, cortinas, cenefas, etc., y otros artículos para el hogar, confeccionados con tejidos de cualquier material textil. El comercio al por mayor de artículos de mercería: agujas, hilo para coser, etc.

Se excluyen del proyecto el comercio al por mayor de fibras textiles.

En los años 2004 a 2012, se ve un crecimiento del número de empresas del sector tanto en Colombia como en Antioquia. Los siguientes son los datos tomados de la página de la Superintendencia de Sociedades.

Tabla 9 Crecimiento del Sector 2004-2012

Año	Número de empresas		Porcentaje
	Colombia	Antioquia	

2012	189	55	29.1%
2011	214	67	31.3%
2010	188	63	33.5%
2009	206	65	31.5%
2008	200	66	33%
2007	206	70	33.9%
2006	207	63	30.4%
2005	160	47	29.3%
2004	90	22	24.4%

Fuente: Elaboración Propia

De la tabla anterior, se puede concluir que el porcentaje de participación en Antioquia entre el total de las empresas reportadas está entre el 24.4% y 33.9%, lo cual es una cifra considerable y evidencia el crecimiento de este sector.

El comercio al por mayor de productos textiles y productos confeccionados para uso doméstico según los datos del SIREM arroja los siguientes datos financieros.

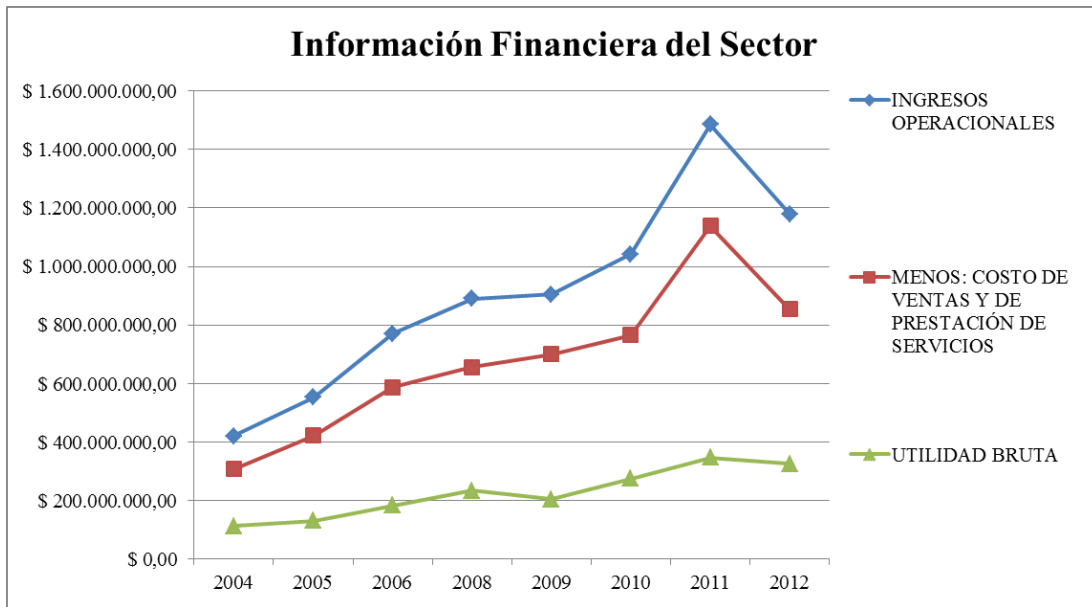
Tabla 10 Datos Financieros del Sector en el Comercio al por Mayor

AÑO	INGRESOS OPERACIONALES	MENOS: COSTO DE VENTAS Y DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	UTILIDAD BRUTA
2012	\$ 1.179.990.236,00	\$ 853.759.372,00	\$ 326.230.864,00
2011	\$ 1.484.412.009,00	\$ 1.138.541.462,00	\$ 345.870.547,00

2010	\$ 1.041.438.337,00	\$ 766.106.119,00	\$ 275.332.218,00
2009	\$ 904.591.448,00	\$ 699.423.285,00	\$ 205.168.163,00
2008	\$ 890.580.598,00	\$ 656.411.164,00	\$ 234.169.434,00
2007	Sin Datos	Sin Datos	Sin datos
2006	\$ 770.424.870,00	\$ 586.888.709,00	\$ 183.536.161,00
2005	\$ 553.003.976,00	\$ 422.580.130,00	\$ 130.423.846,00
2004	\$ 420.748.208,00	\$ 308.158.389,00	\$ 112.589.819,00

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4 Información Financiera del Sector



Fuente: Elaboración propia

Analizando la utilidad bruta obtenida en este sector con base en los datos del SIREM, se han tenido crecimientos hasta del 28.94% (2008) y decrecimientos de 14.14% (2009) y 6.02%

(2012). Estos datos corresponden a su vez con el comportamiento histórico del país, sin embargo, la prevalencia de estos resultados es muy satisfactoria.

Tabla 11 2004-2012 Utilidad Bruta del Sector

AÑO	UTILIDAD BRUTA	% DE VARIACIÓN
2004	\$ 112.589.819,00	N/D
2005	\$ 130.423.846,00	13,67%
2006	\$ 183.536.161,00	28,94%
2008	\$ 234.169.434,00	21,62%
2009	\$ 205.168.163,00	-14,14%
2010	\$ 275.332.218,00	25,48%
2011	\$ 345.870.547,00	20,39%
2012	\$ 326.230.864,00	-6,02%

Fuente: Elaboración propia

9.2.3.2 Situación actual:

Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento.

Actualmente en el mercado se cuenta con tiendas especializadas de lencería para el hogar o en grandes almacenes de cadena con secciones exclusivas para ello, el cual hasta hace algunos años no tenía tanta relevancia como ahora. En la ciudad de Medellín se encuentran entre otras las siguientes tiendas:

Tabla 12 Tiendas Con Productos Relacionados Actualmente en Medellín

ALMACÉN	DIRECCIÓN	PRINCIPALES PRODUCTOS
Almacén el Cobijero	CI 34 43-66 L-1239	Toallas, Cobijas, Sobrecamas, Hamacas y Ruanas.
Fatelares	Múltiples Sedes	Toallas, Sobrecamas y Limpiones de Cocina
Fino Lino	Av. El Poblado #6S-15,	Artículos para cama, mesa, salón y baño
Hangar de textiles	Ayacucho (Centro)	Toallas, almohadas, manteles, tendidos, cortinas, entre otros artículos textiles para el hogar
Fino hogar	Cra. 54 #46-26 carrera 54 # 46-71	Toallas, almohadas, manteles, tendidos, cortinas, entre otros artículos textiles para el hogar
Distrihogar	CC. Oviedo CC. Mayorca CC Tesoro	Cubre lechos, Cortinas, Toallas, Sábanas, Mantelería, Acolchados, Edredones.
Brissa	https://www.almacenesbrissa.com.co/	Artículos de hogar para alcobas, baño, cocina, accesorios y tapetes
Kasaru	Carrera 81 No. 27A-18	Fábrica de ropa para el hogar, almohadas, colchones y manteles
Pintolosa decoración	Carrera 46 No. 39 Sur - 47	Ropa hogar, cobijas, cojines,

		cortinas y cubrecamas
La cuna del hogar	Cra 48 # 45-95	Ropa y lencería para el hogar

Fuente: Elaboración propia

9.2.3.3 Situación futura:

Con base en la información histórica del comportamiento del sector se calcula el pronóstico de las utilidades y el % de variación para los años siguientes así:

Tabla 13 Pronóstico de Crecimiento del Sector Hasta el Año 2021

AÑO	UTILIDAD BRUTA	% DE VARIACIÓN
2004	\$ 112.589.819,00	
2005	\$ 130.423.846,00	13,67%
2006	\$ 183.536.161,00	28,94%
2008	\$ 234.169.434,00	21,62%
2009	\$ 205.168.163,00	-14,14%
2010	\$ 275.332.218,00	25,48%
2011	\$ 345.870.547,00	20,39%
2012	\$ 326.230.864,00	-6,02%
2013	\$ 364.365.721,12	10,47%
2014	\$ 392.611.995,92	7,19%
2015	\$ 420.858.270,71	6,71%
2016	\$ 449.104.545,50	6,29%
2017	\$ 477.350.820,30	5,92%

2018	\$ 505.597.095,09	5,59%
2019	\$ 533.843.369,89	5,29%
2020	\$ 562.089.644,68	5,03%
2021	\$ 590.335.919,47	4,78%

Fuente: Elaboración propia

Los años resaltados corresponden a los 5 años proyectados para el estudio realizado.

Cabe resaltar que en los años siguientes la variación es positiva, lo que indica que las utilidades tendrán crecimientos en promedio del 5.32%.

9.2.4 Precio

Las empresas que van a instalarse en un mercado tienen que determinar el precio que van a aplicar a su producto o servicio; el precio es una de las variables del marketing en la que se puede intervenir con mayor rapidez y que produce un efecto inmediato en los demandantes del producto o servicio ofertado.

En la política de precios de una empresa influyen muchos factores; los precios de la competencia, los costos de producción, comercialización y clientes. Existen diferentes métodos de fijación de los precios, dependiendo del criterio que tenga en cuenta la empresa, para el presente proyecto se analizaron los siguientes:

Basado en los costos: Consiste en añadir al costo del producto la ganancia que en principio se quiera obtener por su venta. La ganancia será un porcentaje sobre el costo o sobre el precio del producto y variará según el resto de los condicionantes de la empresa. Deben considerarse también la demanda y la competencia. Este método requiere un buen análisis de costos, pero no todas las empresas saben que costos tiene y cómo cambian a medida que aumenta la producción.

Basado en el comprador: Se toma como referencia la percepción que el comprador tenga del valor del producto. Si la empresa, cobra por su producto más de lo que los compradores están dispuestos a pagar por él, venderá menos y si cobra por debajo del valor de referencia venderá más; pero obtendrá menos ingresos por unidad.

Basado en la competencia: Consiste en estudiar los precios de la competencia. La empresa tiene tres posibilidades: Fijar un precio igual al de la competencia, menor o mayor. Normalmente las empresas con más cuota de mercado suelen tener precios similares y las pequeñas, suelen seguir al líder, variando sus precios cuando lo hace aquel. Este método puede resultar muy útil para las pequeñas empresas.

9.2.4.1 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta

El precio de la lencería para el hogar se puede considerar elástico, teniendo en cuenta que en la medida que este varíe la demanda también lo hará, es decir; si el precio de estos productos

es superior a lo que las personas están dispuestas a pagar, la demanda puede disminuir y también puede darse en la medida que las personas tengan menos ingresos.

9.2.4.2 Determinación de las principales variables para la definición del precio.

Para definir el precio de los productos, se tendrá en cuenta los costos de producción y lo que está dispuesto a pagar el consumidor buscando un equilibrio de estos dos componentes.

Teniendo en cuenta la encuesta realizada, las personas están dispuestas a pagar lo siguiente por los productos:

Tabla 14 Estudio Precios

PRODUCTO	MENOS DE \$50.000	ENTRE \$50.000 Y \$200.000	MÁS DE \$200.000	NO LO COMPRARÍA
Almohadas	54,5%	36,4%	0,0%	0,9%
Cojines decorativos	60,0%	22,7%	0,0%	9,1%
Tendidos	12,7%	70,9%	7,7%	0,5%
Cortinas	17,3%	59,1%	10,9%	4,5%
Toallas	60,0%	27,7%	4,1%	0,0%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla anterior, se puede concluir lo siguiente:

- A pesar del alto porcentaje de personas que pagarían menos de \$50.000 por una almohada, se cuenta con un porcentaje considerable que pagaría entre \$ 50.000 y 200.000.

- La mayoría de las personas (60%) pagarían menos de \$ 50.000 por un cojín decorativo, sin embargo, se resalta que el 9.1% no lo compraría.

- El precio que prevalece en los tendidos es entre \$50.000 y \$200.000 con un 70.9%, un 12.7% estaría dispuesto a pagar menos de \$50.000 y el 7.7% pagaría más de \$200.000 por ellos.

- El 60% de las personas pagarían menos de \$50.000 por una toalla y el 27.7% pagarían entre \$50.000 y \$200.000 por ellas.

9.2.4.3 Proyección de precios

La proyección de los precios se tendrá en cuenta con base en la inflación o el crecimiento proyectado con el que cuente la empresa.

9.2.5 Plaza

Según Muñiz (S.F.), autor de los cuatro libros más vendidos sobre marketing y ventas, el cual es un experto conferenciante y profesor de marketing y ventas, define los canales de distribución como etapas de propiedad del producto en la cual atraviesa el fabricante al consumidor final.

De esta manera la encuesta expuesta al principio de estudio de mercado permitió identificar un apropiado canal de comercialización y distribución el cual representa un sistema interactivo que mezcla fabricante, intermediario y consumidor el cual sería el recorrido hasta llegar al cliente objetivo. Los canales de comercialización pueden segmentarse así:

Canales Comercialización:

- Internet:

Es el nuevo centro comercial de las actuales generaciones que permite agilidad, rapidez y tiempo al no salir de casa. Como canal se estaría empleando en redes sociales tales como:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Demás redes sociales
- Catálogos:

Se pueden realizar por medio de blogs subidos a la web, permitiendo conocer de forma ordenada, visual, breve y atractiva los productos que se ofrecen, permitiendo un punto de encuentro entre el cliente y la empresa.

- Personal

- Ventas directas a clientes: En esto encontramos a familiares, amigos, clientes referenciados que puedan desplazarse directamente al lugar de fabricación del producto, en este caso sería promociones o saldos.

- Café shop que se estaría realizando con la creación de servicios comentarios en talleres en donde se puede vender directamente

- Canal Distribución:

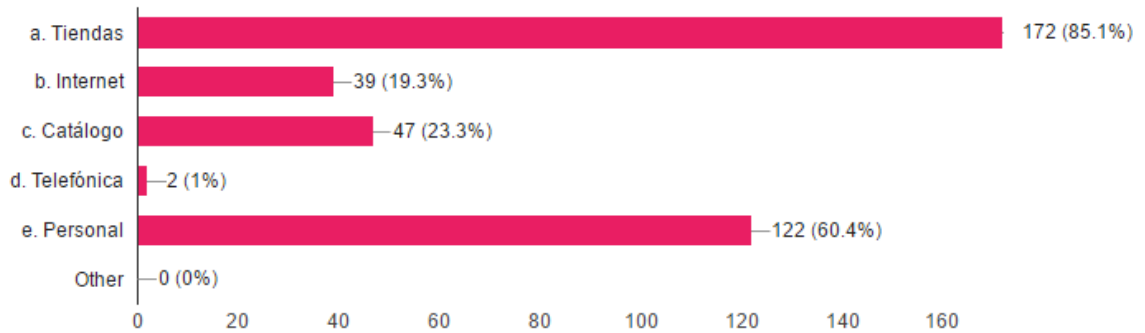
- Tienda: Según la encuesta realizada el 85.1% de las personas encuestas y posibles clientes, seleccionarían este medio para ir a adquirir los productos del hogar, por la confianza que genera y la sensación de haber realizado una buena compra y de volver al lugar.

- Ferias: Es un comienzo al mundo empresarial, con el fin de conseguir contactos para nuevos negocios y clientes.

Gráfico 5 Medio para Compra de Lencería para el Hogar

Por qué medio prefiere realizarlas compras de la lencería para su hogar? Múltiple respuesta

(202 responses)



Fuente: Elaboración propia

9.2.5.1 Ventajas y desventajas de los canales empleados

Ventajas:

Las ventajas que se pueden presentar al seleccionar un canal de distribución y comercialización puede influir en los beneficios de tiempo, lugar y posesión y puede disminuir el costo del material en caso de ser un canal directo o aumentar en caso se seleccionar un intermediario. Su principal ventaja es conectar al cliente con el producto ofrecido.

- Internet
 - Beneficio del tiempo
 - Rapidez en la información

- Reconocimiento

- Catálogos
 - Ilustración gráfica
 - Variedad colores y estilos
 - Reconocimiento de la marca

- Personal
 - Incidir en la decisión de la compra del cliente de la compra

- Compra rápida
 - Beneficio del lugar
 - Poca intermediación
 - control del canal

- Tienda
 - Variedad del surtido
 - Convivencia y experiencia de compra
 - Reconocimiento de la marca
 - Fidelización del cliente
 - Proximidad del cliente

- Ferias

- Contactos clientes
- Contactos proveedores
- Bajo costos comercialización del producto
- Reconcomiendo en el sector textil

Desventajas:

Las desventajas pueden presentarse en los canales de distribución, siendo una de ellas cuando se aplica una mayor inversión de activos en los canales de distribución lo cual sería muy costoso; y generaría la desventaja de una disminución en el margen de ganancia.

A continuación, se muestra una lista de canales de distribución que pueden ser efectivos pero onerosos, los cuales producirían desventajas.

- Internet
 - Administrador constante de los sitios de publicidad de la marca
 - Algunas no tienen acceso a internet
 - Algunos clientes prefieren las tiendas físicas que Online

- Catálogos:
 - Actualización semestral o menos del portafolio de productos
 - Alto costo su elaboración física, por lo tanto, algunas veces selecciona

Online

- Contratación Publicista o Diseñador gráfico
- Personal
 - Rotación de inventario es más lenta
 - Implantar mecanismo de pago (plan separa, clubs, datafono, otros)
 - Poca disponibilidad de tiempo
- Tienda
 - Altos costos de administración
 - Ubicación del sector
 - Contratación de personal
- Ferias
 - Se debe postular para participar
 - Limitaciones cupos
 - Pago stand

9.2.5.2 Almacenamiento

El tema de almacenaje según la escuela de estudios industriales y empresariales realizados por el ingeniero Garavito (S.F.), en donde toma el almacenamiento como un conjunto de actividades que se realizan para proteger y conservar un producto en condiciones adecuadas con el fin de ser comercializado y entregado a su usuario final.

Por otra parte, este proceso de almacenamiento es un apoyo al proceso de fabricación y comercialización de los productos por:

- Pago de impuestos, debido a que los productos no se han vendido
- Disponibilidad de inventario, con el fin entregar más rápido mejorando los tiempos de entrega y producir un incremento en ventas por parte del cliente por la disponibilidad de adquisición.

En otras palabras, el mecanismo que se estaría realizando para almacenar los productos seleccionados en el desarrollo del estudio de prefactibilidad son:

Características físicas:

- Volumen y peso del producto
- Estándar de empaquetado, por 5 unidades (acolchado, 2 cojines, 2 almohadas)
- Fragilidad y resistencia
- Identificación física (inequívoca o dificultosa)

Teniendo en cuenta las características físicas que deberían tener al momento de almacenar el material la forma del empaque sería:

Bolsa decorativa:

Con el fin de tener una identificación propia del producto, se seleccionará una bolsa decorativa como empaque del producto con las siguientes ventajas:

- Alternativa de almacenamiento
- Decorativo
- Funcional al momento de guardar el acolchado
- Protección del producto
- Identificación del producto y marca
- Ecológico para el ecosistema

Ilustración 2 Productos



Una vez el producto sea fabricado, revisado y empacado se puede almacenar de la siguiente manera:

- Almacenamiento estático: Sistemas en los que el dispositivo de almacenamiento y las cargas permanecen inmóviles durante todo el proceso y pueden ser por estanterías.
- En apilamiento ordenado: Con el fin de facilitar la manipulación de embalaje y puesta sobre estanterías del producto se pueden utilizar este método de almacenamiento.

Ilustración 3 Estantería Metálica



Ilustración 4 Estantería



9.2.5.3 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.

Debido a que el estudio de prefactibilidad de la empresa se enfoca en la producción del material y no en la comercialización, esta trayectoria estará orientada en la entrega a los distribuidores pre seleccionados; lo cual puede ser de la siguiente manera:

Ilustración 5 Trayectoria de Comercialización



Fuente: Elaboración propia

9.2.5.4 Conclusiones generales del análisis de mercados.

- El Análisis de mercados obtenido permitió realizar una investigación sistemática basada en la recopilación de datos primarios como fueron el caso de la encuesta realizada y la entrevista al experto, en el caso de encuesta, la información obtenida permitió almacenar y encontrar información confiable para la adecuada toma de decisiones. Para la entrevista se obtuvieron datos precisos del tema seleccionado en el estudio de prefactibilidad; como fuente de información la experiencia de la persona encuestada en el sector y la trayectoria a través del tiempo en el sector textil. Ambas herramientas permiten minimizar los riesgos financieros y entender mejor los consumidores.
- El estudio realizado de la demanda y oferta del producto seleccionado permitió identificar los problemas y oportunidades, al igual que evaluar y definir acciones para los posibles riesgos encontrados en el desarrollo del proyecto. Por otra parte, se definieron elementos para la fijación de precios, proyectar ventas y potenciales clientes.
- Los precios de los productos tienen un impacto sobre la demanda, la cual puede presentarse por el alza de los costos de las materias primas, tasas de interés, la competencia, políticas de estado, inflación y demás factores económicos y sociales; de esta manera han contribuido a desarrollar estrategias de fijación de precios, en este caso la influencia puede ser interna y externa, en la primera está orientada a los costos y la

rentabilidad y la externa a la capacidad de compra del mercado y precios de la competencia.

En este orden de ideas el análisis de la demanda, oferta y precio obtenido permitió identificar aspectos tales como:

- Analizar escenarios económicos
- Variación de precios
- Apreciación del consumidor

9.3 Análisis Técnico

9.3.1 Localización

9.3.1.1 Factores de localización

Para la empresa de producción se requiere una planta local o área de aproximadamente 100 metros cuadrados para la ubicación de las máquinas.

Para determinar los factores de localización se tuvieron en cuenta los siguientes factores:

Cercanía a los proveedores: Los principales insumos son comprados en el centro de la ciudad de Medellín, por lo que ubicar la empresa en el barrio Laureles del Municipio, facilitaría el transporte de los insumos y disminuiría los costos de transporte dada la cercanía.

Facilidad para logística del transporte: Si se requiere hacer distribución de productos, se tienen empresas distribuidoras cerca como TCC, Servientrega y también se tiene cercanía con la Plaza de Mercado de la América y el parque del Barrio Belén, donde se concentran transportadores.

Costos de utilización del local: Una de las socias del proyecto cuenta con un local propio como patrimonio, lo cual disminuiría los costos de arrendamiento y gastos en trámites legales; sin embargo, se deberá tener en cuenta el pago del impuesto catastral.

Ubicación geográfica estratégica: El Barrio Laureles se encuentra ubicado en la comuna 11 de la ciudad de Medellín; su ubicación con barrios de estratos 4, 5 y 6; puede ser estratégico para las ventas del producto, teniendo en cuenta que éste es el público objeto del producto seleccionado.

9.3.1.2 Macro localización

La prefactibilidad de la empresa se realiza para ejecutarse en el territorio colombiano país ubicado en el continente de América del Sur, estado unitario, social y democrático de derecho de gobierno presidencialista. El estado colombiano está compuesto por 32 departamentos, con una

superficie de 2 129 748 km², de los cuales 1 141 748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988 000 km² a su extensión marítima (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

El territorio colombiano tiene una posición estratégica en la región por acceso al océano Atlántico y Pacífico; con alrededor de 47 millones de habitantes; es el tercer país en población de América Latina, el producto interno bruto de paridad de poder adquisitivo de Colombia ocupa el cuarto puesto en América Latina y el puesto 28 a nivel mundial. El PIB nominal colombiano es el cuarto más grande de América Latina (Enciclopedia Wikipedia, S.F.).

Ilustración 6 Mapa del Territorio Colombiano



9.3.1.3 Micro localización

El estudio de mercado y prefactibilidad de la empresa se realizó en el departamento de Antioquia, específicamente en la ciudad de Medellín por las siguientes razones:

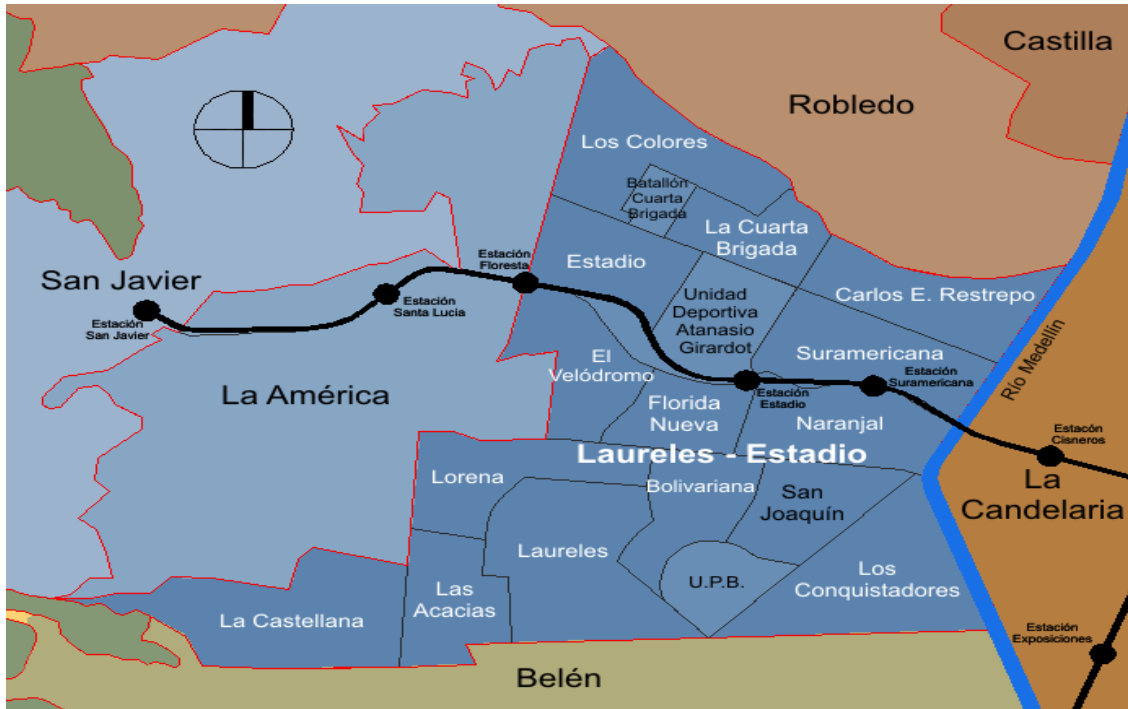
- La competitividad de la ciudad frente a las otras ciudades del país
- Por la trayectoria de sector textil y confecciones
- Por el posicionamiento del sector a nivel nacional
- La mano de obra abundante y calificada del sector
- En temas de localización se tiene fácil acceso al océano pacífico y atlántico

Ilustración 7 Mapa de Medellín



Fuente: Google Maps (2017).

Ilustración 8 Barrios de Medellín



Fuente: Enciclopedia Wikipedia S.F.

Tabla 15 Inmuebles para Arrendar

	COSTO ARRIENDO	SECTOR DEL INMUEBLE	ARRENDAMIE NTOS	COMODIDADES DEL INMUEBLE
	\$1.950.000	Simón Bolívar	Crecimiento inmobiliario Tel. 448 3287	100 m2, parqueadero descargue, 2 baños, piso concreto.
	\$1.950.000	Laureles	Broker Inmobiliario Tel. 322 1515	174 m2, 2 baños sencillos, parqueadero, piso cerámica, cocina sencilla.

\$ 419.000 (predial trimestral)	Laureles	Casa propia de una de las emprendedoras	100 m2, 1 baño sencillos, parqueadero, piso cerámica, patio.
---------------------------------------	----------	---	--

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la información encontrada en el cuadro anterior, seleccionados tres opciones para arrendar un espacio físico en el cual se revisaron ubicación del sector Laureles y barrios cercanos, comodidades del espacio y espacios disponibles. Es así como se obtuvieron los métodos de evaluación que a continuación se muestran.

9.3.1.4 Métodos de evaluación

Tabla 16 Criterios de Evaluación

CRITERIO	POND	OPCIÓN 1		OPCIÓN 2		OPCIÓN 3	
		CALI	TOTA	CALI	TOTA	CALI	TOTA
		F.	L	F.	L	F.	L
Costo de alquiler / Predial	0,4	3	1,2	2	0,8	5	2
Vías de acceso	0,15	4	0,6	3	0,45	4	0,6
Cercanía a proveedores	0,25	4	1	4	1	4	1
Tamaño (m²)	0,2	3	0,6	5	1	3	0,6
TOTAL	1		3,4		3,25		4,2

Fuente: Elaboración propia

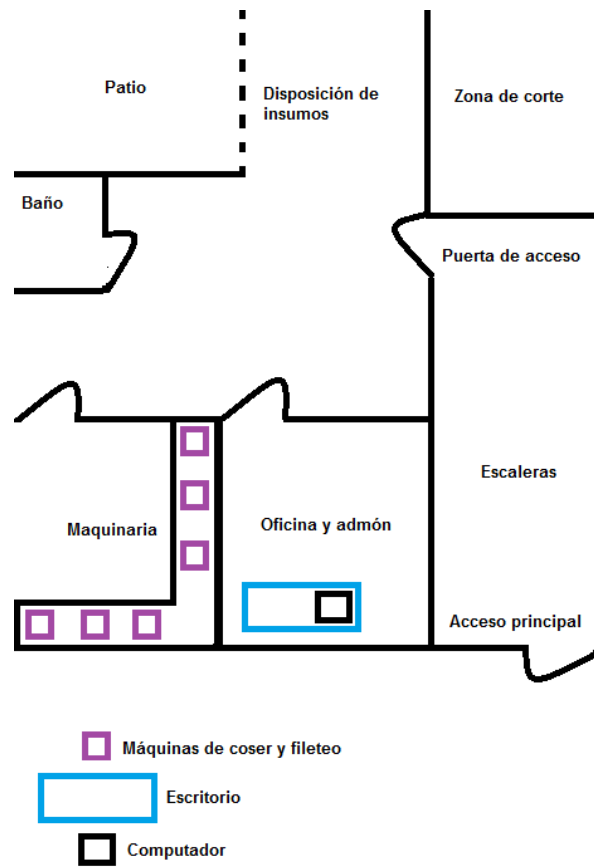
Por otra parte, los factores de localización y métodos de evaluación utilizados para encontrar el espacio físico, fue seleccionar una serie de criterios de evaluación y posteriormente seleccionar una opción confiable como fue el caso de la distribución espacial del lugar seleccionado.

Ilustración 9 Futuras instalaciones principales



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10 Distribución Interna del Lugar Seleccionado



Fuente: Elaboración propia

9.3.2 Tamaño.

9.3.2.1 Tamaño óptimo.

El tamaño del proyecto, hace referencia a la capacidad de producción, para lo cual se tiene en cuenta que la ley establece que una persona debe trabajar 48 horas semanales. Esta información es necesaria para calcular la capacidad máxima de producción con el recurso actual.

En la siguiente tabla se presenta inicialmente cada actividad para la elaboración del producto; los operarios con los que contará inicialmente la empresa, el tiempo en horas requerido en la realización de cada actividad, las cuales sumadas dan un tiempo estimado de 6.5 horas.

Con el costo de la hora calculado en el numeral 9.3.3.5, multiplicado por el tiempo requerido en cada actividad, se calcula el costo de la mano de obra para la realización de un producto (Tendido + 2 Cojines + Empaque) por parte del recurso humano disponible en el área de producción (1 Auxiliar de corte y 2 Auxiliares de Cosido). El costo de la mano de obra total para un producto es de \$ 42.146, como se puede evidenciar en la siguiente tabla:

Tabla 17 Recurso para la Elaboración de un Producto

Recurso para la elaboración de un producto (Tendido + dos cojines y un empaque)				
ACTIVIDAD	CANTIDAD DE OPERARIOS	TIEMPO (HORAS)	COSTO (HORA)	COSTO MANO DE OBRA
Corte de Tela	1 Auxiliar de Corte	1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Cosido en máquina		1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Incrustación de bisutería		2,0	\$ 6.484	\$ 12.968
Relleno de cojines		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Fileteo	2 Auxiliares de Cosido	1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Revisión de Calidad		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Empaque		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Total	3	6,5	\$ 6.484	\$ 42.146

Fuente: Elaboración propia

Con esta información calculamos la capacidad de producción de la empresa así:

La empresa contará inicialmente con 3 operarios, el tiempo de elaboración de un producto se obtiene de la información tabla anterior, las horas efectivas en el mes, se toman del cálculo

presentado en la tabla 9.3.3.5 Determinación de la mano de obra necesaria; estas horas efectivas se multiplican por el número de operarios, cuyo resultado es de 562.4 horas y al dividir este número por el número de horas requeridas para la elaboración del producto, obtenemos que mensualmente se pueden producir 86.5 productos

Tabla 18 Capacidad de Producción Mensual

CRITERIO	DATO
Número de operarios	3
Tiempo de elaboración de producto	6,5
Horas efectivas en el mes	187,5
Horas efectivas x Número de operarios	562,4
Capacidad de producción mensual	86,5

Fuente: Elaboración Propia

9.3.2.2 Tamaño y mercado:

Con base en la información histórica del comportamiento del sector, se calcula el pronóstico de las utilidades y el % de variación para los años siguientes.

Tabla 19 Pronóstico de las Utilidades

AÑO	UTILIDAD BRUTA	% DE VARIACIÓN
2004	\$ 112.589.819,00	
2005	\$ 130.423.846,00	13,67%
2006	\$ 183.536.161,00	28,94%
2008	\$ 234.169.434,00	21,62%
2009	\$ 205.168.163,00	-14,14%

2010	\$ 275.332.218,00	25,48%
2011	\$ 345.870.547,00	20,39%
2012	\$ 326.230.864,00	-6,02%
2013	\$ 364.365.721,12	10,47%
2014	\$ 392.611.995,92	7,19%
2015	\$ 420.858.270,71	6,71%
2016	\$ 449.104.545,50	6,29%
2017	\$ 477.350.820,30	5,92%
2018	\$ 505.597.095,09	5,59%
2019	\$ 533.843.369,89	5,29%
2020	\$ 562.089.644,68	5,03%
2021	\$ 590.335.919,47	4,78%

Fuente: Elaboración propia

Para efectos del análisis financiero, el crecimiento de ventas esperado, se tomará con base en el pronóstico realizado en la tabla anterior

9.3.2.3 Tamaño e inversiones

Para la creación de la empresa, se requieren las siguientes inversiones iniciales:

Tabla 20 Inversiones iniciales

Inversiones iniciales			
ÍTEM	CANT	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Tijeras de corte fino	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Mesa grande	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Máquina plana para realizar puntada recta	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Máquina recubridora	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Máquina 20 U para presillar	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Fileteadora con respunte de seguridad	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Fileteadora con respunte de refuerzo	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Fileteadora sencilla	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Escritorio y silla para disposición de computador y aspectos administrativos	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Sillas	6	\$ 80.000	\$ 480.000
Ventiladores	4	\$ 140.000	\$ 560.000
Computador con procesador Intel Core. Ram de 6 Gb y Disco duro de 1000 G. Monitor LED.	1	\$ 1.529.000	\$ 1.529.000
Licencia de Microsoft Office 2016	1	\$ 1.499.000	\$ 1.499.000
Impresora multifuncional , fotocopiadora y escaner a color. Impresión térmica y Wifi	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Gastos notariales y registro Cámara de Comercio	1	\$ 300.000	\$ 300.000
TOTAL			\$ 20.847.900

Fuente: Elaboración propia

Con base en la producción de 86.5 productos mensuales, se obtienen los siguientes datos:

Tabla 21 Costos mensuales por mano de obra

Actividad	Materia Prima						Mano de Obra				
	MP	Cantidad para una unidad del producto	Unidad	Costo Unitario	Costo Unidad Producida	Costo MP	Tiempo (h) 1 producto	Tiempo (h) unidades a producir	Costo (hora)	Costo MO Unitario	Costo MO Total
Unidades a producir mensualmente por los 3 operarios											
86,5											
Corte de Tela							1,00	86,52	\$ 6.484	\$ 6.484	\$ 561.018
Cosido en máquina							1,00	86,52	\$ 6.484	\$ 6.484	\$ 561.018
Incrustación de bisutería							2,00	173,05	\$ 6.484	\$ 12.968	\$ 1.122.037
Relleno de cojines							0,50	43,26	\$ 6.484	\$ 3.242	\$ 280.509
Fileteo							1,00	86,52	\$ 6.484	\$ 6.484	\$ 561.018
Revisión de Calidad							0,50	43,26	\$ 6.484	\$ 3.242	\$ 280.509
Empaque							0,50	43,26	\$ 6.484	\$ 3.242	\$ 280.509
Materia prima	Vekro	0,25	Metro	\$ 500	\$125	\$10.815					
	Cierre nylon	1,00	Metro	\$ 1.000	\$1.000	\$86.523					
	Hilo Calibre 120	5,00	Tubino	\$ 1.500	\$7.500	\$648.923					
	Hilo Calibre 75	5,00	Tubino	\$ 1.000	\$5.000	\$432.615					
	Guata prensada	2,00	Metro	\$ 4.000	\$8.000	\$692.185					
	Relleno para cojines	0,50	Kilo	\$ 4.000	\$2.000	\$173.046					
	Dryl	4,50	Metro	\$ 19.000	\$85.500	\$7.397.723					
	Tela no tejida (Cambra)	1,50	Metro	\$ 2.500	\$3.750	\$324.462					
	Agujas	5,00	Unidad	\$ 550	\$2.750	\$237.938					
Bisutería	0,50	Libra	\$ 24.000	\$12.000	\$1.038.277						
Totales					\$ 127.625	\$ 11.042.508				\$ 42.146	\$ 3.646.620
Total Costo Mano de Obra + Insumos						\$ 14.689.128					

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior está calculada sobre 86.5 unidades que pueden producir 3 operarios cada mes. Se determinan las etapas para la realización de producto, las horas requeridas para cada una de ellas y el costo total de la mano de obra es de \$ 3.646.620; Luego se calcula el valor de la materia prima requerida, con el costo unitario y la cantidad requerida para la elaboración de los productos, que en total es de \$11.042.508. La suma, de estos dos valores (mano de obra + insumos) es de \$ 14.689.128.

9.3.3 Ingeniería del proyecto

9.3.3.1 Descripción técnica del producto o servicio

Esta empresa se dedicará a la producción de un producto de lencería para el hogar, el cual está conformado por un kit:

- 1 Tendido de cama
- 2 Cojines decorativos
- 1 Empaque de tela

Este kit se puede encontrar en 3 presentaciones así:

Tabla 22 Presentaciones de los Kits Ofrecidos

PRESENTACIÓN	TIPO DE TENDIDO	TAMAÑO
Presentación 1	Tendido individual	1 mts x 1.90 mts
Presentación 2	Tendido matrimonial	1.40 mts x 1.90 mts
Presentación 3	Tendido King	2 mts x 2 mts

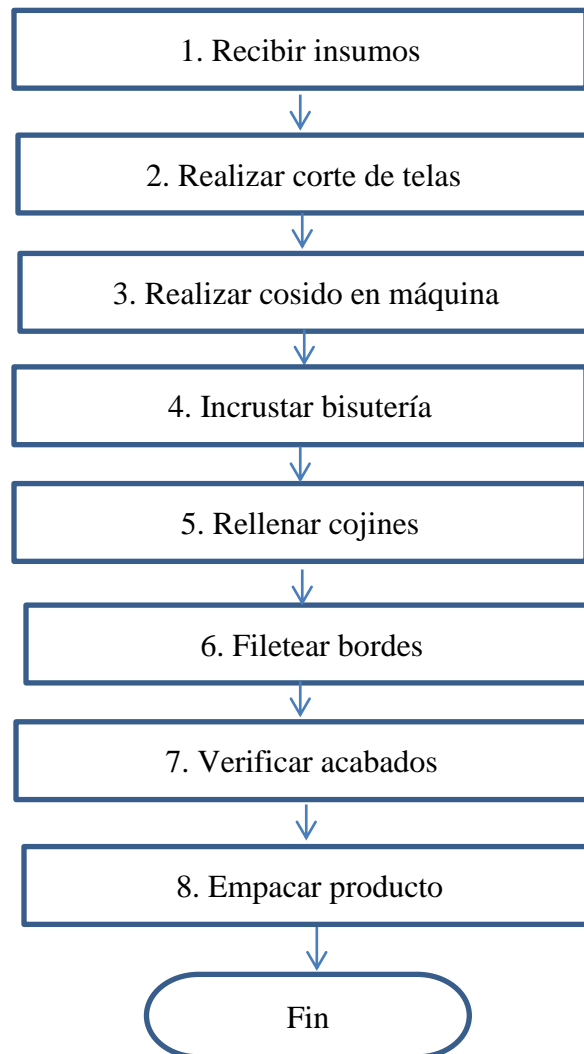
Fuente: Elaboración Propia

Los cojines y el empaque son tamaño estándar para las tres presentaciones antes mencionadas.

9.3.3.2 Identificación y selección del proceso de producción

El proceso de producción de la empresa está representado en el siguiente diagrama de flujo.

Ilustración 11 Diagrama de Actividades



Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 Descripción de las Actividades

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1. Recibir insumos	Verificar que los insumos requeridos lleguen en las condiciones adecuadas para continuar con el proceso.
2. Realizar corte de telas	Con base en el diseño establecido, realizar el corte correspondiente; este es realizado a mano con la ayuda de unas tijeras de corte fino.
3. Realizar cosido en máquina	Realizar ensamble de aspectos cortados y con la recubridora, realizar cosido de las telas superpuestas
4. Incrustar bisutería	Incrustar a mano la bisutería que hace parte del diseño establecido. Para ello se utiliza aguja e hilos
5. Rellenar cojines	Rellenar cojines con algodón siliconado (viscoelástico)
6. Filetear bordes	Realizar la terminación de los bordes con la fileteadora, con el fin de dar un acabado más estético al producto
7. Verificar acabados	Verificar que los productos no tengan hilos sueltos o espacios descosidos. Verificar texturas, identificando posibles defectos previo al empaque
8. Empacar producto	Realizar el empaque del producto en la bolsa de tela elaborada

Fuente: Elaboración propia

9.3.3.3 Inversiones en maquinaria y equipo.

Para la producción del producto siguiendo las etapas de producción y teniendo en cuenta aspectos generales y administrativos, se describen a continuación la maquinaria y equipos requeridos.

Tabla 24 Inversión en maquinaria

**Recurso para la elaboración de un producto
(Tendido + dos cojines y un empaque)**

ETAPA	MAQUINARIA / EQUIPOS	DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Corte de tela	Tijeras	El proceso de corte se realiza a mano, por lo cual se requieren tijeras de corte fino.	4	\$ 120.000	\$ 480.000
	Mesa	Mesa grande para realizar el corte del material	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Cosido en máquina	1 Máquina plana de puntada recta	Máquina para realizar puntada recta	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	1 Máquina recubridora	Máquina para realizar cosido de varias telas superpuestas	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
	1 Máquina 20U (para presillar)	Máquina para presillar	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Fileteo	1 Fileteadora con respunte de seguridad	Máquina para respunte de seguridad	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
	1 Fileteadora con respunte de refuerzo	Máquina para respunte de refuerzo	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	1 Fileteadora sencilla	Fileteadora sencilla	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
General	Computador	Computador con procesador Intel Core. Ram de 6 Gb y Disco duro de 1000 G. Monitor LED.	1	\$ 1.529.000	\$ 1.529.000
	Escritorio	Escritorio y silla para disposición de computador y aspectos administrativos	1	\$ 500.000	\$ 500.000
	Impresora	Impresora multifuncional, fotocopiadora y escaner a color. Impresión térmica y Wifi	1	\$ 199.900	\$ 199.900
	Sillas	Sillas para las diferentes máquinas de coser y fileteadoras	6	\$ 80.000	\$ 480.000
	Ventiladores	Ventiladores para mantener ambiente	4	\$ 140.000	\$ 560.000
TOTAL					\$ 19.048.900

Fuente: Elaboración propia

9.3.3.4 Descripción de insumos

A continuación, se presentan los insumos requeridos para la elaboración del producto definido y los valores unitarios según las unidades de medición establecidas para cada insumo.

Tabla 25 Insumos Requeridos

MATERIA PRIMA	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA
Velcro	Utilizado para los almohadones que hacen parte del cojín	\$ 500	Metro
Cierre nylon	El cual será utilizado para los cojines	\$ 1.000	Metro
Hilo Calibre 120	Hilo de mayor grosor, que será utilizado para los cojines y los empaques del producto	\$ 1.500	Tubino
Hilo Calibre 75	Hilo de menor grosor, utilizado para el proceso de cosido de los tendidos.	\$ 1.000	Tubino
Guata prensada	Material utilizado para acolchar el tendido	\$ 4.000	Metro
Relleno para cojines	Algodón Siliconado con el cual se rellena el cojín	\$ 4.000	Kilo
Dril	Tela para la elaboración de los tendidos y el empaque del producto	\$ 19.000	Metro
Tela no tejida (Cambra)	Material utilizado para realizar los almohadones	\$ 2.500	Metro
Agujas	Utilizadas para la incrustación de bisutería	\$ 550	Unidad
Bisutería	Tubos o elementos decorativos que hacen parte integral de los tendidos o cojines	\$ 24.000	Libra

Fuente: Elaboración propia

9.3.3.5 Determinación de mano de obra necesaria.

Para el proceso de producción del producto se requieren 3 personas de tiempo completo, con un horario de trabajo de Lunes a Sábado de 7:30 a.m. a 12:00 m y de 1:30 a.m. a 5:00 p.m; los cargos solicitados serían:

- 1 Auxiliar de corte
- 2 Auxiliares de cosido o costura

Estas personas tendrán como remuneración, el salario mínimo legal mensual vigente más prestaciones sociales señaladas en las leyes preexistentes sobre la materia, para una mejor ilustración obsérvese la siguiente tabla:

Tabla 26 Salario Discriminado

SALARIO OPERARIOS	
Salario	737.717
Transporte	83.140
PRESTACIONES SOCIALES	
Cesantías	\$ 67.951
Primas	\$ 67.951
Intereses sobre cesantías	\$ 8.154
DESCANSO REMUNERADO	
Vacaciones	\$ 30.738
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	
Pensiones (AFP)	\$ 88.526
Salud (EPS)	\$ 62.706
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 7.702
PARAFISCALES	
Parafiscales	\$ 66.395
TOTAL	\$ 1.215.540

Fuente: Elaboración propia

Con la observancia de la información señalada, se calcula el costo de la hora de producción así:

Tabla 27 Costo de Mano de Obra por Hora

CALCULO DEL COSTO DE LA HORA	
Días del año	365
Domingos	52
Festivos	17
Días realmente trabajados	296
Horas laborales	8
Horas anuales laborales	2368
Tiempo improductivo (5%)	118,4
Horas efectivas al año	2249,6
Horas efectivas en el mes	187,5
Valor Hora	\$ 6.484

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla presenta el recurso requerido para el proceso de producción del producto (1 tendido + 2 cojines y un empaque) y el costo total de la mano de obra.

Tabla 28 Costo Total de la Mano de Obra

ACTIVIDAD	CANTIDAD DE OPERARIOS	TIEMPO (HORAS)	COSTO (HORA)	COSTO MANO DE OBRA
Corte de Tela	1 Auxiliar de Corte	1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Cosido en máquina		1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Incrustación de bisutería		2,0	\$ 6.484	\$ 12.968
Relleno de cojines		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Fileteo	2 Auxiliares de Cosido	1,0	\$ 6.484	\$ 6.484
Revisión de Calidad		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Empaque		0,5	\$ 6.484	\$ 3.242
Total	3	6,5	\$ 6.484	\$ 42.146

Fuente: Elaboración propia

9.3.4 Aspectos legales

9.3.4.1 Tipos de Sociedades

Debido a que la empresa estaría en estudio de prefactibilidad, en caso de ser viable y tomar la decisión de constituirse se realizaría bajo los parámetros aprobados por la Superintendencia de Sociedades, constituyéndola a través de una Sociedad por Acciones Simplificadas – S.A.S., regulada por la ley 1258 del año de 2008 y las normas que modifiquen, adicionen o deroguen.

Esta figura legal permite constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, siendo responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Otras ventajas que faculta este tipo de sociedad son:

Simplificación de trámites: Para cualquier sociedad registrada en Colombia, excepto la S.A.S; es necesario ratificar bajo escritura pública los estatutos de constitución a través de Notaría Pública; situación que no ocurre con la Sociedad por Acciones Simplificadas, debido a que esta no requiere dar fe pública; claro está, que toda norma general tiene sus excepciones y no es un caso aparte la sociedad analizada; la cual requiere de protocolo escritural cuando se ingresa al patrimonio societario bienes inmuebles, lo cual tiene razón de ser, observando que la nueva sociedad es una persona jurídica, pudiendo adquirir bienes a su nombre y no a nombre de los socios. Esta simplificación permite reducir costos notariales y legales.

Por otra parte, este tipo de sociedad es de carácter comercial, para evitar procesos comerciales y civiles, según establece el artículo 3 de la ley 1258 de 2008; determina que la S.A.S será siempre de carácter comercial suprimiendo la dicotomía en el derecho privado.

Otra diferencia con otras sociedades radica en la exigencia de un mínimo de socios para su constitución, la S.A.S., puede constituirse con un solo socio.

Limitaciones de la responsabilidad: el accionista responde hasta el monto de sus aportes, salvo en el artículo 42 de la ley 1258 de 2008, para fraudes a la ley en donde los accionistas deberán responder solidariamente.

Autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio.

Estructura flexible de capital: Para la constitución de la S.A.S se puede constituir sin necesidad de pagar ninguna suma en el momento de crearla, a diferencia de otras sociedades que exige un monto mínimo.

9.3.4.2 Requisitos legales

Para la creación de este tipo de sociedad se puede hacer por medio de una o varias personas naturales o jurídicas que tengan la mayoría de edad según la ley colombiana.

Para esto se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Documento público: Se realiza con las personas que conforman la sociedad siempre y cuando esta sociedad tenga bienes inmuebles, se procede a la elaboración de una escritura pública y se ratifica en una notaría, para luego llevar el documento a cámara de comercio.

- Documento privado: Documento en el cual las personas que conforman la sociedad realizan de forma privada y posteriormente se inscribe en Cámara de Comercio junto con los documentos requeridos por la Superintendencia de Sociedades y lo requerido por la Cámara de Comercio donde funcione la empresa; a continuación, se muestran algunos requisitos generales:

1. Nombre completo y apellidos del accionista
2. Documento de identificación
3. Domicilio del accionista
4. Domicilio principal y sucursales que conformen la empresa
5. Término duración de la sociedad o la observación de ser indefinido
6. Descripción clara de las actividades y sus limitaciones

7. Monto de Capital suscrito y pagado, valor nominal de cada acción y como se aportó a este capital en valor nominal por cada uno de los accionistas.
8. Designar un representante legal, funciones de cada socio y representación dentro de la empresa
9. Cámara de comercio
10. Matricula mercantil
11. NIT (Número de identificación tributaria)
12. Gastos de representación de contador o asesor legal por la elaboración de contratos y balance general como pago de IVA (Impuesto sobre el valor agregado), el cual corresponde a un número determinado de salario mínimo legal vigente contratado con el contador y abogado.
13. Así mismo se deberá contar con un revisor fiscal, con el fin de vigilar que los estatutos y las decisiones de la asamblea general y junta directiva se cumplan.
14. El representante legal seleccionado por los accionistas, según los estatutos de la empresa, lo faculta de poderes, deberes y obligaciones que tiene en desarrollo de sus

funciones en la empresa, para aprobar, ejecutar, nombrar, adquirir, arrendar, contratar, pagar obligaciones y firmar toda clase de documento. De esta manera se deberá establecer una junta directiva, la cual tendrá como función que la sociedad cumpla sus funciones.

9.3.5 Aspectos administrativos

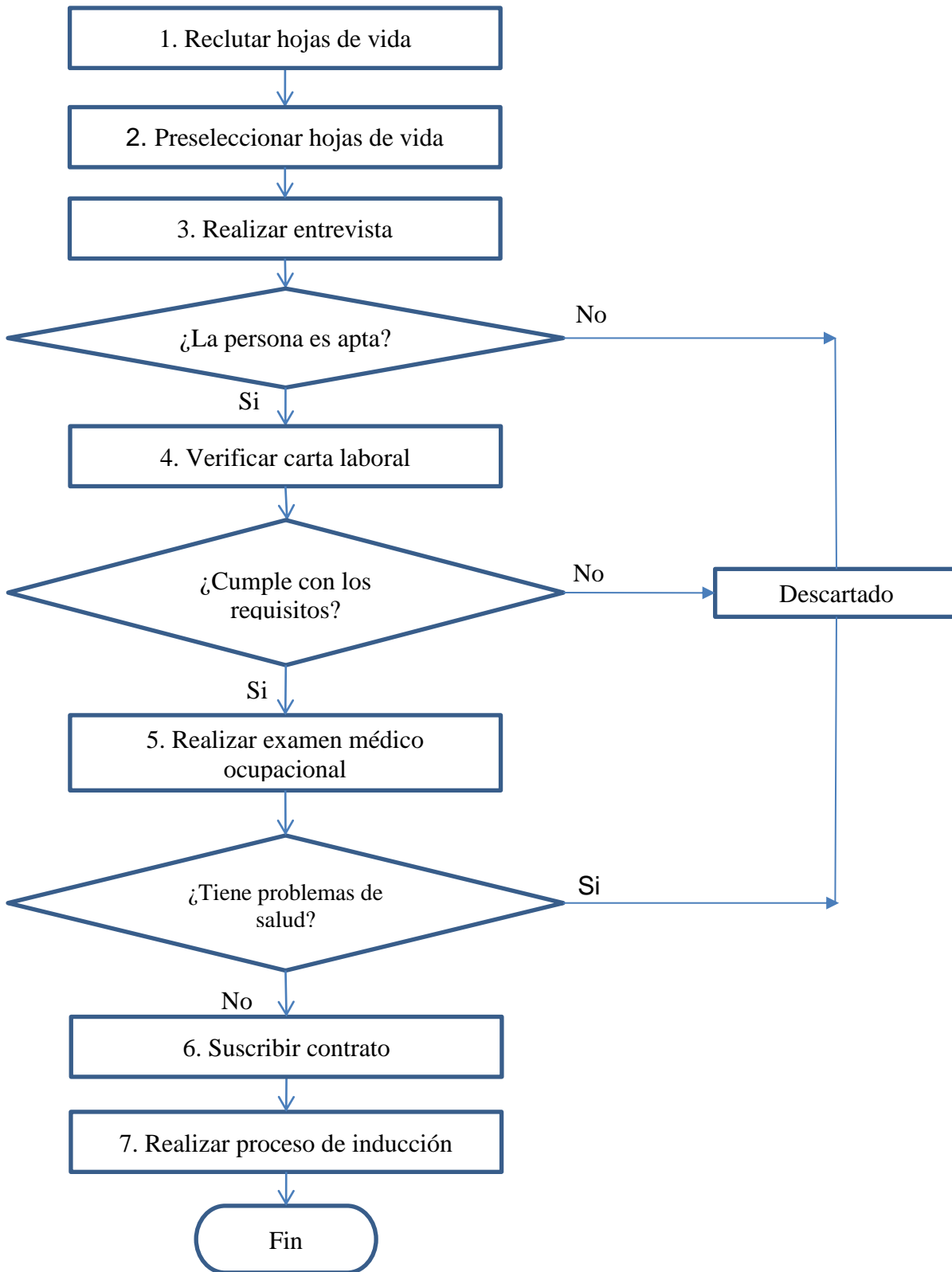
9.3.5.1 Vinculación

La empresa cuenta con la dirección de la socia mayoritaria, la cual no contará con un sueldo específico teniendo en cuenta las ganancias que le corresponderán con la operación del proyecto.

Para el funcionamiento de la empresa, se requieren además una persona para el corte y dos personas para el proceso de cosido, las cuales tendrán contrato laboral a término indefinido con el pago de un salario mínimo y las prestaciones sociales.

9.3.5.2 Reclutamiento, selección, contratación e inducción

Tabla 29 Diagrama de Selección



Fuente: Elaboración propia

Tabla 30 Descripción de las Actividades de Selección

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1. Reclutar hojas de vida	Revisando hojas de vida con las que se cuenten o publicando las ofertas en las páginas de servicio de empleo públicas y privadas.
2. Preseleccionar hojas de vida	Verificando que la formación y experiencia del posible candidato se ajuste a los requisitos básicos del cargo. Este proceso es importante porque se deben seleccionar los candidatos que más se ajusten para dar inicio al proceso de selección.
3. Realizar entrevistas	Realizando preguntas que permitan evaluar las habilidades de los candidatos preseleccionados. Esta actividad es importante porque permite obtener conocimiento personal de los candidatos, ampliar la información requerida.
4. Verificar carta laboral	Verificando telefónicamente la información consignada en la hoja de vida (Educación, experiencia laboral, referencias laborales o personales, entre otros) Esta actividad permite validar la información relacionada para comprobar la veracidad de los datos.
5. Realizar examen médico ocupacional	Enviando al candidato preseleccionado a la entidad de salud quien realiza el examen preocupacional, con el fin de conocer

	las condiciones físicas actuales del candidato y evitar riesgos sobre enfermedades laborales.
6. Suscribir contrato	Firmando el contrato en original y copia, ya que es necesario dejar constancia del contrato de trabajo para dar cumplimiento a los requisitos legales.
7. Realizar proceso de inducción	Es dar información general y suficiente que permita al empleado ubicarse en su rol dentro de la empresa, para realizar su trabajo de manera eficiente.

Fuente: Elaboración propia

9.3.5.3 Tipo de contrato.

Las personas que laboren en la empresa tendrán un contrato laboral a término indefinido con el pago total de sus prestaciones sociales.

9.3.5.4 Definición de cargos

Según el organigrama la empresa contará con un director, un auxiliar de corte y dos auxiliares de cosido que tendrán las siguientes funciones.

Director:

- Gestionar las compras de insumos
- Realizar las relaciones con los bancos

- Gestionar las relaciones con los clientes
- Dirigir el personal de producción
- Realizar los procesos administrativos, de contabilidad, selección, contratación, inducción, nómina, entre otros.
- Definir los diseños

Auxiliar de corte

- Manejar la bodega de insumos
- Definir y actualizar las fichas técnicas de los productos
- Realizar el corte de las telas según los diseños
- Controlar el mantenimiento de las máquinas a su cargo

Auxiliar de cosido

- Realizar ensamble de piezas cortadas
- Verificar terminación del producto
- Realizar empaque del producto terminado

9.3.5.5 Salarios

El personal contratado para la empresa, contarán con salarios definidos más las prestaciones de ley a que tienen derecho.

La Gerente de la empresa, tendrá como salario básico \$ 3.000.000 y en la siguiente tabla se presenta el total consolidado con las prestaciones de ley.

Tabla 31 Salario Gerente

SALARIO GERENTE	
Salario	\$ 3.000.000
Transporte	\$ 0
PRESTACIONES SOCIALES	
Cesantías	\$ 250.000
Primas	\$ 250.000
Intereses sobre cesantías	\$ 30.000
DESCANSO REMUNERADO	
Vacaciones	\$ 125.000
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	
Pensiones (AFP)	\$ 360.000
Salud (EPS)	\$ 255.000
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 15.660
PARAFISCALES	
Parafiscales	\$ 270.000
TOTAL	\$ 4.555.660

Fuente: Elaboración propia

El personal contratado para la empresa, tendrá como pago el salario mínimo legal mensual vigente 737.717 + el subsidio de transporte \$83.140 (Salario y Subsidio para el 2017). Además tendrán derecho a todas las prestaciones sociales, a continuación, se muestra una tentativa de salario:

Tabla 32 Salario Operarios

SALARIO OPERARIOS	
Salario	737.717
Transporte	83.140
PRESTACIONES SOCIALES	
Cesantías	\$ 67.951
Primas	\$ 67.951
Intereses sobre cesantías	\$ 8.154
DESCANSO REMUNERADO	
Vacaciones	\$ 30.738
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	
Pensiones (AFP)	\$ 88.526
Salud (EPS)	\$ 62.706
Riesgos Laborales (ARL)	\$ 7.702
PARAFISCALES	
Parafiscales	\$ 66.395
TOTAL	\$ 1.215.540

Fuente: Elaboración propia

Los datos anteriores fueron obtenidos con la ayuda de la calculadora salarial del ministerio del trabajo.

9.3.5.6 Factor de ajuste.

El factor de ajuste es realizado con base en el cálculo del salario, menos los días domingos, festivos y el tiempo improductivo; con el fin de calcular el valor real de la hora laboral.

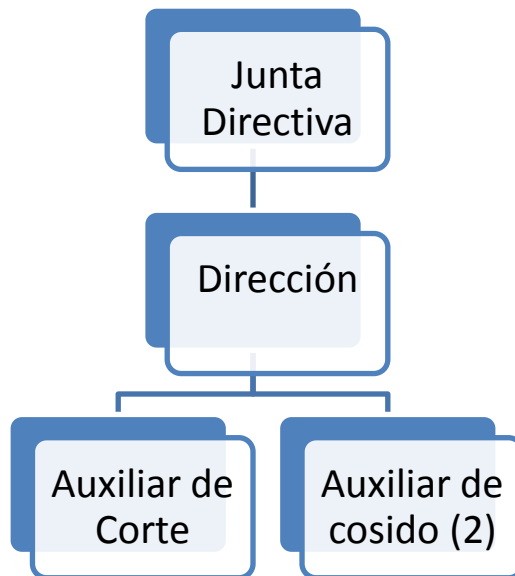
Tabla 33 Factor de Ajuste

Dias del año	365
Domingos	52
Festivos	17
Dias realmente trabajados	296
Horas laborales	8
Horas anuales laborales	2368
Tiempo improductivo (5%)	118,4
Horas efectivas al año	2249,6
Horas efectivas en el mes	187,5
Valor Hora	\$ 6.484

Fuente: Elaboración propia

9.3.5.7 Organigrama

Ilustración 12 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

9.3.6 Inversiones y financiación

9.3.6.1 Inversiones fijas y diferidas

Para el cálculo de las inversiones fijas y diferidas con su respectiva depreciación y amortización, se calcularon inicialmente los gastos pre-operativos para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa durante el año de iniciación.

La empresa está orientada a la producción de productos para el hogar, por lo cual los requerimientos de maquinaria y equipos, están enfocadas a soportar estas labores operativas y administrativas, para los cual se desagregan más adelante cada una de ellas, teniendo en cuenta la depreciación y amortización que serán insumo para la elaboración del flujo de caja en el análisis financiero del proyecto.

Las inversiones fijas requeridas para la empresa y su respectiva depreciación están descritas en la siguiente tabla.

Tabla 34 Inversiones Fijas Requeridas

ÍTEM	CANT	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Tijeras de corte fino	4	\$ 120.000	\$ 480.000	10	\$ 48.000
Mesa grande	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	10	\$ 120.000
Máquina plana para realizar puntada recta	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	10	\$ 120.000
Máquina recubridora	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	10	\$ 400.000
Máquina 20 U para presillar	1	\$ 700.000	\$ 700.000	10	\$ 70.000
Fileteadora con pespunte de seguridad	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	10	\$ 350.000
Fileteadora con pespunte de refuerzo	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	10	\$ 300.000
Fileteadora sencilla	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	10	\$ 170.000
Escritorio y silla para disposición de computador y aspectos administrativos	1	\$ 500.000	\$ 500.000	10	\$ 50.000
Sillas	6	\$ 80.000	\$ 480.000	10	\$ 48.000
Ventiladores	4	\$ 140.000	\$ 560.000	10	\$ 56.000
Computador con procesador Intel Core. Ram de 6 Gb y Disco duro de 1000 G. Monitor LED.	1	\$ 1.529.000	\$ 1.529.000	5	\$ 305.800
Impresora multifuncional , fotocopiadora y escaner a color. Impresión térmica y Wifi	1	\$ 199.900	\$ 199.900	5	\$ 39.980
TOTAL			\$ 19.048.900		\$ 2.077.780

Fuente: Elaboración propia

Cabe señalar que la única inversión diferida de la empresa, será la licencia de Microsoft Office 2016 y ésta será amortizada a 5 años.

Tabla 35 Amortización Licencia de Microsoft

ÍTEM	CANT	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL
Licencia de Microsoft Office 2016	1	\$ 1.499.000	\$ 1.499.000	5	\$ 299.800
TOTAL			\$ 1.499.000		\$ 299.800

Fuente: Elaboración propia

Además de estas inversiones, se tendrá en cuenta el costo de los gastos notariales y el registro en la Cámara de Comercio.

En total la inversión inicial en maquinaria, equipos y gastos pre-operativos de la empresa es de \$20.847.900 como se desagrega en la siguiente tabla.

Tabla 36 Inversiones Iniciales

Inversiones iniciales			
ÍTEM	CANT	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Tijeras de corte fino	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Mesa grande	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Máquina plana para realizar puntada recta	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Máquina recubridora	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Máquina 20 U para presillar	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Fileteadora con respunte de seguridad	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Fileteadora con respunte de refuerzo	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Fileteadora sencilla	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Escritorio y silla para disposición de computador y aspectos administrativos	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Sillas	6	\$ 80.000	\$ 480.000
Ventiladores	4	\$ 140.000	\$ 560.000
Computador con procesador Intel Core. Ram de 6 Gb y Disco duro de 1000 G. Monitor LED.	1	\$ 1.529.000	\$ 1.529.000
Licencia de Microsoft Office 2016	1	\$ 1.499.000	\$ 1.499.000
Impresora multifuncional , fotocopiadora y escaner a color. Impresión térmica y Wifi	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Gastos notariales y registro Cámara de Comercio	1	\$ 300.000	\$ 300.000
TOTAL			\$ 20.847.900

Fuente: Elaboración propia

9.3.6.2 Capital de trabajo.

La siguiente tabla muestra la proyección del capital de trabajo para un horizonte de 5 años. Para ello se tendrán en cuenta también los siguientes datos:

- Para los clientes se definió un esquema de pago con un plazo de 30 días, por lo tanto, la rotación de cartera será de doce (12) veces en el año.
- Con los proveedores se estima un modelo de pago con un plazo de 30 días, por lo cual la rotación de cuentas por cobrar será de 12 veces al año.
- La rotación de inventarios se tomará 4 veces al año para estos cálculos teniendo en cuenta la fórmula de rotación de inventarios.

$$\text{Rotación de inventarios} = (\text{Costo del inventario} / \text{Costo de la mercancía vendida}) * 360$$

Tabla 37 Rotación de Inventarios

CRITERIO	DATO
Capacidad de producción mensual	86,5
Ventas mensuales (80%)	69,0
Inventario mensual	17,5
Inventario anual	210,0
Costo del inventario (Valor del producto x Inventario anual)	\$ 35.651.955
Costo de la mercancía vendida (Valor del producto x Ventas anuales)	\$ 140.570.564
Rotación de inventarios (días)	91
Veces que rota el inventario en el año	4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Rotación de Proveedores

Cuentas por Cobrar	
Contado	0%
Crédito	100%
Rotación de créditos	12,00
Rotacion Inventarios	4,00
Rotacion Proveedores	12,00

Fuente: Elaboración propia

Recogiendo lo anterior, la siguiente tabla, muestra la proyección del capital de trabajo a 5 años; hay que tener en cuenta que en el año 0 no se cuenta con cuentas por pagar, cuentas por cobrar ni inventarios.

Tabla 39 Capital de Trabajo

Año	0	1	2	3	4	5
+Cuentas por Cobrar		\$24.150.000	\$26.266.613	\$28.478.539	\$30.799.540	\$33.234.170
+Inventarios		\$35.142.597	\$38.222.650	\$41.441.400	\$44.818.874	\$48.361.699
-Proveedores		(\$11.714.199)	(\$12.740.883)	(\$13.813.800)	(\$14.939.625)	(\$16.120.566)
Total Capital de Trabajo	\$0	\$47.578.398	\$51.748.380	\$56.106.139	\$60.678.789	\$65.475.303

Fuente: Elaboración propia

9.3.6.4 Alternativas de financiación.

Como se puede observar en la tabla número 36, la inversión inicial para la empresa es de \$ 20.847.900, los cuales serán financiados un 50% con un crédito de libre inversión obtenido en el sector financiero y un 50% con recursos propios.

Cabe anotar que la deuda, trae consigo posteriormente un beneficio tributario; sin embargo, en este proyecto la cifra no es representativa para determinar los cambios que podrían presentar la WACC y la TIR.

Realizando la consulta en la sucursal virtual de Bancolombia, se encontraron las siguientes opciones de crédito viables para el proyecto:

Tabla 40 Créditos Viables

NOMBRE	ENFOQUE	TASA EA
Cartera ordinaria	Préstamo para personas naturales con actividad económica independiente o persona jurídica.	29.04 %
Libre inversión	Préstamo para cualquier tipo de inversiones.	22.42 %*

* Valor luego de la simulación

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta lo anterior se tomará como opción el crédito de libre inversión; no solo porque se cuenta con una menor tasa de interés, sino también porque se puede acceder más fácil a este, teniendo en cuenta que para el préstamo de cartera ordinaria son solicitados más requisitos que pueden aplazar la realización de dicho préstamo. Además, el crédito tendrá un periodo de gracia durante el primer año.

Tabla 41 Datos para amortización del crédito

ÍTEM	DATO
Inversión	\$ 20.847.900
% de la deuda	50%
Deuda financiera	\$10.423.950
Tasa de Interés	22,42%
número de cuotas	4
Cuota anual	\$2.605.988

Fuente: Elaboración propia

Con base en los datos anteriores, se obtiene la proyección de la amortización del crédito así:

Tabla 42 Amortización del crédito

Año	Cuota K.	Interés	Ben.Trib.	Saldo Dda.	Flujo Caja A.I.	Flujo Caja D.I.
0				\$10.423.950	\$10.423.950	\$10.423.950
1	\$0	2.540.982,00	762.294,599	\$10.423.950	(\$2.540.982)	(\$1.778.687)
2	\$2.605.988	2.540.982,00	762.294,599	\$7.817.963	(\$5.146.969)	(\$4.384.675)
3	\$2.605.988	1.905.736,50	571.720,949	\$5.211.975	(\$4.511.724)	(\$3.940.003)
4	\$2.605.988	1.270.491,00	381.147,299	\$2.605.988	(\$3.876.478)	(\$3.495.331)
5	\$2.605.988	635.245,50	190.573,650	\$0	(\$3.241.233)	(\$3.050.659)

Fuente: Elaboración propia

9.3.7 Presupuesto ingresos, costos y gastos.

Para la estructuración de este presupuesto se realizó la proyección para un horizonte de 5 años con los siguientes datos obtenidos del Ministerio del Trabajo, las proyecciones financieras de Bancolombia y el estudio de mercado realizado.

Ingresos: Con base en la capacidad de producción de la empresa, lo que se espera vender y el costo del producto, se calculan las ventas netas de la empresa.

Los datos anteriores serán insumos principales para la evaluación financiera que se presentará en el numeral 10.1.

La capacidad de producción mensual de la empresa, está representada en la siguiente tabla.

Tabla 43 Producción mensual

CRITERIO	DATO
Número de operarios	3
Tiempo de elaboración de producto	6,5
Horas efectivas en el mes	187,5
Horas efectivas x Número de operarios	562,4
Capacidad de producción mensual	86,5

Fuente: Elaboración propia

Se espera que mensualmente se venda el 80% de la producción, es decir, 69 productos mensuales; lo que equivale a 828 productos en el primer año.

El crecimiento de ventas esperado, se obtiene con base en el estudio de mercado realizado.

El precio de venta es determinado según el costo del producto y lo que está dispuesto a pagar el cliente, además se tiene en cuenta la exclusividad del producto, por lo cual el precio base del primer año es de \$350.000 con incrementos anuales según la inflación proyectada.

La siguiente tabla presenta la proyección de los ingresos, con base en los datos anteriores.

Tabla 44 Proyección de Ingresos

Año	0	1	2	3	4	5
Inflación Interna		3,10%	3,04%	3,00%	3,00%	3,00%
Crecimiento Ventas (Un.)		5,9%	5,6%	5,3%	5,0%	4,8%
Ventas Estimadas (Unidades)		828	874	920	966	1012
Precio de Venta		\$350.000	\$360.640	\$371.459	\$382.603	\$394.081
Ventas netas		\$289.800.000	\$315.199.360	\$341.742.464	\$369.594.475	\$398.810.038

Fuente: Elaboración propia

Costos: Los costos están directamente relacionados con la producción del producto, es por ello que aquí se tienen en cuenta los salarios de los operarios y los valores de las materias primas. Para realizar la proyección a 5 años se tuvo en cuenta la inflación definida

Tabla 45 Proyección de Costos

Año	0	1	2	3	4	5
Inflación Interna		3,10%	3,04%	3,00%	3,00%	3,00%
Crecimiento Ventas (Un.)		5,9%	5,6%	5,3%	5,0%	4,8%
Costo Producto		\$169.771	\$174.932	\$180.180	\$185.585	\$191.153

Fuente: Elaboración propia

Cabe anotar que para calcular el costo del producto, se tuvo en cuenta el cálculo realizado en la Tabla 21 Costos por mano de obra.

Gastos: Están ligados a aspectos administrativos como son, el salario del gerente, mercadeo y publicidad, honorarios de revisor fiscal, impuesto predial, servicios públicos, internet, insumos de aseo, papelería y mantenimiento de máquinas.

Tabla 46 Proyección Gastos de Administración

Año	0	1	2	3	4	5
Inflación Interna		3,10%	3,04%	3,00%	3,00%	3,00%
Crecimiento Ventas (Un.)		5,9%	5,6%	5,3%	5,0%	4,8%
Salario Gerente		\$54.667.920	\$56.329.825	\$58.019.720	\$59.760.311	\$61.553.120
Mercadeo y publicidad		\$3.600.000	\$3.709.440	\$3.820.723	\$3.935.345	\$4.053.405
Honorarios revisor fiscal		\$6.500.000	\$6.697.600	\$6.898.528	\$7.105.484	\$7.318.648
Impuesto predial		\$1.676.000	\$1.726.950	\$1.778.759	\$1.832.122	\$1.887.085
Servicios publicos (acueducto, alcantarillado, energía eléctrica y teléfono)		\$4.200.000	\$4.327.680	\$4.457.510	\$4.591.236	\$4.728.973
Internet		\$480.000	\$494.592	\$509.430	\$524.713	\$540.454
Insumos de aseo		\$600.000	\$618.240	\$636.787	\$655.891	\$675.568
Papelería		\$360.000	\$370.944	\$382.072	\$393.534	\$405.341
Mantenimiento de máquinas		\$480.000	\$494.592	\$509.430	\$524.713	\$540.454
Gastos de Administración	\$0	\$72.563.920	\$74.769.863	\$77.012.959	\$79.323.348	\$81.703.048

Fuente: Elaboración propia

9.3.8 Conclusión general del análisis técnico.

El análisis técnico realizado permitió definir factores determinantes en el proceso de prefactibilidad de un proyecto, los cuales son:

- Aspectos legales (Necesarios para poner en funcionamiento una empresa)
- Aspectos administrativos (Proceso de selección, inducción, contratación)
- De localización (Micro-localización, macro-localización)
- Descripción técnica del producto (Identificación, selección e inversión de maquinaria, equipos e insumos.

- Infraestructura física y distribución

En este orden de ideas, con este análisis se consolidan cifras que serán importantes entre otras cosas para:

- Definir precios de productos
- Identificar número de productos que se deben vender para que el proyecto sea viable.
- Costos de producción
- Costos de financiación

10. Evaluación del proyecto

10.1 Evaluación financiera

Para realizar la evaluación financiera, primero que todo, se estructura un plan de ventas para el horizonte de 5 años.

El valor del primer año se tomará teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa así:

Tabla 47 Evaluación Financiera Primer Año

CRITERIO	DATO
Número de operarios	3
Tiempo de elaboración de producto	6,5
Horas efectivas en el mes	187,5
Horas efectivas x Número de operarios	562,4
Capacidad de producción mensual	86,5

Fuente: Elaboración propia

Se espera que mensualmente, se venda el 80% de la producción, es decir 69 productos mensuales, lo que equivale a 828 productos en el primer año.

El crecimiento de ventas esperado, se obtiene con base en el estudio de mercado realizado.

Tabla 48 Crecimiento en ventas

Año	0	1	2	3	4	5
Crecimiento Ventas (Un.)		5,9%	5,6%	5,3%	5,0%	4,8%
Ventas Estimadas (Unidades)		828	874	920	966	1012

Fuente: Elaboración propia

10.1.1 Construcción flujo de caja del proyecto y del inversionista.

Para la construcción de flujo de caja respectivo se parte de la utilidad operacional, los datos de capital de trabajo y la financiación mencionados en el análisis técnico.

Tabla 49 Flujo de Caja del Proyecto y del Inversionista

Año	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operacional		\$74.288.112	\$85.161.315	\$96.586.325	\$108.618.051	\$121.282.613
+ Depreciación, Amortización		\$2.377.580	\$2.377.580	\$2.377.580	\$2.377.580	\$2.377.580
EBITDA		\$76.665.692	\$87.538.895	\$98.963.905	\$110.995.631	\$123.660.193
- Impuestos Operativos		(\$22.286.434)	(\$25.548.395)	(\$28.975.898)	(\$32.585.415)	(\$36.384.784)
Flujo de Caja Bruto		\$54.379.258	\$61.990.501	\$69.988.008	\$78.410.216	\$87.275.409
- Movimiento KTNO		(\$47.578.398)	(\$4.169.982)	(\$4.357.758)	(\$4.572.650)	(\$4.796.514)
EGO		\$6.800.860	\$57.820.518	\$65.630.249	\$73.837.565	\$82.478.895
- Movimiento Capital Fijo	(\$20.547.900)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de Caja Libre	(\$20.547.900)	\$6.800.860	\$57.820.518	\$65.630.249	\$73.837.565	\$82.478.895
+ Deuda	\$10.423.950					
- Intereses		(\$2.540.982)	(\$2.540.982)	(\$1.905.736)	(\$1.270.491)	(\$635.245)
- Amortización		\$0	(\$2.605.988)	(\$2.605.988)	(\$2.605.988)	(\$2.605.988)
Flujo de Caja Deuda	\$10.423.950	(\$2.540.982)	(\$5.146.969)	(\$4.511.724)	(\$3.876.478)	(\$3.241.233)
+ Beneficio Tributario	\$0	\$762.295	\$762.295	\$571.721	\$381.147	\$190.574
Flujo de Caja Deuda D.I.	\$10.423.950	(\$1.778.687)	(\$4.384.675)	(\$3.940.003)	(\$3.495.331)	(\$3.050.659)
Flujo de Caja del Accionista	(\$10.123.950)	\$5.022.173	\$53.435.844	\$61.690.246	\$70.342.234	\$79.428.236

Fuente: Elaboración propia

10.1.2 Construcción del estado de resultados.

En el estado de resultados se tienen en cuenta las ventas, los costos y los gastos; los cuales se detallan en las siguientes tablas:

Ventas totales:

Tabla 50 Ventas Netas

Año	0	1	2	3	4	5
Inflación Interna		3,10%	3,04%	3,00%	3,00%	3,00%
Crecimiento Ventas (Un.)		5,9%	5,6%	5,3%	5,0%	4,8%
Ventas Estimadas (Unidades)		828	874	920	966	1012
Precio de Venta		\$350.000	\$360.640	\$371.459	\$382.603	\$394.081
Ventas netas		\$289.800.000	\$315.199.360	\$341.742.464	\$369.594.475	\$398.810.038

Fuente: Elaboración propia

Costos totales

Tabla 51 Costos Variables

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas Estimadas (Unidades)		828	874	920	966	1012
Costo Producto		\$169.771	\$174.932	\$180.180	\$185.585	\$191.153
Costos variables (Costo de producto x Unidades)		\$140.570.388	\$152.890.602	\$165.765.600	\$179.275.496	\$193.446.797

Fuente: Elaboración propia

Gastos totales

Tabla 52 Gastos Totales

Año	0	1	2	3	4	5
Salario Gerente		\$54.667.920	\$56.329.825	\$58.019.720	\$59.760.311	\$61.553.120
Mercadeo y publicidad		\$3.600.000	\$3.709.440	\$3.820.723	\$3.935.345	\$4.053.405
Honorarios revisor fiscal		\$6.500.000	\$6.697.600	\$6.898.528	\$7.105.484	\$7.318.648
Impuesto predial		\$1.676.000	\$1.726.950	\$1.778.759	\$1.832.122	\$1.887.085
Servicios publicos (acueducto, alcantarillado, energía eléctrica y teléfono)		\$4.200.000	\$4.327.680	\$4.457.510	\$4.591.236	\$4.728.973
Internet		\$480.000	\$494.592	\$509.430	\$524.713	\$540.454
Insumos de aseo		\$600.000	\$618.240	\$636.787	\$655.891	\$675.568
Papelería		\$360.000	\$370.944	\$382.072	\$393.534	\$405.341
Mantenimiento de máquinas		\$480.000	\$494.592	\$509.430	\$524.713	\$540.454
Gastos de Administración	\$0	\$72.563.920	\$74.769.863	\$77.012.959	\$79.323.348	\$81.703.048

Fuente: Elaboración propia

Estado de resultados

Tabla 53 Estado de Resultado

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas netas		\$289.800.000	\$315.199.360	\$341.742.464	\$369.594.475	\$398.810.038
CMV						
Costos variables		(\$140.570.388)	(\$152.890.602)	(\$165.765.600)	(\$179.275.496)	(\$193.446.797)
Costos fijos de operación		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidad Bruta		\$149.229.612	\$162.308.758	\$175.976.864	\$190.318.979	\$205.363.241
Gastos Operacionales:						
Gastos de Administración		(\$72.563.920)	(\$74.769.863)	(\$77.012.959)	(\$79.323.348)	(\$81.703.048)
EBITDA		\$76.665.692	\$87.538.895	\$98.963.905	\$110.995.631	\$123.660.193
Depreciación y amortización		(\$2.377.580)	(\$2.377.580)	(\$2.377.580)	(\$2.377.580)	(\$2.377.580)
Utilidad Operacional		\$74.288.112	\$85.161.315	\$96.586.325	\$108.618.051	\$121.282.613
EBITDA		\$76.665.692	\$87.538.895	\$98.963.905	\$110.995.631	\$123.660.193
Gastos Financieros		(\$2.540.982)	(\$2.540.982)	(\$1.905.736)	(\$1.270.491)	(\$635.245)
Utilidad antes de Impuestos		\$71.747.130	\$82.620.333	\$94.680.589	\$107.347.560	\$120.647.367
- Impuestos		(\$21.524.139)	(\$24.786.100)	(\$28.404.177)	(\$32.204.268)	(\$36.194.210)
Utilidad Neta		\$50.222.991	\$57.834.233	\$66.276.412	\$75.143.292	\$84.453.157

Fuente: Elaboración propia

10.1.3 Criterios de evaluación financiera e indicadores financieros.

Los indicadores financieros del proyecto sin financiación son los siguientes:

Tabla 54 Indicadores Financieros Sin Financiación

TIR Proyecto	141,58%
VPN Proyecto	\$121.046.559
Ke	22,73%

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el inversionista espera que luego del cálculo del DTF y la inflación la rentabilidad sea del 15%; a este valor se le suma 6.98% del DTF y 5.75% de la inflación del año 2016, obteniendo el valor de **Ke** que se muestra en la tabla anterior.

A continuación, los indicadores financieros con el proyecto financiado:

Tabla 55 Indicadores Financieros Con Financiación

TIR Inversionista	212,23%
VPN Inversionista	\$122.342.829
Kd	24,38%
WACC	19,86%

Fuente: Elaboración propia

10.1.4 Conclusión general de la evaluación financiera.

Luego de analizar los datos proyectados se puede concluir que financieramente el proyecto es viable y muy rentable.

El proyecto cuenta con un VPN de \$ 122.342.829, además de una tasa interna de retorno de 212.23 %, la cual es superior a la esperada por el inversionista que es de un 24,38%

Además, se cuenta con un flujo de caja a partir del segundo año, el cual mejora año tras año.

Las inversiones realizadas en el año cero son bajas y son fácilmente recuperables si se cumple con el plan de ventas y los precios establecidos.

10.2 Conclusión general del proyecto y recomendaciones

De acuerdo a la información encontrada en los diferentes procesos desarrollados en el análisis de prefactibilidad de una empresa de producción de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín, el sector textil y de confecciones, tiene un peso importante en la economía colombiana; razón por la cual varias empresas importantes en el sector se encuentran localizadas en la ciudad de Medellín.

Para el Análisis Sectorial se encontró que el tipo de cambio y fluctuación del dólar se ha convertido en un mecanismo coyuntural para el sector textil, razón por la cual ha permitido fortalecer el mercado y la industria nacional teniendo un mayor dinamismo en la cadena de suministros, al igual que la realización de ferias de carácter internacional que han permitido fortalecer el sector.

En el estudio de mercados, los principales hallazgos encontrados en la encuesta fue la utilización del cubrelechos o tendidos como uno de los productos más demandados al momento de compra para el hogar, lo que permitió dirigir la evaluación de cuadros de insumo productos posteriormente de rentabilidad en la utilización de estos insumos para la elaboración del análisis financiero y la rentabilidad en el proyecto.

Por otra parte, se elaboró un kit de cama el cual consiste en un tendido, 2 cojines y 2 almohadas, con el cual se incursionó inicialmente en el mercado siendo el producto más apetecido por el público encuestado; este resultado se observa de las encuestas que fueron así: El 80.2% corresponde a público femenino y 19.8% a público masculino, datos determinantes para realizar una selección del público objetivo de la empresa el cual es Mujeres (79.8%) entre los 27 y 42 años (69.8%). Por otra parte, la oferta de productos textiles para el hogar ha tenido un crecimiento en los últimos años además, con base en la clasificación del SIREM; en donde la participación en Antioquia entre el total de las empresas reportadas está entre el 24.4% y 33.9%, lo cual es una cifra considerable y evidencia el crecimiento de este sector, en donde la utilidad bruta obtenida con base a estos datos evidencia un crecimiento hasta del 28.94% (Año 2008) y decrecimientos de 14.14% (año 2009) y 6.02% (año 2012). Así mismo los datos son acordes al comportamiento histórico del país. Por otra parte, se determinó variables de marketing para intervenir en el precio basado en: Comprador, costos, comprador y competencia.

Posteriormente en el análisis técnico, se encontró que más del 6% del producto interno bruto industrial textil y comercialización del país se genera en Medellín, razón por la cual hace tan atractivo y prometedor la producción y fabricación de productos textiles en la capital antioqueña, la cual está compuesta por diez mil fábricas situadas en siete ciudades del país principalmente en Medellín con un aproximado del 40%.

De esta manera la localización permitió analizar la prefactibilidad en Medellín en el barrio Laureles, teniendo en cuenta factores y métodos de evaluación como es el caso de: Cercanía a los proveedores, facilidad para logística del transporte y costos de utilización del

local; por otra parte, se identifican y seleccionan los procesos de producción, con el fin de evaluar las inversiones en maquinaria y equipos que se deberían tener en el proceso de fabricación del kit producido para el desarrollo del proyecto (Un tendido, 2 cojines y 2 almohadas); al igual que los insumos y mano de obra necesarios para calcular el costos de hora producida y los insumos requeridos para el desarrollo de este proceso.

Por ultimo en la evaluación financiera del proyecto se analizan el capital de trabajo con un horizonte de cinco años, en donde se definió el esquema de pago, rotación de cartera, cuentas por cobrar y rotación de inventarios; para el tema de financiación se concluye una inversión inicial para la empresa de \$ \$20.847.900, los cuales se financiarán con un 50% con crédito bancario y un 50% con recursos propios. Por consiguiente, se evalúa en el mismo horizonte de tiempo el presupuesto de ingresos, costos y gastos. En donde el principal factor para presupuestar los próximos años será la inflación. Por otra parte, el proyecto cuenta con un VPN de \$ 122.342.829 y una tasa interna de retorno de 212.23 %, superior a la esperada por las inversionistas.

Como resultado de lo mencionado, las recomendaciones serian continuar con el proyecto debido a que el flujo de caja a partir del segundo año mejora año tras año, las inversiones realizadas en el año cero son bajas y son fácilmente recuperables si se cumple con el plan de ventas y los precios establecidos el proyecto sería viable. Por otra parte, se recomienda hacer un préstamo para la financiación del proyecto con el fin de obtener un beneficio tributario; sin embargo, en este proyecto la cifra no es representativa para determinar los cambios que podrían

presentar la WACC y la TIR., de esta manera se solicitaría un crédito de libre inversión para tener una menor tasa de interés y por su agilidad en los tramitos requeridos.

En el esquema de pago de clientes se recomienda un plazo de 30 días con una rotación de cartera de doce veces al año y para el pago a proveedores un tiempo similar, en la rotación de inventarios se tomaría cuatro veces al año.

10.3 Referencias

Alcaldía de Medellín (2013). Perfil Socioeconómico de Medellín Encuesta de Calidad de Vida. Recuperado de:

http://www.metropol.gov.co/observatorio/Publicaciones/Perfil/Perfil%20Municipal_Medellin.pdf

Buñuel, (S.F.). La moda. Recuperado de:

<http://www.proverbia.net/citasautor.asp?autor=142>

Cabrera (S.F.), Taller de Confección textil. Recuperado de:

http://www.aderlan.org/downloads/Proyectos/ruralESS/Estudios%20de%20viabilidad/via_bilconfecci%C3%B3ntextil.pdf

Cortés, Escobar, Franco, Reyes, 2008. Definición de tejido plano en telas. Recuperado de:

<http://omci29.blogspot.com.co/2008/08/tejido-plano-en-telas.html>

CIDETEXCO (2008), Mapa tecnológico de la cadena textil – Confección. Recuperado de:

[https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=vwp9WITaC4-AMquXl6gJ#q=+CIDETEXCO+\(2008\)%2C+Mapa+tecnol%C3%B3gico+de+la+cadena+textil+%E2%80%93+Confecci%C3%B3n](https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=vwp9WITaC4-AMquXl6gJ#q=+CIDETEXCO+(2008)%2C+Mapa+tecnol%C3%B3gico+de+la+cadena+textil+%E2%80%93+Confecci%C3%B3n)

DANE (2007). Participación de los Grupos de Gastos en la Estructura de Gastos de las Encuestas ENIG – 94/94 Y 06/07. Recuperado de:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/ingresos_gastos/Presentacion_resultados_boletin.pdf

Encolombia, (S.F.), Industria textil. Recuperado de:

<https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>

Enciclopedia Wikipedia, (S.F.). Definición de Edredón. Recuperado de:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Edred%C3%B3n>

Enciclopedia Wikipedia, (S.F.) Definición de Industria Textil. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Industria_textil

Enciclopedia Wikipedia (S.F.). Barrios de Medellín. Recuperado de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_E._Restrepo_\(Medell%C3%ADn\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_E._Restrepo_(Medell%C3%ADn))

Enciclopedia Wikipedia (S.F.). Definición de algodón. Recuperado de:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Algod%C3%B3n>

Enciclopedia Wikipedia (S.F.). Definición de telas en punto. Recuperado de:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Tejido_\(textil\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Tejido_(textil))

Enciclopedia Wikipedia (S.F.). Definición de fibras sintéticas. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Fibra_sint%C3%A9tica

Enciclopedia Wikipedia (S.F.). Definición de Plan Vallejo. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_Vallejo

Enciclopedia Wikipedia, (S.F.). Definición de Fibras artificiales. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Fibra_artificial

Enciclopedia Wikipedia, (S.F.). Industria textil. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Industria_textilSupersociedades, (2013). Desempeño del

Inexmoda, (S.F.). Datos de utilidad sobre el sector textil – Confección en Colombia.

Recuperado de:

<http://www.inexmoda.org.co/Laferia/Datosdeutilidad/tabid/180/language/en-US/Default.aspx>

Inexmoda (2009). Instituto para la exportación y la moda. Recuperado de:

<http://www.inexmoda.org.co/>

Garavito (S.F.). Sistemas de almacenamiento. Recuperado de:

<https://israelarroyos.files.wordpress.com/2014/05/sistemas-de-almacenamiento.pdf>

Google Map (2017). Mapa de Colombia. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=5Rt6WPfNBPCstAeXj63ADg#q=mapa+de+colombia

Google Map (2017). Mapa de Medellín. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=5Rt6WPfNBPCstAeXj63ADg#q=mapa+de+medellin

Google Académico, (S.F.). Definición de velcro. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=1KJzWP60M5Kw8we5iIsQ&gws_rd=ssl#q=definicion+de+velcro

Google Académico, (S.F.). Definición de Hilaturas. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=1KJzWP60M5Kw8we5iIsQ&gws_rd=ssl#q=definicion+de+hiladuras

Luque (2009), Plan de Negocios para Producir y Comercializar Confecciones con un Excelente Nivel de Diseño y Calidad, Ciñéndonos al Cumplimiento Cabal que exige el Marco de la Responsabilidad Social Empresarial, con Énfasis en el Capital Humano. Recuperado de:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis443.pdf>

Mantilla (2012), Plan de negocio almacén lencería hogar (Cama-Mesa-Baño), (Trabajo de grado de pregrado). Recuperado de:

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1610/1/106276.pdf>

Manzano (2012). Historia del Edredón. Recuperado de:

<http://manzanoarevalomirianpatricia7am.blogspot.com.co/2012/07/historia-del-edredon.html>

Google Académico, (S.F.). Definición de Clúster. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=Yp5zWKC4C9Ow8wFfi6jIAQ&gws_rd=ssl#q=cluster

Google Académico, (S.F.). Definición de Poliéster. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=1KJzWP60M5Kw8we5iIsQ&gws_rd=ssl#q=definicion+de+poliester

Google Académico, (S.F.). Definición de Dril. Recuperado de:

https://www.google.com.co/?gfe_rd=cr&ei=1KJzWP60M5Kw8we5iIsQ&gws_rd=ssl#q=definicion+de+dril

Mincomercio Industria y Turismo, (2009). Definición de zonas francas. Recuperado de:

<http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16371>

Muñiz (S.F.). Canales de Distribución. Recuperado de:

<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

Ramos (2007), Viabilidad de la fabricación, comercialización y exportación de ropa clínica en Bogotá, (Tesis de Posgrado). Recuperado de:

[http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1125/613482R175vf.pdf?sequence=](http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1125/613482R175vf.pdf?sequence=1)

[1](#)

Revista Sectorial (2011), Historia del Negocio Textil en Colombia. Recuperado de:

<https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50352-historia-del-negocio-textil-en-colombia>

Revista dinero (2016). El sector textil vive su cuarto de hora gracias a la devaluación.

Recuperado de:

<http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787>

Sampieri, Fernández y Baptista, (2010). Metodología de la Investigación. Recuperado de:

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Sánchez y Torres (2013), Creación de una empresa de fabricación y comercialización de productos textiles para el hogar, (Trabajo de grado para optar por el título de Especialista en Gerencia de Proyectos). Recuperado de:

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4702/SanchezBeyanira2013.pdf?sequence=2>

Sector Textil Confección 2008-2012. Recuperado de:

<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

Supersociedades, (2015). Desempeño del Sector Textil Confección 2008-2012.

Recuperado de:

<http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%2014.pdf>

Supersociedades, (2015). Desempeño del Sector Textil Confección 2008-2012.

Recuperado de:

<http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%2014.pdf>

Supersociedades (2013). Informe de Sector Textil. Recuperado de:

http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yFsb_D032UUJ:www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=co

Suramericana (2012), Hábitos de consumo en Colombia. Recuperado de:

<https://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx>

10.4 Anexos y Apéndice

Anexo 1 Encuesta

Estudio de mercado - Lencería para el hogar

Con este formulario se pretende realizar un estudio de mercado con fines académicos.

Agradecemos responder las preguntas a continuación.

* Respuestas obligatorias

Dirección de correo electrónico *

Genero *

Femenino

Masculino

Otro: _____

¿Qué edad tiene? *

a. 18 o menos

b. Entre 19 y 26

c. Entre 27 y 34

d. Entre 35 y 42

e. Entre 43 y 50

e. Entre 51 y 58

f. 59 o más

¿Cuál de los siguientes productos utiliza? Múltiple respuesta*

- Almohadas
- Cojines decorativos
- Tendidos
- Cortinas
- Toallas
- Otro

¿Cuál es su principal propósito de la compra de lencería para el hogar? Múltiple respuesta*

- Para Obsequiar
- Para uso en el hogar
- Para uso en un negocio
- Para comercializar (venta)

Otro _____

Partiendo de la base que el precio de los productos es aceptable ¿qué probabilidad hay de que los compre?*

	Lo compraría	Puede que lo compre	No lo compraría
Almohadas			
Cojines decorativos			
Tendidos			

Cortinas			
Toallas			

Seleccione el precio que está dispuesto a pagar por cada uno de los productos. *

	Menos de \$50.000	Entre \$50.000 y \$200.000	Más de \$200.000	No lo compraría
Almohadas				
Cojines decorativos				
Tendidos				
Cortinas				
Toallas				

¿Cómo valora las siguientes características del producto a la hora de comprar? *

	Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante
Diseño				
Personalización				
Comodidad				
Calidad				
Funcionalidad				
Durabilidad				
Precio				
Moda				

¿Por qué medio prefiere realizarlas compras de la lencería para su hogar? Múltiple respuesta *

- a. Tiendas
- b. Internet
- c. Catálogo
- d. Telefónica

e. Personal

f. Otro _____

9. ¿Con qué frecuencia compra nueva lencería para su hogar? *

	Con mucha frecuencia	Poca frecuencia	No lo compra
Almohadas			
Cojines decorativos			
Tendidos			
Cortinas			
Toallas			

Cómo evalúa el uso del producto *

	No muy útil	Útil	Bastante útil
Almohadas			
Cojines decorativos			
Tendidos			
Cortinas			
Toallas			

¿Qué materiales prefiere para la lencería de su hogar? *

	Algodón	Lino	Seda	Otro
Almohadas				
Cojines decorativos				
Tendidos				
Cortinas				
Toallas				

Anexo 2 Entrevista experto del sector textil

Entrevista experto del sector textil y productos para el hogar

Cuatro años después del inicio de los diálogos de paz entre el Gobierno de Colombia y las FARC, el país ha tenido varios cambios en los diferentes ámbitos sociales, económicos, legales y ambientales, por lo tanto, cada sector productivo del país se ha afectado de una manera u otra.

Por esta razón, algunos aspectos neurálgicos para el país como es la devaluación de la moneda, el desempleo y la actual reforma tributaria; impactan de una u otra manera la estabilidad económica del país. Para el caso de los pequeños y medianos empresarios o emprendedores el panorama es incierto, por esta razón es importante tener datos, cifras, y opiniones de expertos como es el caso de esta entrevista; para tener un panorama menos sesgado al momento de crear un negocio, objetivo de la entrevista y el alcance.

Para este caso se contó con la entrevista del empresario paisa el Sr. Vicente Ferrer Martínez el cual nació el 28 enero de 1934, el cual se graduó como Contador público, aunque su primer empleo fue en servicios varios en compañías de empaques por su gran habilidades después consiguió otro trabajo en Peldar como auxiliar contable y posteriormente llegó a ser revisor fiscal en Coltejer, adicionalmente fundo un grupo empresarial llamado los CINCO (Compañía de inversiones de Colombia, como logros fundaron a Plastiquimicas, Papeles y cartones y Topasa).

Cuando fue nombrado Revisor fiscal de la segunda empresa más importante de Colombia después de Ecopetrol, tenía funciones muy distintas a las de hoy, en la época se auditaban los balances, aprobaban los cheques, revisan la compra de insumos y maquinarias.

En Coltejer trabajo alrededor de doce años en donde renunció para seguir con su trayectoria emprendedora hasta formar su empresa más grande la cual fue Arclad, la cual fue fundada en 1980, es una empresa industrial enfocada a la fabricación de productos autoadhesivos y vinilos para el arte gráfica, con presencia internacional en Centroamérica (Costa Rica, Guatemala, Honduras), Ecuador, México, Perú, Chile, República Dominicana, Venezuela y Brasil; distribuidores y representantes en los demás países de la Región Andina, Centro y Suramérica.

1. ¿Considera que la devaluación de la moneda, ha tenido un impacto importante en la disminución de productos importados en general?

R/ Para el sector textil como otros sectores, aunque haya una fluctuación de la moneda, se deberán seguir importando ciertos insumos que actualmente no se consiguen en el país o que se encuentran más barato aun con un cambio de divisa alto, pero si ha ayudado mucho a fortalecer la producción nacional y encontrar ventajas competitivas frente a precio importados de grandes economías como es el caso de; China, india, entre otras.

2. ¿Cómo visualiza la economía del país actualmente y considera que en 5 años el país puede tener un crecimiento o decrecimiento en la economía del país?

R/ Con el actual gobierno y sus acciones arbitrarias como es el caso de la última reforma tributaria creo que no ha se vería una luz de esperanza en 5 años, es decir el problema no son los impuestos que se tributan al gobierno, es el uso descontrolado y poco eficaz que se está dando sobre estos recursos e impuestos.

En otros países se pagan mayores impuestos, pero se reinvierten para el mejoramiento del sector económico e industrial del país como en la calidad de vida de las personas, pero en Colombia no sucede lo mismo se paga más, pero se debe vivir con menos, lo que obliga a un decrecimiento del país.

3. ¿Considera que, en caso de haber un proceso de paz, la economía pueda dinamizarse mejor y en este caso encontrar nuevo nicho de mercado?

R/ Creo que encontrar una solución a un conflicto tan largo y tan costoso para el país podría ayudar, por otra parte, la confianza inversionista puede aumentar y por consiguiente la economía del país. Pero si no se invierte en mejores vías de acceso, se amplíen los puertos, se tecnifique el campo y se modernice la industria colombiana, el proceso de paz quedaría en un segundo plano porque las condiciones de más de 45 millones de habitantes no mejorarían.

4. ¿Cómo ha sido su trayectoria en el sector textil?

R/ Comience muy joven a trabajar, lo que me permitió adquirir mucha experiencia, hasta llegar a trabajar a Coltejer, en mi época era la segunda empresa más grande después de Ecopetrol en el país, allí me nombraron revisor fiscal de la empresa, lo que me permitió conocer a fondo el negocio textil, el cual atravesaba por una situación complicada porque había una escases en las divisas lo que hacía complicada la compra de insumos que en su gran mayoría se importaban, como era el caso del Algodón importado del Perú el cual era uno de los principales insumos para la elaboración de productos textiles, por otra parte la tecnificación de la empresa era un tema que también se afectó por esta situación y aunque la demanda era enorme no teníamos liquidez en el sistema cambiario, lo que ocasiono el desplome de la empresa.

5. ¿En la actualidad considera que hay mucha demanda y poca oferta de este sector de lencería para el hogar en la ciudad de Medellín?

R/ En la actualidad hay muchas empresas de confección en el país y mucho más en Medellín, pero está enfocada en la elaboración de productos de prendas de vestir u otros productos, pero en el sector hogar hay pocas empresas dedicadas exclusivamente a la comercialización y producción de productos, en su gran mayoría se importa productos de EEUU, por su gran calidad en la utilización del algodón como fuente principal para la elaboración de tendidos, sabanas u otros productos del hogar.

Por lo tanto, la demanda existió solo que en la ciudad de Medellín hay pocas empresas dedicadas exclusivamente a la producción y comercialización de productos para el hogar, muestra de esto vemos en las grandes superficies como Falabella, Homecenter, Almacenes éxito u otras que tienen un mix de estos productos.

6. ¿Cuáles estratos sociales son los mayores clientes potenciales dentro de su portafolio de productos?

R/ Todos los estratos consumen productos para el hogar, lo importante es saber cómo se va segmentar el público objetivo de la empresa que se vaya a crear, es decir tener productos exclusivos no necesariamente serían para estratos altos, debido que en muchas ocasiones estas personas viajan constantemente por fuera del país donde pueden encontrar productos iguales o mejores , por lo tanto el tema de diseño puede ser un punto interesante al momento de selección de venta, por otra parte, la facilidad de pago como es el caso de club puede ayudar a que todos los estratos sociales puedan acceder debido a que en la actualidad tenemos casos exitosos como es el caso de Flamingo, en donde los precios son altos pero la facilidad de pago permite que todos puedan acceder a los productos que allí se comercializan.

En otras palabras, se deben tener un grupo objetivo para vender cualquier producto debido a las estrategias y diseños que inicialmente se desarrolla para ellos; pero sin dejar a un lado los otros grupos que pueden ser eventuales o convertirse en el grupo objetivo.

7. ¿Cuál o cuáles productos considera tienen mayor acogida y demanda en Medellín y por qué?

R/ Considero que todos porque Medellín es una ciudad con una gran participación en el sector de las confecciones, además sino fuera así empresas como Coltejer, Fabricato, Tejicondor, y Fatelares no estuvieran ubicadas en Medellín, para las cuales han tenido una gran participación importante en el mercado nacional e internacional en casi todos los productos de hogar como es el caso de: toallas, sabanas, tendidos, etc.

8. En la actualidad considera que es mejor las tiendas virtuales o que las personas valoran más venir y una tienda especializada como en este caso para productos para el hogar.

R/ El mercado Colombiano apenas está tomando las ventas Web y On-line como un uso habitual en sus ventas, por esta razón migrar a esta cultura virtual en un futuro podría ser más factible y menos costosa que ir a la tienda, parquear el carro, hacer una fila infinita y dejar de hacer otro tipo de cosas

9. ¿Qué aspectos considera valora más sus clientes al momento de elegir un producto?

R/ Considero que varía mucho según el poder adquisitivo de las personas, debido a que algunas personas se pueden fijar en diseños y calidad pero esto implica altos

precios, para otros el tema precios es un factor decisivo en la compra, por lo tanto al momento de realizar un estudio de mercado del producto que se desea comercializar y producir se deben tener en cuenta estas variables al igual que la venta post venta que es un factor importante para algunas personas y que en Colombia poco se trabaja.

Pero considero que en general los productos de hogar, en su gran mayoría las personas están dispuestas a pagar por la calidad debido que poco renuevan sus armarios por lo tanto requieren un producto bueno y duradero.

10. ¿Cuál ha sido su mayor fracaso y mayor logro como empresario?

R/ Considero que todo ha sido un proceso para consolidar y estructurar lo que tengo actualmente, por lo tanto, más que fracaso considero que fueron experiencias que me ayudaron a tener el gran patrimonio familiar y económico con el cual cuento actualmente.

Muchas veces me fui a banca rota, pero algo se me ocurría hasta llegar el día buscar un socio americano que me ayudo a capitalizar la empresa que ahora tengo y quiero con tanto orgullo “Arclad”.

11. ¿Qué consejo le daría a una persona que desea formar empresa en Colombia?

R/ Construir empresa en Colombia es complejo y prueba de esto son las constantes reformas tributaras que se han venido presentando en este último siglo, proceso que ocasiono un dificultando un acelere en la economía colombiana en sus diferentes sectores industriales y económicos.

Por otra parte, aunque existían instituciones tales como los clúster, el gobierno no facilita financiación fácil, ágil y rápida para financiar proyectos prometedores, desmotivando la creación de nuevas empresas que posteriormente podría verse reflejada en la oferta de nuevos puestos de trabajo.

Anexo 3 Ficha técnica

Ficha técnica para la muestra: estudio de mercado.

Encuesta	Estudio de mercado
Encuestas a aplicar	196
Forma de contacto	Presencial o virtual
Marco muestral	Mujeres mayores de 18 años residentes en la ciudad de Medellín en estrato medio, medio alto y alto. septiembre 30 de 2016
Muestra	se toma como población de mujeres mayores de 18 años residentes en la ciudad de Medellín en estrato medio, medio alto y alto tomando la información contenida en el perfil socioeconómico de Medellín, encuesta calidad de vida de la alcaldía año 2013. con los criterios: nivel de confianza 95% y error estándar del 5%.
Método	Muestreo aleatorio simple.
Unidades muestrales	Población de mujeres mayores de 18 años residentes en la ciudad de Medellín en estrato medio, medio alto y alto según el perfil socioeconómico de Medellín, encuesta calidad de vida de la alcaldía año 2013.
Método de selección	Las unidades muestrales, se elegirán de manera aleatoria simple.

	$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$	<p>n es el tamaño de la muestra</p> <p>z es el nivel de confianza</p> <p>p es la variabilidad positiva</p> <p>q es la variabilidad negativa</p> <p>e es la precisión o error.</p>
--	--------------------------	--

CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE UNA MUESTRA

(Para la estimación de proporciones, bajo el supuesto de que $p=q=50\%$)

MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO	7.0%
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	498,442
Tamaño para un nivel de confianza del 95%	196
Tamaño para un nivel de confianza del 97%	240
Tamaño para un nivel de confianza del 99%	339

Según esta ficha técnica, el número de encuestas a realizar es de **196** con un nivel del confianza del 95% y un margen de error máximo permitido.