

PLAN DE NEGOCIO

“EL ROPERO DE YUVE”

VERÓNICA JOHANNA VELASQUEZ CANO

YULIANA MARÍA MARÍN GÓMEZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

MEDELLÍN

2016

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen del Proyecto	12
1.1 Nombre del proyecto	12
1.2 Información de los participantes	12
1.3 Resumen ejecutivo del proyecto	12
2. Información general del sector	14
2.1 Composición del sector	14
2.2 Situación histórica del sector	15
2.3 Situación actual del sector	16
2.4 Perspectivas del sector	18
2.5 Conclusión general del análisis sectorial.	19
3. Información general del negocio	20
3.1 Propósito del plan de negocios	20
3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento) ...	20
3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.	21
3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo.	22
3.6 Relación de los bienes o servicios	23
3.7 Ventaja Competitiva del negocio.	23
3.8 Justificación del negocio.	24
3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la empresa	24

3.10 Localización Geográfica de la Empresa	25
4. Análisis del mercado.....	26
4.1 Descripción del producto o servicio	26
4.1.1 Usos	26
4.1.3 Presentación	26
4.1.4 Composición	26
4.1.5 Características físicas	27
4.2 Demanda.....	27
4.3 Oferta.....	28
4.4 Precio	29
4.4.1 Análisis histórico y actual de precios	29
4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.....	29
4.4.4 Proyección de precios	30
4.5 Estrategia Comercial.....	32
4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto.....	33
4.5.2 Descripción de los canales de distribución	33
4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados	33
4.5.4 Almacenamiento	34
4.5.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.....	34

4.5.6 Publicidad y Promoción	34
4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.	36
4.6 Plan de Mercadeo	36
5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)	44
5.1 Producción	44
5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio	44
5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción	49
5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo	50
5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales	54
5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)	55
5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo	56
5.2 Localización	57
5.2.1 Factores de localización	57
5.2.2 Métodos de evaluación	58
5.2.3 Macro localización	58
5.2.4 Micro localización	59
5.3 Capacidad de Producción	59
5.4 Plan de Producción	60
6. Análisis Organizacional y Legal	60
6.1 Procesos Administrativos	60

6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.	60
6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)	61
6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)	63
6.1.4 Procesos Propios y Externos	64
6.1.5 Estructura Organizacional (organigrama)	64
6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)	65
6.1.7 Requerimientos de materiales	66
6.1.8 Requerimientos de tecnología	67
6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura	67
6.2 Aspectos Legales	68
6.2.1 Tipo de organización empresarial	68
6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa	68
6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales	69
7. Análisis Financiero	70
7.1 Estructura Financiera del Proyecto	70
7.2 Recursos Propios	70
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios	70
7.4 Calendario de Ingresos del Proyecto	71
7.5 Inversiones del Proyecto	71
7.5.1 Inversiones en Activos Fijos	71

7.5.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos	72
7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo	72
7.5.4 Calendario de Inversiones	73
7.6 Costos y Gastos	73
7.6.1 Costos Variables	73
7.6.2 Costos Fijos	75
7.6.4 Gastos de ventas	76
7.6.5 Gastos de distribución	77
7.6.6 Gastos financieros	77
7.6.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto	79
7.7 Flujo de Caja	79
7.8 Estados Financieros Proyectados	80
7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	80
7.8.2 Balance General Proyectado	81
8. Evaluación del Proyecto	81
8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)	81
8.2 Evaluación Financiera	83
8.2.1 Valor Presente Neto	83
8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	83
8.2.3 Índices financieros	84

8.2.4 Análisis de sensibilidad y riesgo	84
8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera	85
8.3 Punto de Equilibrio	86
8.4 Consideraciones Sociales.....	87
8.5 Consideraciones Ambientales.....	87
9. Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones.....	88
10. Fuentes de Información.....	90
Trabajos citados	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costos y margen estimado año uno. Fuente: Elaboración propia.....	30
Tabla 2. Costos y margen estimado año dos. Fuente: Elaboración propia	30
Tabla 3. Tabla 4. Costos y margen estimado año tres. Fuente: Elaboración propia.....	31
Tabla 5. Costos y margen estimado año cuatro. Fuente: Elaboración propia.....	31
Tabla 6. Costos y margen estimado año cinco. Fuente: Elaboración propia	31
Tabla 7. Publicidad. Fuente: Elaboración propia.....	35
Tabla 8. Matriz DOFA. Fuente: Elaboración propia	37
Tabla 9. Matriz DOFA ampliada. Fuente: Elaboración propia.....	37
Tabla 10. Cinco Fuerzas de Porter. Fuente: Elaboración propia	39
Tabla 11. Maquinaria. Fuente: Elaboración propia	50
Tabla 12. Costos insumos. Fuente: Elaboración propia, datos de precios recolectados en llamadas telefónicas.	54
Tabla 13. Costos materiales. Fuente: Elaboración propia, datos de precios recolectados en llamadas telefónicas.....	55
Tabla 14. Resultado método de evaluación. Fuente: Elaboración propia.....	58
Tabla 15. Capacidad de producción óptima. Fuente: Elaboración propia	59
Tabla 16. Estructura financiera. Fuente: Elaboración propia.	70
Tabla 17. Calendario de ingresos. Fuente: Elaboración propia.	71
Tabla 18. Maquinaria. Fuente: Elaboración propia.	72
Tabla 19. Depreciación. Fuente: Elaboración propia.....	72
Tabla 20. Capital de trabajo. Fuente: Elaboración propia.	73
Tabla 21. Costos por unidad. Fuente: Elaboración propia.....	74

Tabla 22. Unidades vendidas. Fuente: Elaboración propia.....	74
Tabla 23. Calendario de costos. Fuente: Elaboración propia.....	75
Tabla 24. Costos fijos mensuales. Fuente: Elaboración propia.	75
Tabla 25. Costos fijos anuales. Fuente: Elaboración propia.....	75
Tabla 26. Salarios. Fuente: Elaboración propia.....	76
Tabla 27. Gastos de ventas. Fuente: Elaboración propia.....	76
Tabla 28. Presupuesto publicidad. Fuente: Elaboración propia.....	77
Tabla 29. Gastos financieros anuales. Fuente: Elaboración propia.	77
Tabla 30. Gastos financieros totales. Fuente: Elaboración propia.....	77
Tabla 31. Plan de pagos. Fuente: Solicitado en Banco de Bogotá.....	78
Tabla 32. Calendario de costos y gastos. Fuente: Elaboración propia.....	79
Tabla 33. Flujo de caja libre. Fuente: Elaboración propia.....	80
Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias. Fuente: Elaboración propia.	80
Tabla 35. Balance general. Fuente: Elaboración propia.	81
Tabla 36. Ponderación de capital. Fuente: Elaboración propia.	81
Tabla 37. Costo de la deuda. Fuente: Elaboración propia.	82
Tabla 38. Costo del patrimonio. Fuente: Elaboración propia.	82
Tabla 39. WACC. Fuente: Elaboración propia.	82
Tabla 40. Valor presente neto. Fuente: Elaboración propia.....	83
Tabla 41. Tasa interna de retorno. Fuente: Elaboración propia.....	84
Tabla 42. Indicadores. Fuente: Elaboración propia.	84
Tabla 43. Análisis de sensibilidad. Fuente: Elaboración propia.....	85
Tabla 44. Punto de equilibrio. Fuente: Elaboración propia.	86

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de las principales empresas del sector textil y de la confección	15
Figura 2. Crecimiento del sector.....	17
Figura 3. Localización.....	25
Figura 4. Variación del IPC.....	29
Figura 5. Logo de la empresa.....	36
Figura 6. Las 5 Fuerzas de Porter	38
Figura 7. Encuesta pregunta uno.....	40
Figura 8. Encuesta pregunta dos.....	41
Figura 9. Encuesta pregunta tres.....	42
Figura 10. Encuesta pregunta cuatro.....	43
Figura 11. Encuesta pregunta cinco.....	43
Figura 12. Modelo Blusas uno.....	45
Figura 13. Modelos de blusas dos.....	45
Figura 14. Modelos de blusas tres.....	46
Figura 15. Modelos de Faldas uno.....	46
Figura 16. Modelos de Faldas dos.....	47
Figura 17. Modelos de Faldas tres.....	47
Figura 18. Modelos de Chaquetas uno.....	48
Figura 19. Modelos de Chaquetas dos.....	48

Figura 20. Modelos de vestidos uno.....	49
Figura 21. Modelos de vestidos dos.....	49
Figura 22. Cotización Yamata.....	51
Figura 23. Imágenes de maquinaria.....	52
Figura 24. Cotización Para maquinas SAS.....	53
Figura 25. Distribución espacial.....	56
Figura 26. Proceso de producción.....	60
Figura 27. Creación de productos.....	62
Figura 28. Orden de compra.....	62
Figura 29. Aplicación Web.....	63
Figura 30. Organigrama.....	64
Figura 31. Costos cámara de comercio.....	69

1. Resumen del Proyecto

1.1 Nombre del proyecto

Plan de negocio para crear una empresa de confección de ropa para dama a la medida

1.2 Información de los participantes

Verónica Johana Velásquez Cano CC 1.128.483.195

Yuliana María Marín Gómez CC 1.035.427.206

1.3 Resumen ejecutivo del proyecto

El sector textil y de la confección es muy amplio para estudiarlo y atractivo para todo tipo de inversión y aporta constantemente al crecimiento de la economía del país.

Se realizaron diferentes consultas y análisis correspondientes a variaciones, consumo y comercialización de las prendas de vestir para mujeres, encontrando cifras muy cambiantes que se ven afectadas por factores como la reforma tributaria, crisis económica, la inflación, entre otros, que no permiten tener una cifras estables, se está a la expectativa que las exportaciones aumenten y se obtenga un crecimiento muy positivo en el país aprovechando la tasa de cambio que se vive en la actualidad.

La economía en este sector opera a nivel nacional e internacional, Colombia es un país muy competitivo que desarrolla diferentes convenios con proveedores y clientes que por su buena elaboración, innovación y calidad en la prendas, abriendo mercados en diferentes países para aumentar las inversiones extranjeras así como las ventas y la generación de empleo.

Basándonos en esa información y con la variación del índice de precios al consumidor (IPC) se plantearon los pronósticos de ventas y costos que también respondían a las fluctuaciones

del comportamiento en ese sector, inicialmente se debe contar con una cantidad de dinero necesario para la compra de activos fijos, para inversión en capital de trabajo, para costos pre operativos entre otros, esos valores están estipulados en el plan financiero. (BANCOLOMBIA, 2016)

Esperando que la empresa tenga un desempeño óptimo con cada uno de sus empleados, las actividades y funciones que cada uno de ellos desempeña, deben desarrollarse continuamente en base a los objetivos plasmados y así lograr las metas presupuestadas para cada año.

De acuerdo a los datos proyectados para las ventas, costos, gastos, ingresos anuales y la inversión inicial, la empresa es viable y se podría obtener resultados positivos y satisfactorios para los inversionistas, de acuerdo al valor presente neto y la tasa interna de retorno calculada, ya sabemos que a mayor riesgo es mayor la rentabilidad pero por el promedio de los análisis y de los supuestos tendremos una alta probabilidad de obtener utilidades.

Para el negocio propuesto la utilidad neta se va a obtener en el tercer año ya que los recursos de los costos y los gastos superan en el año uno y dos la utilidad bruta por lo que en el primer año la empresa da pérdida de \$39.036.134 y en el segundo año la pérdida alcanza los \$20.343.323 y para el tercer año la utilidad es de \$4.246.974, estos datos nos indica que el nivel de ventas le puede dar buena rentabilidad a los socios en el tiempo, siempre y cuando los factores del mercado lo permitan, la tasa de cambio y la inflación.

2. Información general del sector

2.1 Composición del sector

La estructura del sector textil y de la confección en Colombia está compuesto por diferentes procesos que se integran y llevan a que el consumidor adquiera el producto final **(Superintendencia de sociedades, 2013)**:

- **Fibras e Insumos Primarios de la Industria:** está integrado por los proveedores que entregan los insumos primarios al mercado.
- **Textil (Hilatura, tejeduría) e Insumos para la Confección:** se encargan del proceso de manufactura y la transformación del hilo.
- **Confección:** son las dedicadas a la elaboración del producto final.
- **Comercialización:** al por mayor y al detal
- **Consumidor final Local, Nacional e Internacional**

La siguiente figura refleja la ubicación del sector textil en Colombia, teniendo en cuenta las empresas que están en las ciudades.

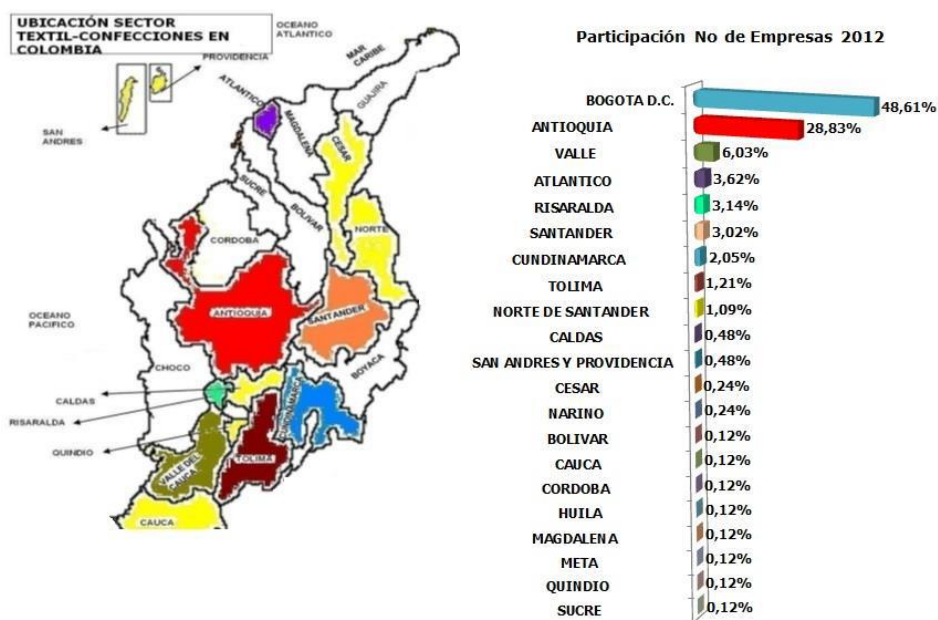


Figura 1. Ubicación de las principales empresas del sector textil y de la confección. Fuente: (Superintendencia de sociedades, 2013)

2.2 Situación histórica del sector

Durante la primera década del siglo XX, el sector textil y de confección, fue el que inicio con el uso intenso de los recursos y de las nuevas tecnologías lo que llevo a impulsar el desarrollo industrial y manufacturero de la economía en Colombia.

En los últimos años, el resultado económico, se puede describir en diferentes fases, para los años del 2001 al 2006, la tasa que en promedio manejo el crecimiento en el sector de la confección y textil fue de 4,6%, fue un comportamiento por encima de la economía colombiana que estuvo en 4,1%; Sin embargo, para los años 2007 al 2013 el desempeño del sector no fue muy positivo, debido a la crisis económica y financiera que se presentó a nivel mundial, la cual dejo consecuencias en mayor medida a todos los países desarrollados, dejando efectos negativos en las economías emergentes como la colombiana.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta la recomposición en la parte de producción económica del país, reflejando los commodities mayor relevancia en la economía nacional en el sector manufacturero generando mayor valor y empleo.

2.3 Situación actual del sector

Durante la última década el producto interno bruto (PIB) en el sector textil y de la confección ha presentado una mayor volatilidad en comparación a la tasa de crecimiento de la economía en general, incluyendo el sector manufacturero, “ reflejando un ciclo de desaceleración, recuperación , auge, crisis, destacando una amplia capacidad de recuperación después de haber afrontado fases de recesión o bajo dinamismo económico, esta situación se presentó en el periodo 2009 al 2011, donde el sector paso de tener un crecimiento negativo de -12,8% a crecer a una tasa de 7,5%, resultados muy por encima de la economía nacional que estuvo en el 6,6% y del sector manufacturero que en su conjunto se ubicó en el 4,7%.”

Para los años 2012 – 2013 no hubo crecimiento, ya que sus cifras estuvieron por debajo de la economía nacional y del sector manufacturero. (Sura, 2014).

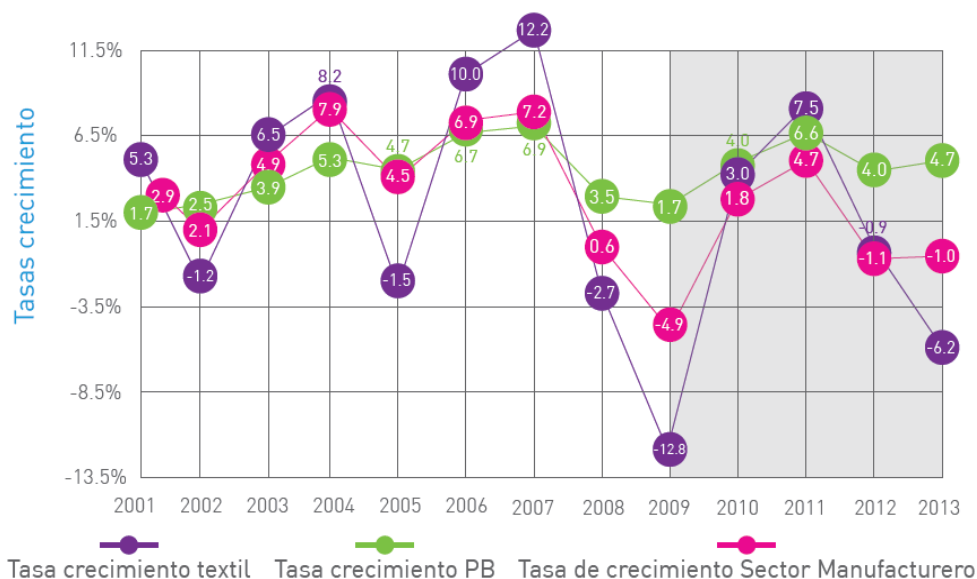


Figura 2. Crecimiento del sector. Fuente: Imagen tomada de (**Contextualización del sistema Moda, 2014**)

“Para el año 2014, la industria manufacturera representó el 12,3% del PIB Nacional, en el sector textil y de la confección tuvo una participación del 9,2% en el PIB de la industria manufacturera. (Superintendencia de Sociedades, 2015)”, “en el año 2015, la industria textil y de la confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada, representando el 7,5% del PIB de confección- manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país. (Procolombia, 2015)”.

“Según cifras para lo corrido de este año 2016 reportadas por Colombiatex el sector ha generado cerca de 200 mil empleos directos y 600 mil empleos indirectos, la producción nacional de telas es de 950 millones de metros cuadrados, las exportaciones representan aproximadamente el 30% de la producción nacional, la cadena concentra el 10% de la producción industrial nacional, cerca del 6% de las exportaciones totales y el 13.4% de las ventas manufactureras de productos no tradicionales”.

El 24% del empleo manufacturero del país lo genera el sector textil y de la confección; parte de la producción incluyen los cultivos de algodón, producción de la tela, comercialización y confección de las prendas,” más del 6% del PIB textil del país se genera en la ciudad de Medellín, principal productora de índigo, con el objetivo a corto plazo de ser autosuficiente, el sector textil y de la confección está compuesto por cerca de diez mil fábricas situadas en siete ciudades del país, principalmente en Medellín con un aproximado del 40%. (Inexmoda)”.

Las estadísticas de la Muestra Mensual Manufacturera (MMM), que elabora el DANE, indica que en los doce últimos meses (a la fecha de enero del 2016) la producción real del sector de confecciones descontando la inflación, se ubicó en 6,1% y las ventas de productos textiles y prendas de vestir crecen 7,5% en el último año (El Tiempo, 2015), se espera que para este año la cifra aumente en las exportaciones ya que en los últimos años han estado por debajo; se sugiere que el sector textil y de la confección genere valor a nivel nacional como internacional, no obstante las confecciones colombianas llegaron a 97 destinos encabezados por Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Venezuela, Costa Rica y Brasil.

2.4 Perspectivas del sector

El sector textil y de la confección tiene un gran potencial de crecimiento y fortalecimiento de la economía colombiana, las proyecciones económicas entregan un balance satisfactorio con respecto a la tasa de cambio. Se estima un aumento de las ventas y el aumento de personas empleadas en el sector, adicional los resultados siguen siendo positivos, *“las compras de vestuario en 2015 fueron por 12 billones de pesos por parte de los hogares colombianos y por el aumento del dólar la industria nacional puede aumentar la demanda”* (Programa de transformación productiva, 2016).

Dentro del crecimiento proyectado, el programa de transformación productiva (PTP) ayudara a consolidar planes de negocio dentro de un proyecto para que las empresas del sector incluyan “un modelo de gerencia de cadena de suministro de cuarta generación Demand Driven” el cual consiste en revisar el modelo de operación según como se esté moviendo el mercado con la oferta y la demanda, y con los cuales se pueden analizar que costos se pueden eliminar y sus necesidades con respecto a su capital de trabajo. Dicho modelo aumenta la productividad, lo que genera un impacto directo en el aumento de las ventas del sector. Adicional al crecimiento esperado en el sector, se adelanta el mapa regional de las oportunidades el cual se encargara de enlazar la capacidad de las zonas con mayores demandas a nivel nacional e internacional, lo que a la vez también permitirá combatir el contrabando consiguiendo el cambio en el rendimiento del sector y contribuyendo con el objetivo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de alcanzar exportaciones por 30 mil millones de dólares en 2018. (Programa de transformación productiva, 2016).

2.5 Conclusión general del análisis sectorial.

Podemos observar que varios factores como la devaluación del peso, el fortalecimiento del mercado de Estados Unidos y la reactivación del consumo nacional, han generado que las expectativas del crecimiento del sector aumenten; se espera que para este año 2016 se reflejen cifras positivas sacándole provecho a la coyuntura económica en la que la tasa de cambio ha jugado un papel muy importante por ser su principal aliada.

El sector se ha venido consolidando a través de los años y viene en crecimiento en cuanto a su aporte al Producto interno bruto (PIB), la demanda de vestuario en el país ha generado ingresos por billones de pesos lo que indica que es un sector de mucho movimiento, mucho

volumen y por lo tanto mucha competencia, dicha competencia se fortalece cada día más con los programas que se ofrecen los cuales generan aumento en la productividad y generan muchos más empleos.

3. Información general del negocio

3.1 Propósito del plan de negocios

El propósito principal del negocio es conocer la viabilidad de crear una empresa que diseñe prendas de vestir para dama a la medida, con diseños que buscan satisfacer las expectativas de cada cliente, con el fin de conquistar el mercado local del municipio de Copacabana y posteriormente expandirse a otros más; adicional se pretende proponer algo novedoso y que tenga un valor agregado diferenciador de las demás empresas y negocios.

3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)

A continuación se presenta la información general de la empresa:

- Nombre de la empresa: EL ROPERO DE YUVE
- Tipo de empresa: Sociedad por acciones simplificada (SAS)
- Público objetivo: Femenino
- País: Colombia
- Departamento: Antioquía
- Municipio: Copacabana
- No de empleados: 7 (siete)
- Productos: blusas, vestidos, faldas y chaquetas

3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.

En Medellín se han creado y consolidado miles de empresas y negocios dedicados a la confección y comercialización de prendas de vestir lo cual ha posibilitado que este se convierta en una industria muy importante para el sector y se han consolidado las marcas más importantes de nuestro país. Una de las empresas que más se asemeja a la idea de negocio planteada es *Taller de Vestuario*, su política se enfoca a la personalización de diseños para damas y caballeros, sus empleados son expertos en la moda y el diseño, entregan las prendas en tres días, están ubicados en la carrera 72 circunvalar 2 – 09 en el barrio Laureles en la ciudad de Medellín teléfono: 4129974, correo electrónico eltallerdevestuario@gmail.com y su página web es: <http://www.i-m.mx/tallerdevestuario/tallerdevestuario/>. (Taller de Vestuario).

La idea de la creación de la empresa inicia con la experiencia de una de nuestras familias por más de 20 años con la confección de prendas de vestir de manera empírica; por lo tanto, se ha identificado una oportunidad de negocio, porque con los clientes habituales de arreglos y diseños de confección siempre están satisfechos con el producto final, regresan para solicitar más productos y traen nuevos clientes.

Hace 20 años se inició la confección con la adquisición de una máquina marca Singer modelo Dinastía, siete años más tarde se adquirió una máquina fileteadora marca Yamatto se hacían diferentes arreglos de modistería y confección de algunas prendas de vestir entre la misma familia y conocidos del sector; el voz a voz entre amigos y conocidos ha ido incrementado la cantidad de personas que solicitan la confección de prendas de vestir.

3.4 Misión de la futura Empresa.

Crear prendas de vestir para dama, que permitan satisfacer las necesidades con insumos de la mejor calidad y brindando un excelente servicio; logrando la fidelización de los clientes y competitividad en el mercado.

3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo:

- Crear buenas relaciones con nuestros clientes y proveedores.
- Estar ubicados estratégicamente en el municipio de Copacabana, para captar más público objetivo.
- Crear una campaña publicitaria de tipo ATL, que permita el reconocimiento de la marca en el municipio de Copacabana.
- En 6 meses realizar ventas de 200 prendas por mes.
- Implementar un plan de promociones y descuentos que incluya bonos de descuentos para compras en el próximo mes (el descuento se otorga de acuerdo al margen de utilidad del mes). En el mes de abril se otorgara un porcentaje de descuento sobre la segunda prenda confeccionada. Por cada 3 referidos exitosos se otorgará un descuento del 10% redimible en los próximos 2 meses.

Objetivos a mediano plazo:

- Aumentar las ventas en un 12% en el segundo año, incrementando el número de vendedores y el número de operarios a 2 más.
- Lograr el reconocimiento por calidad y buen servicio en el municipio de Copacabana.

Objetivos a largo plazo:

- Consolidar a la empresa, como uno de los líderes en el sector de la confección en prendas de vestir para dama y niñas a la medida, en todo el Valle de Aburrá y lugares aledaños en 5 años aproximadamente.
- Iniciar la expansión del negocio a los municipios de Bello, Girardota y Medellín en 5 años.

3.6 Relación de los bienes o servicios

La empresa diseña y comercializa los siguientes productos:

- Blusas
- Vestidos
- Faldas
- Chaquetas

3.7 Ventaja Competitiva del negocio

Se confeccionan prendas de vestir a la medida y según el diseño que cada cliente prefiera, además se trabaja con materiales de alta calidad, la empresa entrega como valor agregado una fragancia especial para perfumar las prendas, que permita la estimulación de los sentidos y por la tanto se genere una recordación de marca.

3.8 Justificación del negocio

La moda es una industria que siempre se ha caracterizado por estar vigente en el tiempo, con esta idea, la confección de prendas de vestir se ha caracterizado por mantenerse en el mercado, es uno de los sectores que más ayuda al crecimiento de la economía del país. Es por ello que, la idea de negocio va acorde a lo que requiere el mercado, por eso se identificó la oportunidad para realizar un estudio de viabilidad de implementar una empresa basada en la creación de prendas de vestir para dama que se adecuen a sus necesidades, estilos, gustos y tendencias.

Las mujeres han demostrado que destinan un alto porcentaje de sus ingresos a la compra de vestuario y es por eso que vemos en este negocio una oportunidad de ingresos para entregar un producto de excelente calidad, basándonos en cifras presentadas por Inexmoda, se ha aumentado significativo durante los últimos nueve años en el ámbito del consumo, pues los ciudadanos pasaron de invertir \$136.897 (per cápita) en vestuario en 2005 a \$241.969 en 2013, (El Colombiano, 2014), las cifras registradas en la Asociación Colombiana de Productores Textiles (Ascoltex) nos informan que teniendo un ingreso per cápita de US\$ 2.200 por año, el consumo de las personas en Colombia destinan en vestuario y calzado un del 9%, en donde el 7% solo corresponde a vestuario, estas personas son enfocadas en las moda y en cualidades intrínsecas que ofrece cada prenda de vestir. (Martina Moda). Actualmente el consumo per cápita bajo a un 2,5% entre el mes junio y julio del año 2016, como consecuencia del tema de la inflación, la reforma tributaria, el proceso de paz, lo genera incertidumbre en las personas y las limita en el consumo. (SURA, 2016)

3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la empresa

Sector textil, actividades de confección de prendas de vestir (código CIIU 1410)

3.10 Localización Geográfica de la Empresa

- País: Colombia
- Departamento: Antioquia
- Municipio: Copacabana
- Barrió: Simón Bolívar

En la siguiente figura se encuentra la localización geográfica, el área sombreada representa la zona centro del municipio y por lo tanto la zona más comercial, en dicha lugar se va a buscar el local.



Figura 3. Localización. Fuente: Imagen tomada de (Google Maps, 20116)

4. Análisis del mercado

4.1 Descripción del producto o servicio

Los productos son las siguientes prendas de vestir: blusas, faldas, vestidos y chaquetas, elaborados en telas seleccionadas por los clientes, con excelente calidad para satisfacer las necesidades de cada uno de ellos. El público objetivo es el femenino. Las características de cada prenda las da el cliente, mediante el diseño que selecciona para confección, cada prenda es única y marca un estilo diferente para cada ocasión.

4.1.1 Usos

El público objetivo es el femenino de los 13 años hasta los 60 años aproximadamente.

4.1.3 Presentación

No aplica ya que cada producto tendrá una presentación diferente de acuerdo al tamaño de la prenda, será entregado en bolsas reciclables de papel, con su respectiva fragancia.

4.1.4 Composición

Las telas e insumos seleccionados son de excelente calidad, cada una tiene una composición diferente dependiendo de lo que el cliente desee. Entre las que más se utilizarán serán el algodón, el poliéster y elastano.

4.1.5 Características físicas

No aplica ya que cada prenda tendrá una característica física diferentes, en cuanto a diseño, corte, y textura.

4.2 Demanda

Un informe de la revista dinero indica que la revaluación que tuvo por más de una década el sector textil desapareció y quedó en el pasado, los empresarios están sacando provecho a la tasa de cambio actual, la cual se ha convertido en su principal herramienta para afrontar los cambios del momento. (Dinero, 2016). Los resultados ya empezaron a verse, Según el DANE, en el mes de noviembre de 2015 el sector textil y de la confección registró un crecimiento de 4,8% en producción, en ventas 4,3% y en generación de empleo un 0,7%.

El sector de hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles registró un alza de 1,5% en producción y 0,9% en ventas, el sector de la confección creció en producción 5,9% y en ventas 4,1%, lo que muestra la fuerza que está tomando cada vez dicho sector y grandes oportunidades que se pueden generar.

Para los próximos años, los usuarios potenciales estarán más abiertos en el mercado femenino, ya que cada día están más desbordados en el consumo y destinan un alto porcentaje de sus ingresos para la adquisición de vestuario; confirmándolo con las cifras dadas en el observatorio de Inexmoda, el consumo de vestuario obtiene una variación positiva del 3,38% en julio frente a junio y un 15,63% más que en el mes de junio del año anterior, teniendo en cuenta que en temporadas de vacaciones y en tiempo de prima las personas están más incentivadas al consumo y al gasto personal, en la ciudad que más se registró consumo en el vestuario fue en

Pasto con un 4,93% y en Pereira 3,33% y los colombianos un 2,89%, ya que destinaron más de su dinero para la parte de alimentación y vivienda, el consumo per cápita se encontró en \$18.941, con una variación real de 19,07%. Las mujeres del siglo XXI, son cada vez más preocupadas por su cuerpo y por no solo estar bien si no verse bien, es por ello que la demanda de prendas de vestir femeninas estará en un incremento continuo.

4.3 Oferta

El mercado del sector textil y de la confección, es un mercado muy asequible y de continuo movimiento, todos los días se encuentra más competencia y personas que deciden emprender su propio negocio en esta área. En la actualidad el ejemplo más claro son las redes sociales, en Instagram y Facebook, miles de personas crean su cuenta y emprenden su propio negocio.

La oferta del sector textil es pionera para el progreso de las personas, ya que de esta forma iniciaron las industrias a posicionarse en el mercado, actualmente se presentan indicadores que demuestran el jalonamiento de la economía colombiana, demostrando crecimiento para el mes de julio, se registró en Pasto, el mayor promedio para la compra de vestuario por un valor de \$60.972 mil pesos, después esta Manizales con \$60.769 mil pesos y las ciudades de Bucaramanga, Cartagena y Bogotá destinaron menos dinero, la oferta estuvo en la misma línea de la demanda, dejando datos históricos en el sector textil y de la confección.

4.4 Precio

4.4.1 Análisis histórico y actual de precios

En el siguiente gráfico se describe la variación del índice de precios al consumidor de los últimos 5 años, a octubre de este año la variación del IPC se ubica en -0.06, el grupo de vestuario se ubicó por encima del promedio nacional con 0.32%. (DANE, 2016)

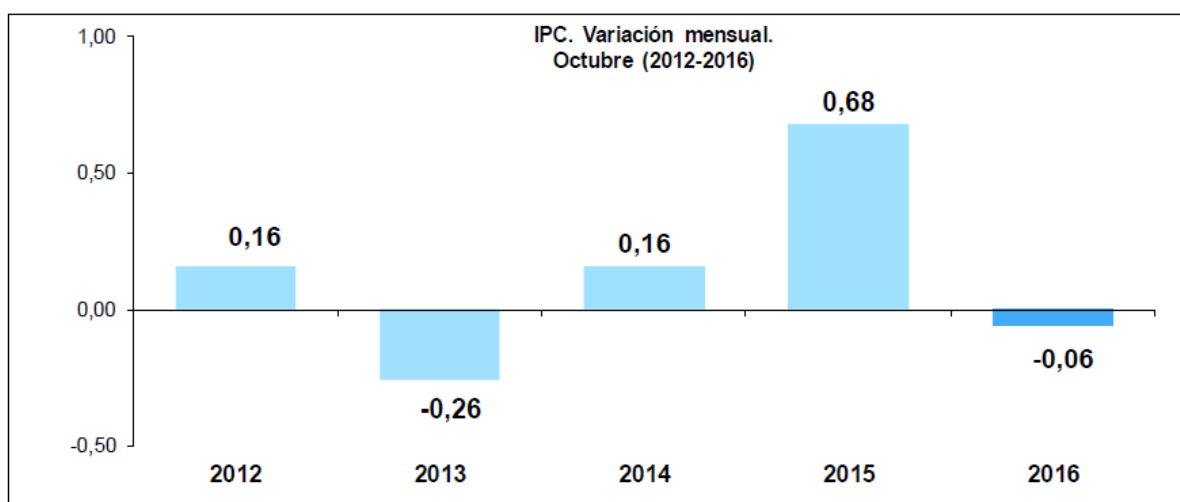


Figura 4. Variación del IPC (2012-2016). Fuente: (DANE, 2016)

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

Los factores que pueden afectar el precio en cuanto a la disminución o aumento se establecen de acuerdo al mercado, la demanda también se fija por la competencia en el sector, la inflación, el índice de precios al consumidor (IPC) y las tasas de cambio, todo esto lleva a que el precio sea irregular y no se maneje un precio fijo para las prendas.

Día a día el mercado es más innovador, la industria de la confección y moda genera aumento del consumo, así los precios se establezcan cada vez más altos.

4.4.4 Proyección de precios

Los precios de la materia prima varían, por lo tanto, se manejan una bases de precios que pueden ser modificables en cualquier momento, a continuación se presentarán algunos de los precios que se manejarían, los cuales se proyectaron con el crecimiento del IPC de los próximos 5 años:

AÑO 1			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 31,000.00	\$ 18,600.00	\$ 49,600.00
Vestidos	\$ 50,500.00	\$ 30,300.00	\$ 80,800.00
Faldas	\$ 42,000.00	\$ 25,200.00	\$ 67,200.00
Chaquetas	\$ 54,000.00	\$ 32,400.00	\$ 86,400.00

Tabla 1. Costos y margen estimado año uno. Fuente: Elaboración propia

AÑO 2			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 32,209.00	\$ 19,969.58	\$ 52,178.58
Vestidos	\$ 51,709.00	\$ 32,059.58	\$ 83,768.58
Faldas	\$ 43,209.00	\$ 26,789.58	\$ 69,998.58
Chaquetas	\$ 55,209.00	\$ 34,229.58	\$ 89,438.58

Tabla 2. Costos y margen estimado año dos. Fuente: Elaboración propia

AÑO 3			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 32,085.00	\$ 20,534.40	\$ 52,619.40
Vestidos	\$ 51,585.00	\$ 33,014.40	\$ 84,599.40
Faldas	\$ 43,085.00	\$ 27,574.40	\$ 70,659.40
Chaquetas	\$ 55,085.00	\$ 35,254.40	\$ 90,339.40

Tabla 3. Tabla 4. Costos y margen estimado año tres. Fuente: Elaboración propia

AÑO 4			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 32,116.00	\$ 21,196.56	\$ 53,312.56
Vestidos	\$ 51,616.00	\$ 34,066.56	\$ 85,682.56
Faldas	\$ 43,116.00	\$ 28,456.56	\$ 71,572.56
Chaquetas	\$ 55,116.00	\$ 36,376.56	\$ 91,492.56

Tabla 5. Costos y margen estimado año cuatro. Fuente: Elaboración propia

AÑO 5			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 32,054.00	\$ 21,796.72	\$ 53,850.72
Vestidos	\$ 51,554.00	\$ 35,056.72	\$ 86,610.72
Faldas	\$ 43,054.00	\$ 29,276.72	\$ 72,330.72
Chaquetas	\$ 55,054.00	\$ 37,436.72	\$ 92,490.72

Tabla 6. Costos y margen estimado año cinco. Fuente: Elaboración propia

4.5 Estrategia Comercial

Las estrategias comerciales que se llevarán a cabo para la empresa serían las siguientes:

- Innovar con diseños creativos, con materiales, insumos y materia prima de alta calidad, por medio de la implementación de tecnología actual que se esté viendo en el mercado.
- Elaborar y comercializar prendas de vestir, que ofrezcan un valor agregado, a partir de un terminado de alta calidad, adicionalmente, se hará entrega de una fragancia, que permitirá que el cliente mantenga perfumadas sus prendas y logremos un impacto en la parte sensorial lo que permita una recordación y fidelización a la marca.
- Elaborar las prendas sobre medida en el menor tiempo posible y con los precios más competitivos del mercado.
- Estructurar un plan de oferta para los consumidores, una vez se logre el posicionamiento de marca.
- Crear publicidad, en sitios enfocados al público objetivo.
- Crear alianzas con proveedores con consolidación a nivel nacional, que permita a la empresa acceder a descuentos y con los cuales se tengan más beneficios para nuestros clientes.
- Hacer constantemente rotación de insumos, materiales y materia prima, dando alternativas y opiniones en las prendas de vestir, a los clientes de acuerdo a los diseños que requieran, logrando la competitividad en el mercado y obteniendo resultados en las metas planteadas para que día a día la empresa genera más utilidades.
- Generar confianza con los clientes dándoles a entender que tenemos los mejores profesionales para entregar con calidad las prendas que soliciten confeccionar.

4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto

Los productos se van a comercializar en el local donde se ubicara la empresa, inicialmente no se tendrá un plan de distribución, a medida que los clientes se vayan fidelizando, se implementará un plan para entregar las prendas terminadas en la dirección que el cliente indique; La vendedora permanecerá la mayor parte del tiempo en la empresa, sin embargo por temas de comercialización y ventas, tendrá citas con clientes representativos para el negocio.

4.5.2 Descripción de los canales de distribución

No aplica inicialmente por la idea de distribución del producto dentro de la empresa.

4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

El canal de venta utilizado será en la empresa y por medio de visitas a los clientes representativos, el modelo de ventas adoptado inicialmente servirá de ventaja para conocer clientes y que la empresa sea conocida en el mercado; la vendedora se desplazará y atenderá a los clientes considerados como negocios potenciales, lo que será otra gran ventaja para generar recordación y fidelización. La principal desventaja será el tiempo para que la empresa se posicione, ya que inicialmente no se contará con más canales de distribución, lo que generará que el tiempo de reconocimiento en el mercado sea mayor.

4.5.4 Almacenamiento

En la empresa se tendrá poco inventario, ya que la mayoría de las prendas serán elaboradas con las telas elegidas por el cliente a su gusto y satisfacción de cada uno de los ellos.

El almacenamiento se tendrá en el cuarto útil, el lugar debe tener buena ventilación y luminosidad. Se tendrá manejo por medio de un software para validar el stock de unidades, se almacenará por insumos, materiales y materia prima.

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

No aplica inicialmente por la idea de distribución del producto dentro de la empresa. La empresa podrá tomar la decisión de tercerizar con mensajería.

4.5.6 Publicidad y Promoción

Dentro de la publicidad se producirán 1.000 volantes para iniciar el reconocimiento de la empresa dentro del municipio, el volante informará la fecha de apertura de la empresa y así mismo la persona que ordene la elaboración de una prenda y lo entregue, obtendrá el 10% de descuento en el precio de la prenda. Se entregaran volantes en fechas específicas donde aumenta la demanda, en este caso mes de final del mes de noviembre inicio mes de diciembre, mes de mayo y septiembre. En los eventos públicos del municipio se solicitaran la instalación de pasacalles.

Se solicitará la elaboración de 50 brochure para entregar en las empresas más importantes del municipio.

En cuanto a la publicidad virtual que se ha convertido en un aliado importante para las empresas, se creará un perfil en las diferentes redes sociales, en los cuales se hablará de las características más importantes de la marca, se presentara la misión de empresa, los datos de ubicación, se estarán informando las promociones y descuentos y cada que se realice la elaboración de las prendas se tendrán las fotos y si el cliente lo autoriza una publicación donde informe la satisfacción del cliente, también se hará una primera segmentación para que esta información llegue al público objetivo de Copacabana y luego se hará extensivo hacia otras zonas donde también se quiere tener presencia.

PUBLICIDAD	PRESUPUESTO INICIAL
Impresión de volantes para ser repartidos en el municipio de Copacabana en lugares estratégicos.	\$ 300.000
Trimestralmente se entregan volantes con los cuales los clientes podrán acceder a descuentos y promociones.	\$ 400.000
Se enviará a las empresas más grandes y representativas del municipio una propuesta a través de un Brochure, para que nos visiten y ofrecerle descuentos.	\$ 200.000
Se solicitará la impresión de tarjetas con los datos de la empresa	\$ 200.000
Se solicitara publicidad con pasacalles en los eventos representativos del municipio	\$ 200.000
Se crearan los sitios oficiales en las diferentes redes sociales y se impulsara los productos con promociones y sorteos, así mismo se dispondrá de las fotografías de las blusas, faldas, chaquetas y vestidos elaborados para interactuar más con los clientes y mostrar de una manera más directa y atractiva las prendas confeccionadas.	\$ 100.000
TOTAL	\$ 1.400.000

Tabla 7. Publicidad. Fuente: Elaboración propia.

4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.

Actualmente el mercado textil y de la confección en Colombia genera una alta oferta y demanda en sus productos, como se puede observar en los resultados y las cifras cada vez están en crecimiento por lo que genera fácil expansión y abre la puerta a nuevos mercados. Cada empresa de textil ofrece un servicio y producto diferente, enfocado a estilos y gustos de vestuario femenino y a pesar que la competencia día a día aumenta agresivamente, todas las empresas tienen un factor diferenciador en el mercado, con el cual logran la fidelización de sus clientes y ayudan a que sus ventas se sostengan e incrementen a través de la innovación, posibilitando que haya mayor progreso en la economía de este sector.

4.6 Plan de Mercadeo

Para nuestro plan de mercadeo en los clientes, iniciaremos con la creación de un logotipo que nos represente y genere recordación en nuestros clientes.



Figura 5. Logo de la empresa. Fuente: Elaboración propia.

Matriz DOFA

Se plantearan las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para la empresa y luego se informara como combatir las tanto las internas como las externas:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Dejar a los clientes satisfechos con sus prendas a la moda.	Pocos lugares para el desarrollo de la moda.
Tener personal capacitado en diseños de moda.	La empresa no tiene una marca reconocida a nivel nacional e internacional.
Tener la tecnología necesaria para hacer prendas de vestir innovadoras y únicas en el mercado.	Dependencia de proveedores nacionales.
OPORTUNIDADES	AMENAZA
Tener una cobertura en todo el valle de aburra.	Entrada de nuevos competidores.
Abrir nuevos mercados a nivel nacional e internacional.	Importación de prendas del exterior a bajos precios.
Implementación de diseños innovadores que están a la moda.	Escasez de materia prima por parte de proveedores.

Tabla 8. Matriz DOFA. Fuente: Elaboración propia

MATRIZ DOFA AMPLIADA	
FORTALEZAS VS DEBILIDAD	OPORTUNIDAD VS AMENAZA
Los clientes se sentirán contentos y satisfechos con sus diseños en las prendas, logrando obtener en el sector textil una marca reconocida por su calidad y servicio a nivel nacional e internacional.	Abriendo nuevos mercados a nivel nacional e internacional, reduciríamos las importaciones de prendas de vestir a bajos precios, implementando estrategias enfocadas a precios, promociones, publicidad, calidad entre otros.
Teniendo un personal capacitado en el diseño de las modas, reduciría la dependencia de los proveedores nacional por su recursividad e innovación en las prendas de vestir.	Implementando diseños innovadores, ofreciendo valores agregados y teniendo una excelente calidad en el servicio, nos permitiría estar más firmes a la entrada de nuevos competidores en el sector.
Contando con la tecnología necesaria para nuestros clientes, obtendremos resultados satisfactorios en lugares que ayudarían al desarrollo de la moda.	Logrando un posicionamiento en todo el área de metropolitana y lugares aledaños, se obtendrían resultados eficientes en el tiempo por parte de los proveedores, para tener la materia prima para cada una de las prendas.

Tabla 9. Matriz DOFA ampliada. Fuente: Elaboración propia

Las 5 fuerzas de Porter



Figura 6. Las 5 Fuerzas de Porter. Fuente: Imagen tomada de (CreceNegocios, 2015)

- Rivalidad entre competidores.

La rivalidad entre los competidores se observa bastante alta, porque cada día nos enfrentamos a que los clientes pueden encontrar una mejor oferta en cuanto a precios, servicio, calidad, innovación, marketing, lo cual hace que se tenga que estar muy alerta y enfocarnos en ir paso más adelante que el de atrás, para cumplir los objetivos y metas de la empresa.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores.

La empresa de confección estará propensa a tener nuevos competidores en el mercado o empresas del exterior que se posicionen en el sector con bajos precios que llamen la atención de las personas, por tal razón lograremos estar a la moda y tener las suficientes herramientas para superar a nuestros competidores marcando la diferencia en calidad, precios y servicios; en general las empresas de confección benefician la economía del país y consiguen contratos atractivos con proveedores logrando posicionamiento y marca en el sector.

- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Las empresas de textil y confección solo manejan competencia entre marcas de vestir, porque productos sustitutos de vestir no hay por ser una única función, es un factor que se debe tener en cuenta, porque pueden encontrar una marca sustituta más económica y perder el cliente, día a día la competencia es más agresiva en mejorar la calidad y el precio de los productos, considerándose un alto grado de sustitución.

- Poder de negociación de los proveedores.

La negociación con los proveedores es muy relativa porque dependiendo del sector textil al que nos enfoquemos escogeríamos con quien negociar el tema de precios, calidad, tiempo porque en el mercado hay cantidad de proveedores que nos pueden ofrecer más ventajas que otros, mejores precios y calidad.

- Poder de negociación de los consumidores

Los consumidores son muy al gusto, en la medida que les gusta comprar algo único, lo realizan en compras individuales que no generan mucho poder de negociación porque no son grupos grandes que se acercan a consumir si no que lo hacen por medio de los referidos por medio de la publicidad y empiezan hacer uso del producto y servicio.

5 FUERZAS DE PORTER	GRADO	RENTABILIDAD
Rivalidad entre Competidores	Alta	Medio- Baja
Amenaza de entrada de nuevos competidores.	Bajo	Medio -Alta
Amenaza de ingreso de productos sustitutos.	Alta	Medio- Baja
Poder de negociación de los proveedores.	Bajo	Medio- Alta
Poder de negociación de los consumidores	Bajo	Medio- Alta

Tabla 10. Cinco Fuerzas de Porter. Fuente: Elaboración propia

Encuesta

Se realizó una encuesta a 56 mujeres por medio de la herramienta de Google Docs, las cuales se obtuvieron las siguientes respuestas:

1. ¿Cuál de las siguientes prendas le gustaría mandar a confeccionar?

Como respuesta a la primera pregunta, la prenda que más confeccionaríamos y tendríamos éxito sería los vestidos, con un porcentaje del 44.6%, es casi la mitad de los demás productos teniendo en cuenta, que el más bajito sería las faldas con un 3,6 %, que como resultado y recomendación para la empresa se tendría que pensar en otro producto sustituto que maneje más demanda.

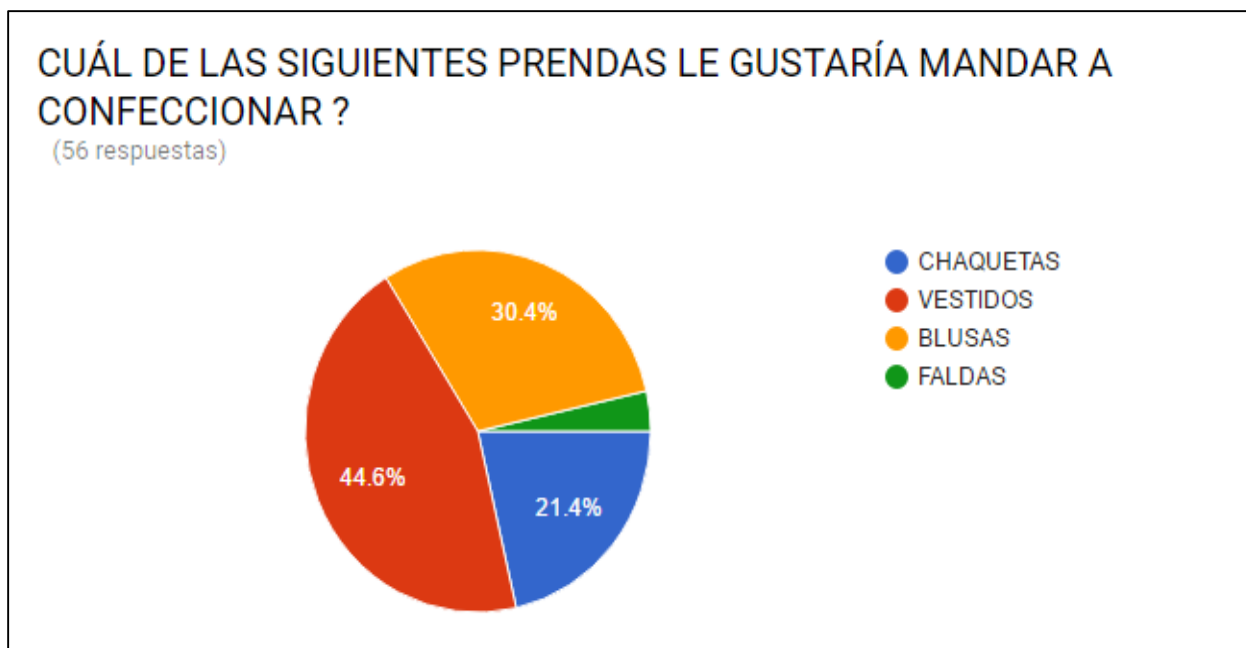


Figura 7. Encuesta pregunta uno. Fuente: Encuesta elaborada en Google Docs

2. ¿A la hora de comprar tu ropa en lo primero que piensa es?

Con la segunda pregunta, se pretendía conocer en que característica se pensaba a la hora de comprar prendas, el 44.6% casi la mitad de las personas que votaron y en lo menos que piensan

es en el lugar con un 16.1%, dando como resultado que hay que manejar un muy buen precio y buena calidad.

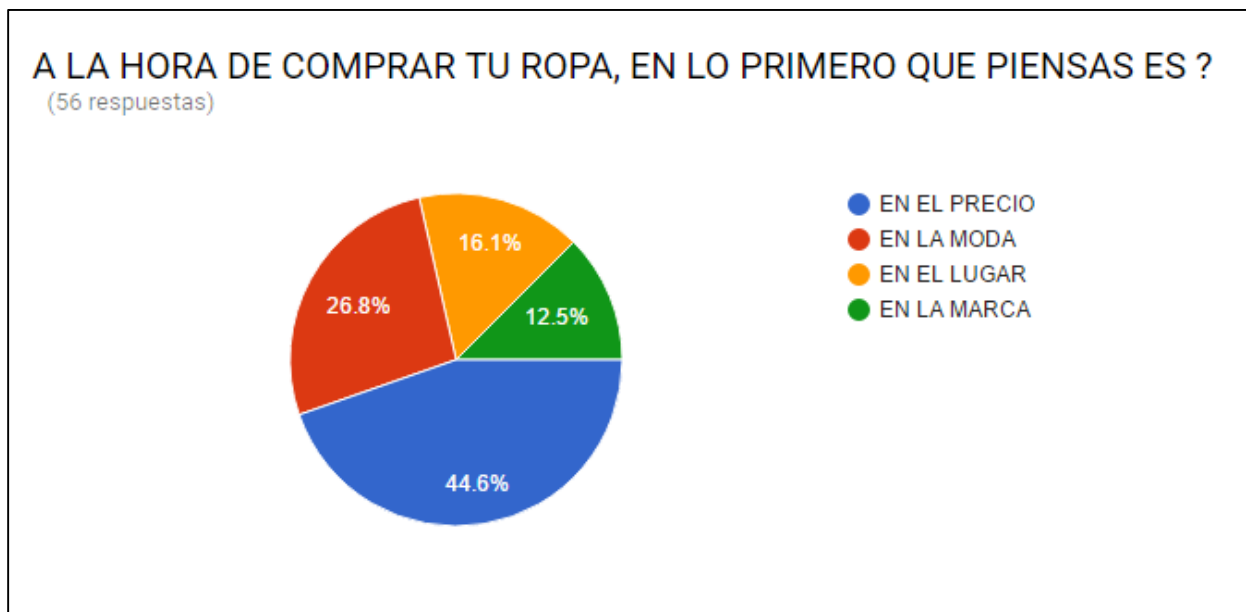


Figura 8. Encuesta pregunta dos. Fuente: Encuesta elaborada en Google Docs

3. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar su ropa?

Con la tercera pregunta analizamos que los centros comerciales son el lugar más visitado por la mujeres para comprar con un 69,6% y un 7.2 % los talleres de vestuario porcentaje bajo en comparación con el de los centros comerciales, adicional se debe tener en cuenta que la mayoría de ellos no tienen mucho mercadeo ni publicidad. Como recomendación y objetivo a largo plazo la empresa podría pensar en expandirse llegando a los principales centros comerciales de la ciudad y de esta manera lograr reconocimiento y el cumplimiento de las utilidades.

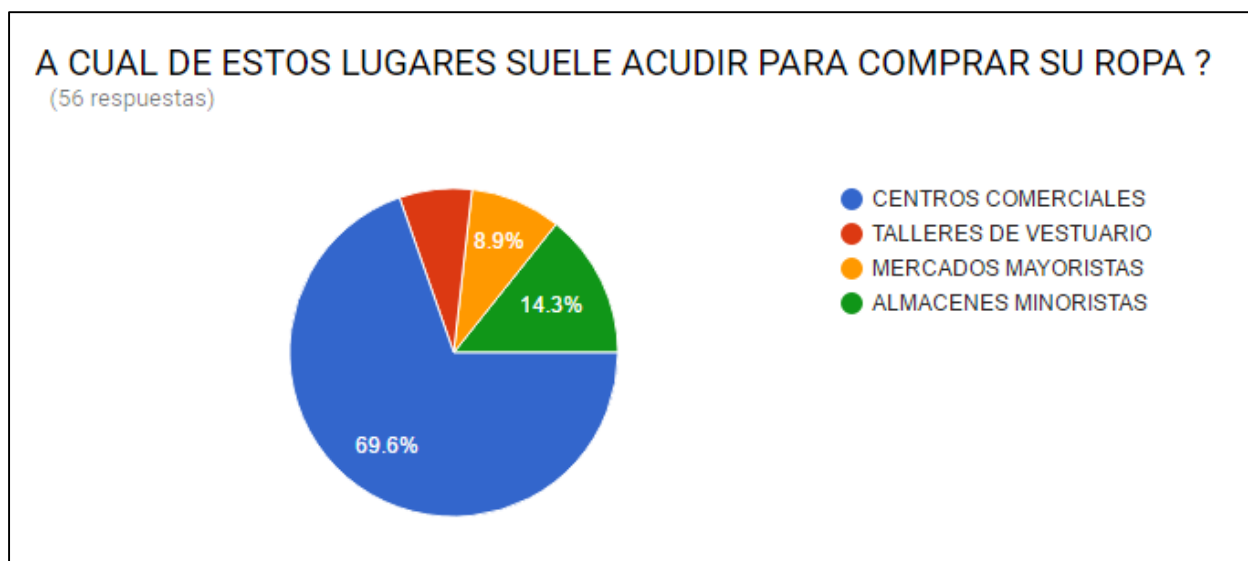


Figura 9. Encuesta pregunta tres. Fuente: Encuesta elaborada en Google Docs

4. ¿Con qué frecuencia compra su ropa?

La cuarta pregunta nos da como resultado que las mujeres prefieren comprar su ropa cada 6 meses, el porcentaje fue del 51,8% más de la mitad de las mujeres y un 5,4% compra anual, es decir tenemos una probabilidad de vender más en dos temporadas al año.

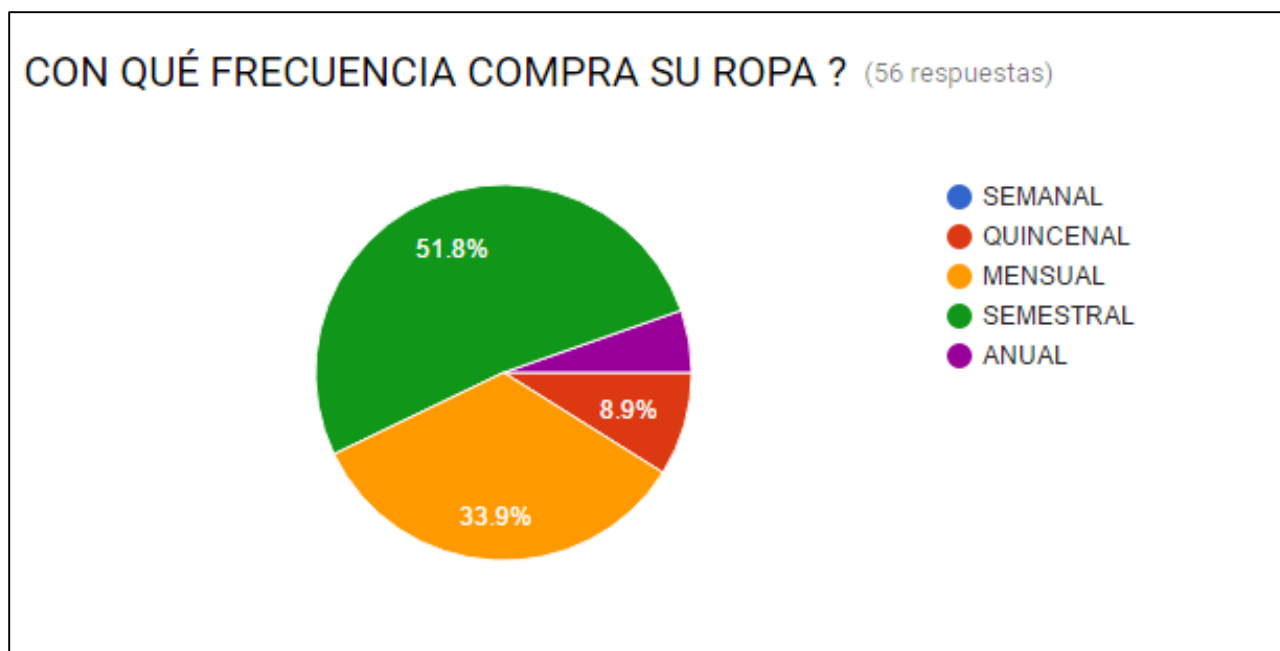


Figura 10. Encuesta pregunta cuatro. Fuente: Encuesta elaborada en Google Docs

5. ¿En promedio cuánto dinero destina en su ropa mensualmente?

La quinta pregunta hace referencia a cuánto dinero se gasta mensualmente, el 26,8% de mujeres compran ropa con precios promedios desde \$ 50.000 a \$100.000 y un 30,4 % no hace compras mensuales con una diferencia superior de 3,6%.

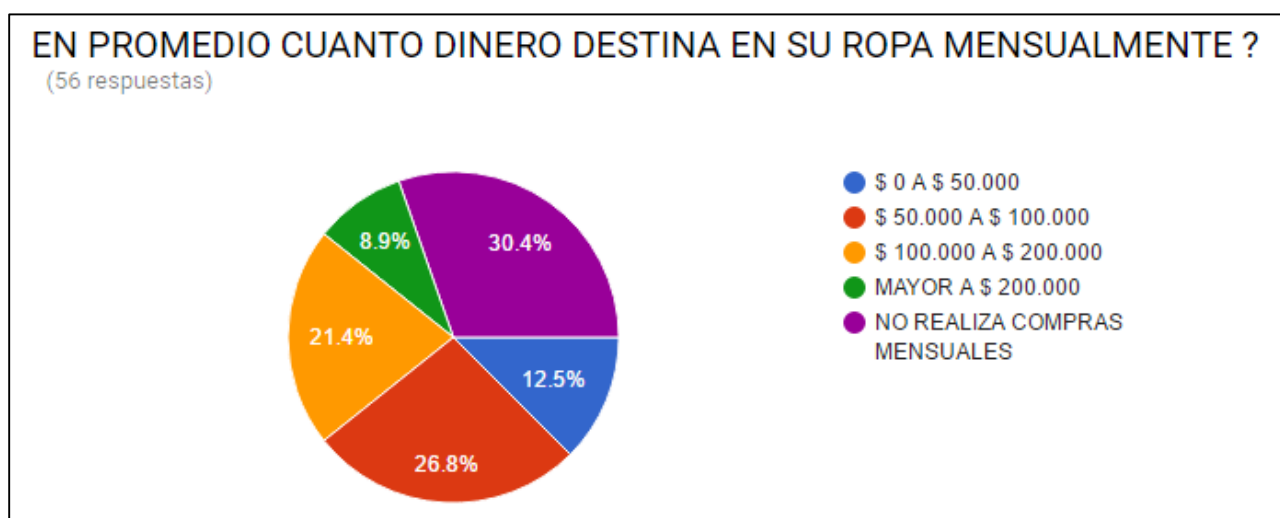


Figura 11. Encuesta pregunta cinco. Fuente: Encuesta elaborada en Google Docs

Conclusión General de la encuesta

Se identifica que la prenda que más se comercializaría y utilizarían nuestro servicio son los vestidos, debemos tener muy en cuenta el precio que daremos por cada prenda, por que las mujeres somos muy enfocadas en este tema, buscamos un muy buen precio con excelente calidad e innovación con un promedio de \$50.000 mil pesos a \$100.000 mil pesos informado en la encuesta; la temporada en el año, donde se generaría más utilidades por el tráfico de mujeres es cada 6 meses, es decir en las épocas de prima y vacaciones donde visitan con mayor frecuencia los centros comerciales, por lo tanto se deberá buscar un punto estratégico para hacer reconocimiento de la marca y de todos los productos que se pueden confeccionar a tu medida.

5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

5.1 Producción

5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio

Nuestros productos son elaborados con los más altos estándares de calidad, se diseñan y se entregan de acuerdo a las necesidades de cada cliente; sin embargo vamos a mostrar a continuación imágenes que se utilizan para que los clientes identifiquen lo que necesitan y le hagan los respectivos ajustes:

BLUSAS



Figura 12. Modelo Blusas uno. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Emprendedora, Vanidosa y Audaz Eva, 2015)



Figura 13. Modelos de blusas dos. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Emprendedora, Vanidosa y Audaz Eva, 2015) y (Megalindas, 2016)



Figura 14. Modelos de blusas tres. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Emprendedora, Vanidosa y Audaz Eva, 2015) y (Megalindas, 2016)

FALDAS



Figura 15. Modelos de Faldas uno. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Moda y novias.net, 2014) y (Cooltown, 2015)



Figura 16. Modelos de Faldas dos. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Moda y novias.net, 2014) (Cooltown, 2015)



Figura 17. Modelos de Faldas tres. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Moda y novias.net, 2014) (Cooltown, 2015).

CHAQUETAS



Figura 18. Modelos de Chaquetas uno. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Chevignon); (Comprar ok, 2013) (Moda y Femenina, 2015)



Figura 19. Modelos de Chaquetas dos. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Chevignon) (Comprar ok, 2013) (Moda y Femenina, 2015) (AliExpress, 2014)

VESTIDOS



Figura 20. Modelos de vestidos uno. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Linio) Y (Pinterest, 2014).



Figura 21. Modelos de vestidos dos. Fuente: Elaboración propia, diseños tomados de (Linio) (Pinterest, 2014).

5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción

El proceso de producción inicia con la entrega del diseño a los operarios, los cuales después de revisarlo lo pasan a corte y a producción, el proceso finaliza una vez se le ha

realizado la verificación de calidad y posteriormente es empacado. Cada uno de los operarios interviene en la fabricación del producto final.

5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo


En la siguiente grafica se explica los tipos de maquinaria y equipo que se utiliza:

TIPO DE MAQUINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PLANA	1	\$ 1.100.000,00	\$ 1.100.000,00
FILETEADORA	1	\$ 1.350.000,00	\$ 1.350.000,00
RECUBRIDORA	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
REMACHADORA	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
TOTAL			\$ 4.610.000,00

Tabla 11. Maquinaria. Fuente: Elaboración propia

Para la elección de las maquinas se solicitaron dos cotizaciones para revisar presupuesto y elegir la que mejor se adapte a las condiciones y necesidades de la empresa.

Cotización 1



ALMACEN YAMATA

Almacén YAMATA

NIT. 88.257.768-1
 TODO TIPO DE MAQUINAS DE COSER
 REPUESTOS - ACCESORIOS E INSUMOS PARA LA CONFECCIÓN

Nombre: VERONICA VELASQUEZ
 Cedula: 10128.483.195

MAQUINA	MOTOR NORMAL 3450RPM	MOTOR AHORRADOR
FILETEADORA FY757	1.250.000	1.380.000
PLANA FY8700	890.000	1.020.000
RECUBRIDORA FY31016	1.700.000	1.830.000

- Maquinas marca YAMATA
- Maquinas completas con mueble , motor y accesorios.
- Garantía por imperfecto de fabricación por 1 mes

Cualquier inquietud con gusto será atendida.

CORDIALMENTE
 MICHEL ARBOLEDA
 ALMACEN YAMATA
 514 1253-3207306183

DISTRIBUIDORES DIRECTOS DE:
 E-mail: bordadosanami@hotmail.com - Medellín - Colombia

YAMATA **Kaixuan** **FEIYA** **BOYELASER**
BORDADORAS

Cra 53 No. 49-47 - Local 178 - C. Comercial Shangai -Tel.: 514 3006 - 293 4367
 Telefax: 514 1253

Figura 22. Cotización Yamata Fuente: Solicitado en Almacén Yamata



ALMACEN YAMATA

Almacén YAMATA

NIT. 88.257.768-1

TODO TIPO DE MAQUINAS DE COSER

REPUESTOS - ACCESORIOS E INSUMOS PARA LA CONFECCIÓN



PLANA FY8700



DISTRIBUIDORES DIRECTOS DE:

E-mail: bordadosanami@hotmail.com - Medellín - Colombia

YAMATA **Kaixuan** **FEIYA** **BOVELASER**
BORDADORAS

Cra 53 No. 49-47 - Local 178 - C. Comercial Shangai - Tel.: 514 3006 - 293 4367
Telefax: 514 1253

Figura 23. Imágenes de maquinaria. Fuente: Solicitado en Almacén Yamata

Cotización 2



PARA MAQUINAS S.A.S

FECHA
CLIENTE
CEDULA
CIUDAD
TELEFONO

05/10/2016
VERONICA VELASQUEZ CORREO
1.128.483.195

NIT 900556076
TEL 4488172
DIRECCION CRA 53 49-47 LOCAL 158
ASESORES MARI A TERESA ESTRADA

PARAMAQUINAS@GMAIL.COM

COTIZACION

CANTIDAD	DESCRIPCION	MARCA	VALOR	TOTAL IVA INCLUIDO
1	MAQUINA PLANA MOTOR AHORRADOR	KINTER	1.100.000	1.100.000
1	MAQUINA FILETEADORA MOTOR AHORRADOR	KINTER	1.350.000	1.350.000
1	MAQUINA RECUBRIDORA MOTOR AHORRADOR	KINTER	2.000.000	2.000.000
1	MAQUINA REMACHADORA MANUAL		160.000	160.000

NOTA: TODAS LAS MAQUINAS TIENEN 1 AÑO DE GARANTIA, NO INCLUYEN TRANSPORTE, LA MAQUINARIA SE ENTREGA CALIBRADA DEPENDIENDO DEL TRABAJO A REALIZAR .
TODAS LAS MAQUINAS TRAEN SUS RESPECTIVOS ASESORIOS, LAMPARA Y SILLA EN CUERO.
LOS PRECIOS INCLUYEN IVA
COTIZACION VALIDA POR 1 MES

PARA MAQUINAS S.A.S
NIT. 900.556.076-0
Tel: 448 81 72

Figura 24. Cotización Para maquinas SAS. Fuente: Solicitado en Para maquinas SAS.

Dentro de las cotizaciones revisadas se va a elegir la de la empresa Paramaquinas, ya que ambas tienen precios de mercado muy parejos, sin embargo, la segunda opción tiene motores ahorradores de energía y la garantía es por un año lo que genera más respaldo para nuestra empresa, mientras que la primera opción es solo por un mes.

5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales

En la siguiente figura se muestra la materia prima, insumos y materiales que se utilizarán:

INSUMOS	CARACTERÍSTICAS				
	CANTIDAD	Observación	TAMAÑO	Medida	PRECIO ESTABLECIDO PARA COMPRAS VR UNIDAD O METROS
HILO	6	Conos por color (Se tendra un inventario de 20 colores)	200	Yardas	\$ 950
RESORTES	100	Mtrs por color (Se tendra un inventario de 2 colores)	1	Centimetros	\$ 375
	100	Mtrs (Se tendra un inventario de 2 colores)	0,5	Centimetros	\$ 275
	100	Mtrs (Se tendra un inventario de 2 colores)	0,2	Centimetros	\$ 150
BOTONES	36	Unidades de boton pavonado faldas	0,5	Centimetros	\$ 133
	36	Unidades de boton camisero (Se tendra un inventario de 6 colores)	0,5	Centimetros	\$ 125
	36	Unidades de boton camisero (Se tendra un inventario de 3 colores)	0,7	Centimetros	\$ 136
	36	Unidades de boton para chaqueta	0.6	Centimetros	\$ 195
CIERRES	6	Unidades de cierres Invisibles (Se tendra inventario de 3 colores)	5	Centimetros	\$ 740
	6	Unidades de cierres Invisibles (Se tendra inventario de 3 colores)	10	Centimetros	\$ 965
	6	Unidades de cierres Invisibles (Se tendra inventario de 3 colores)	20	Centimetros	\$ 1,450
	6	Unidades de cierres Invisibles (Se tendra inventario de 3 colores)	30	Centimetros	\$ 1,680
	6	Unidades de cierres Invisibles (Se tendra inventario de 3 colores)	50	Centimetros	\$ 1,730
	6	Unidades de cierres de nylon (Se tendra inventario de 3 colores)	5	Centimetros	\$ 650
	6	Unidades de cierres de nylon (Se tendra inventario de 3 colores)	10	Centimetros	\$ 855
	6	Unidades de cierres de nylon (Se tendra inventario de 3 colores)	20	Centimetros	\$ 1,230
	6	Unidades de cierres de nylon (Se tendra inventario de 3 colores)	30	Centimetros	\$ 1,540
	6	Unidades de cierres de nylon (Se tendra inventario de 3 colores)	50	Centimetros	\$ 1,650
BROCHES	36	Unidades de broches (Se tendra en inventario 3 colores)	0,4	Centimetros	\$ 155
	36	Unidades de broches (Se tendra en inventario 3 colores)	0,5	Centimetros	\$ 195
	36	Unidades de broches (Se tendra en inventario 3 colores)	0,7	Centimetros	\$ 240

Tabla 12. Costos insumos. Fuente: Elaboración propia, datos de precios recolectados en llamadas telefónicas.

MATERIALES	CARACTERÍSTICAS			
	CANTIDAD	Observación	TAMAÑO	PRECIO ESTABLECIDO PARA COMPRAS VR UNIDAD O
AJUGAS	48	Unidades Ref 1	Pequeñas	\$ 290
	48	Unidades Ref 2	Medianas	\$ 350
CARRETELES	48	Unidades	unico	\$ 250
TIJERAS	15	Unidades de tijeras industriales	Grande	\$ 16,500
	10	Unidades de tijeras industriales	Mediana	\$ 13,800
PULIDORA	10	Unidades	Grande	\$ 2,400
	10	Unidades	Mediana	\$ 2,200
METRO	10	Unidades	Unico	\$ 450
ALFILERES	72	Unidades	Unico	\$ 150
ACEITE INDUSTRIAL	10	Botellas	1000 ml	\$ 8,500

Tabla 13. Costos materiales. Fuente: Elaboración propia, datos de precios recolectados en llamadas telefónicas.

5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)

Operarios

Perfil

Madres cabeza de familia, responsables en la realización de sus funciones, disciplinadas y con actitudes para trabajar en equipo para lograr de manera eficaz y eficiente la entrega de los productos en los tiempos establecidos. Debe tener experiencia en el manejo de máquinas de confección.

Funciones

- Realizar el corte de las prendas para confeccionar con las indicaciones entregadas.
- Seguir los lineamientos del manual de calidad.
- Diligenciar los formularios de control de producción.
- Informar de manera inmediata si se presenta alguna novedad con el funcionamiento de la maquinaria, equipo, insumos, materia prima y materiales de trabajo.
- Entregar las prendas confeccionadas en el tiempo establecido e informar al superior de cualquier acontecimiento que pueda generar retrasos y reprocesos.

5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo

Distribución espacial

Se realiza la siguiente gráfica de distribución de manera tentativa, el lugar en donde funcione la empresa debe tener los espacios y áreas con condiciones similares a las de la ilustración.



Figura 25. Distribución espacial. Fuente: Elaboración propia

Requerimientos de área de trabajo

- Planta de producción

Es un área dedicada al almacenamiento de materiales, insumos, materia prima. Se requieren en el espacio de la planta de producción: mesa para corte, sillas ergonómicas, estantería para implementos de uso inmediato, bombillas led ahorradoras de energía de luz blanca; adicional dicho espacio deben tener buena ventilación para mantener condiciones óptimas laborables para los operarios.

- Cuarto útil

Es el área dedicada al almacenamiento de los materiales, insumos y materia prima Para el cuarto útil se requiere; estanterías plásticas, bombillas led ahorradoras de energía de luz blanca; adicional dicho espacio deben tener buena ventilación para la conservación de los insumos, materiales y materia prima.

5.2 Localización

El lugar debe estar ubicado en la zona centro del municipio de Copacabana, el lugar debe ser comercial, transitado y concurrido.

5.2.1 Factores de localización

- Tipo de población
- El tráfico peatonal
- Competencia
- Accesibilidad

- Espacio exterior para la adecuación de publicidad
- Servicios públicos
- Estacionamiento
- Visibilidad
- Valor arriendo

5.2.2 Métodos de evaluación

Para escoger el lugar vamos a dar una calificación de uno (1) a cinco (5) cada factor de localización, al final se suma la puntuación total de cada lugar y según la tabla 11 se puede tomar la decisión para la elección del lugar.

Puntos	Resultado
35 -28	Se puede elegir
27 - 21	Se debe revisar los item con menor puntuación
21 - 0	No se debe elegir

Tabla 14. Resultado método de evaluación. Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Macro localización

El mercado nacional en la industria de la moda ha incrementado notablemente los niveles de consumo, Medellín es una de las ciudades más importantes en torno a la industria de la confección y moda, tenemos un mercado bastante competitivo que hará que las estrategias de negocio sean cada vez más importantes para el posicionamiento de la empresa, el mercado es

amplio y con una perspectiva global, las empresas cada día están en busca de los mercados internacionales, la innovación y la tecnología.

5.2.4 Micro localización

El municipio de Copacabana cuenta con pocos negocios que ofrezcan este tipo de productos, la ubicación elegida debe ser estratégica y contener los factores de éxito necesarios para entregar buenas propuestas y llegar a los clientes con diseños creativos y únicos. El mercado al que se enfrentara es exigente y tendrá que enfrentarse a nuevos retos para lograr la expansión a municipios aledaños.

5.3 Capacidad de Producción

PRODUCTO	TIEMPO DE ENTREGA DEL PRODUCTO FINAL	OBSERVACIONES
BLUSAS	3 días hábiles	Los tiempos se estiman sobre los modelos basicos presentados, dependiendo de las modificaciones se podra extender la entrega de cada pedido
FALDAS	3 días hábiles	
CHAQUETAS	4 días hábiles	
VESTIDOS	4 días hábiles	

Tabla 15. Capacidad de producción óptima. Fuente: Elaboración propia

Los tiempos se estiman sobre los modelos básicos presentados, dependiendo de las modificaciones se podrá extender la entrega de cada pedido.

5.4 Plan de Producción

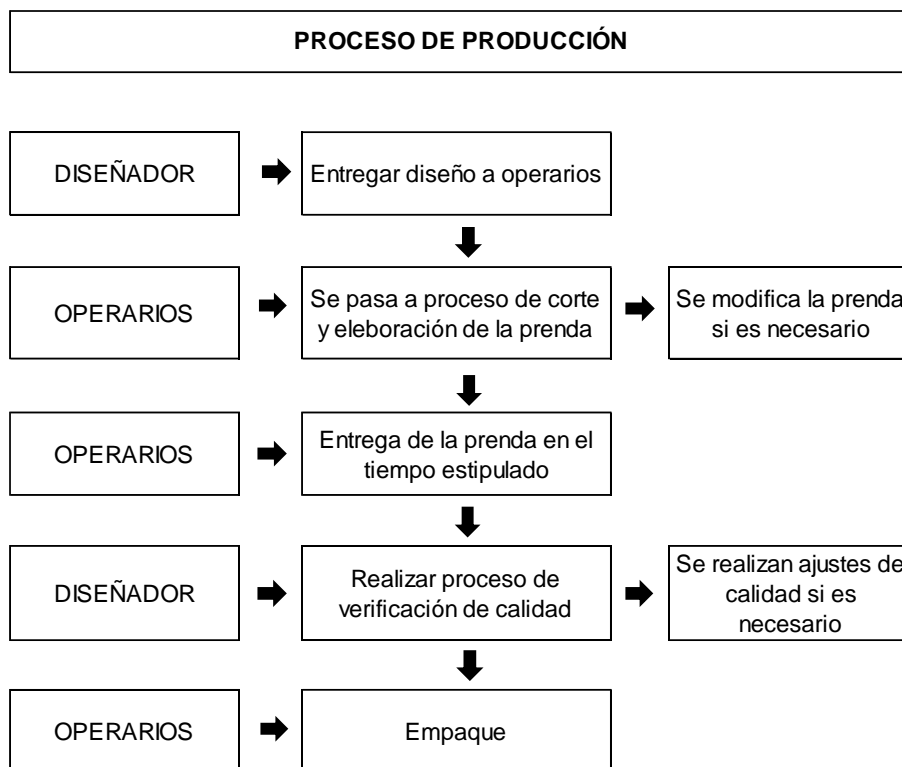


Figura 26. Proceso de producción. Fuente: Elaboración propia.

6. Análisis Organizacional y Legal

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal.

La gerente de la empresa se encargara de realizar el proceso de selección, reclutamiento y se maneja el personal. En el proceso de selección y reclutamiento inicia con el envío de la hoja de vida, se realiza una prueba escrita de conocimientos técnicos, también se realiza una prueba

práctica donde se toman los tiempos, se revisa la calidad del trabajo y se califica la eficiencia confeccionando una prenda.

En el manejo de personal siempre se tiene en cuenta los parámetros de la salud ocupacional, se da prioridad al acompañamiento en las calamidades familiares de los empleados, tratamos que los conflictos interpersonales no lleguen a alto grado y que se siga siempre los conductos regulares, continuamente aportamos al mejoramiento del personal, analizando posibles mejoras que puedan corregir para la prevención de problemáticas que puedan presentarse. Una vez al mes se realiza una integración en horas labores para crear un buen ambiente laboral incentivando la eficiencia y eficacia de los trabajadores en cada uno de sus cargos.

6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)

El gerente junto a la secretaria serán los encargados de llevar a cabo todos los procesos contables, de pedidos y facturación, así mismo el pago de nómina, proveedores y servicios públicos.

Se encargaran de llevar la contabilidad, realiza la facturación y recibe el dinero, la secretaria será la encargada de ingresar los pedidos de los clientes y de estar pendiente de las fechas de entrega.

Para tener un mejor control contable y de inventario se va a comprar una aplicación web la cual permitirá lo siguiente: Control de usuarios, registro de productos, orden de compra, facturación, estado de pedido.

Las siguientes figuras son de la aplicación web:

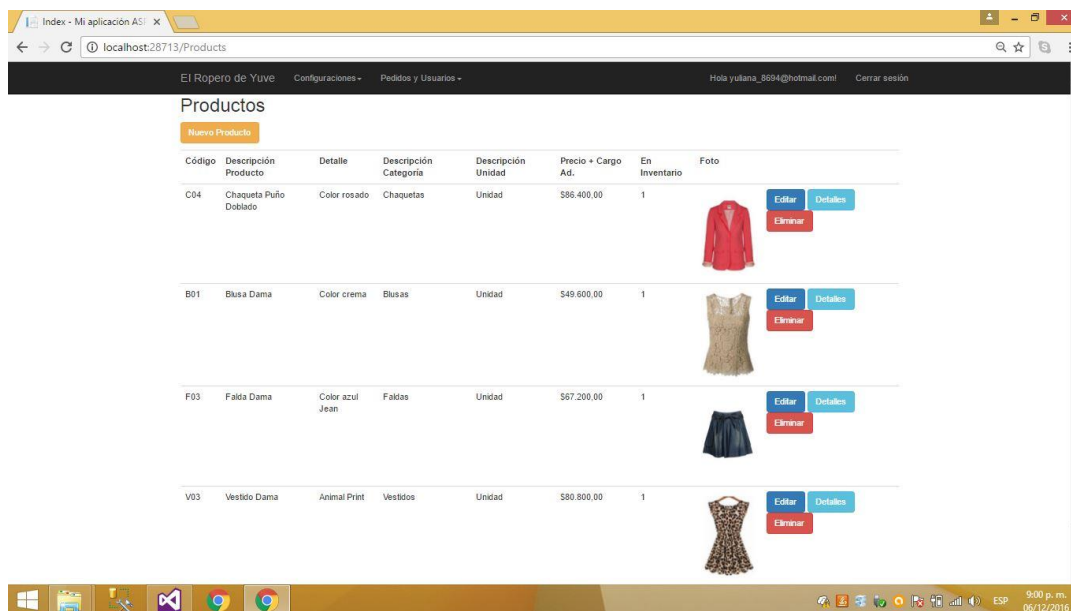


Figura 27. Creación de productos. Fuente: Elaboración propia.

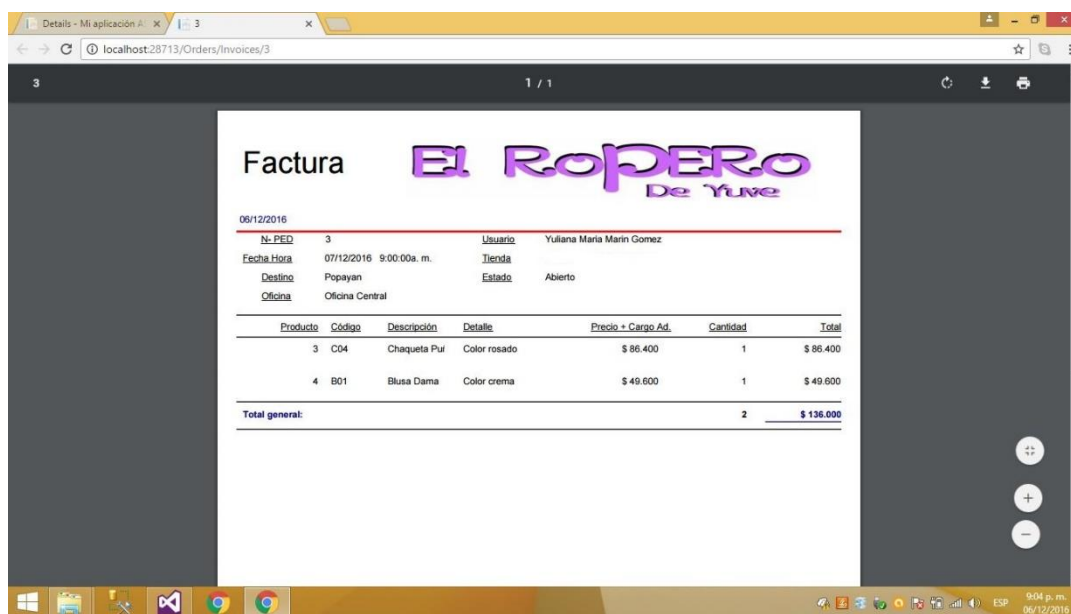


Figura 28. Orden de compra. Fuente: Elaboración propia.

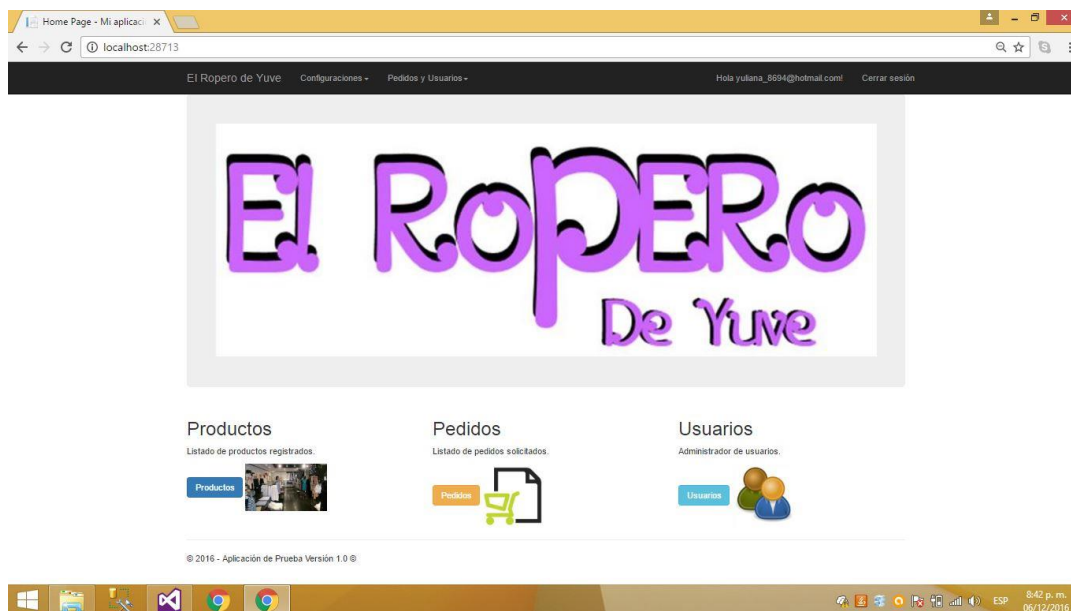


Figura 29. Aplicación Web. Fuente: Elaboración propia.

En el programa Excel se tendrá la base de datos de los empleados con la información personal y de ubicación, con la asignación salarial y los pagos realizados de nómina y se maneja el balance general y estado de pérdidas y ganancias.

6.1.3 Procesos de Logística (almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)

La materia prima, insumos y materiales que se tengan, se guardan en el cuarto de útil, una vez se descargan en el sistema. La supervisora de la planta de operarios será la encargada de llevar control de ello. La empresa no maneja volúmenes de inventarios grandes.

Una vez confeccionada la prenda se informará a la secretaria para que actualice el estado del pedido en el sistema y se comunique con el cliente para que se indique donde se entrega la prenda.

6.1.4 Procesos Propios y Externos

La empresa tendrá como procesos propios la confección para desarrollo de su actividad principal, realizara el diseño, corte, confección y terminación de prendas; como proceso externo solo contara con la tercerización de empresas de mensajería den el caso que así se requiera.

6.1.5 Estructura Organizacional (organigrama)

El tipo de organigrama inicialmente diseñado será lineal, las decisiones las tomara el gerente, en este caso la diseñadora de modas, la cual asignara las funciones y tiene la responsabilidad principal sobre la empresa; este tipo de organigrama genera mayor facilidad a la hora de tomar decisiones y además sería muy fácil de aplicar ya que es una pequeña empresa, sin embargo, también tiene sus desventajas ya que una solo persona es la que está al mando. Una vez la empresa inicie su crecimiento y expansión el organigrama podrá ser modificado.

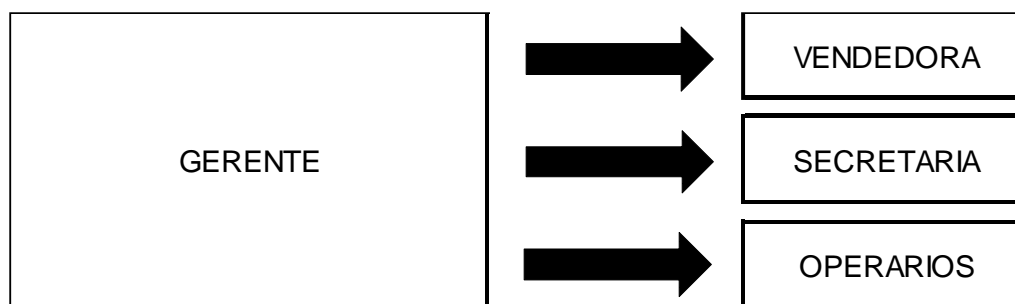


Figura 30. Organigrama. Fuente: Elaboración propia.

6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)

Diseñadora de modas

Perfil

Profesional del diseño de modas con conocimiento en el área administrativa, que tenga visión de negocio, con liderazgo, capaz de trabajar en equipo, con comunicación asertiva y eficiente en la creación de estrategias que conlleven al crecimiento de la empresa. Debe ser una persona integral ya que se debe de encargar de la parte gerencial, administrativa y la operación del negocio como tal.

Funciones

- Ejercer como representante legal de la empresa y participar en los eventos y reuniones.
- Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, el trabajo de la empresa.
- Garantizar el cumplimiento de las normas y funciones por parte de los demás empleados.
- Contratar al personal adecuado para cada uno de los procesos de la empresa.
- Estar pendiente de los reportes financieros asegurando el crecimiento de la empresa con respecto a las utilidades.
- Realizar planes estratégicos que conlleve con logro de los resultados propuestos.
- Realizar alianzas estratégicas con proveedores.
- Estar pendiente de cada uno de los negocios cerrados, para garantizar la adecuada atención y la fidelización de los clientes.
- Estar en constante actualización con las tendencias de modas para diseñar prendas de vestir con estilos innovadores.

Vendedor

Perfil

Persona hombre o mujer, bachiller con o sin experiencia, entregada al servicio al cliente, con actitud positiva para las ventas, buena comunicación y capaz de trabajar en equipo.

Funciones

- Establecer relaciones entre cliente y empresa logrando la fidelización y relación a largo plazo.
- Cumplir metas mensuales establecidas en el presupuesto de ventas anual.
- Atender con una actitud positiva las llamadas y a los visitantes.
- Ofrecer el portafolio de productos y lograr ventas cruzadas.
- Visitar los clientes en los domicilios para entregar cotizaciones y cerrar oportunamente los negocios.
- Mantener actualizado el portafolio de productos y prendas muestras para facilitar la elección de nuestros clientes.

6.1.7 Requerimientos de materiales

Se requiere los siguientes elementos para el área administrativa:

- Lapiceros
- Marcadores
- Resaltadores
- Cuadernos
- Reglas
- Hojas de papel bond

- Calculadora
- Tijeras
- Perforadora
- Grapadora
- Sobres

6.1.8 Requerimientos de tecnología

Se requiere los siguientes elementos para el área administrativa:

- Un (1) computador
- Teléfono
- Escáner
- Impresora

6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura

- Escritorio
- Sillas de espera
- Sofá de espera
- Mesa de atención
- Espejo

6.2 Aspectos Legales

Se va a constituir una empresa con las características de una sociedad por acciones simplificada S.A.S. y será debidamente registrada ante cámara de comercio.

Cada empleado tendrá un contrato indefinido de trabajo con la respectiva asignación salarial, el salario incrementara de acuerdo al incremento anual del salario mínimo en Colombia.

6.2.1 Tipo de organización empresarial

Se va a constituir una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. ya que tienen muchas ventajas por la facilidad en su constitución, sus costos son bajos, no se necesita revisor fiscal, no es obligatoria la creación de una junta directiva, es aconsejable para negocios familiares, se adapta a cualquier modificación, reforma o cualquier cambio que se presente en la empresa, por lo tanto se escogió este tipo de sociedad.

6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa

1. Elaborar documento privado.
2. Diligenciar los formularios de matrícula
3. Sacar el Registro Único Tributario RUT
4. Diligenciar y firmar el anexo DIAN-SM,
5. Pagar el impuesto de registro
6. Pagar los derecho de registro

6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales

Los costos generados por los asuntos legales corresponden a \$441.000 pagados en cámara y comercio por registro de la empresa según los activos (\$50.000.000), los demás gastos corresponde a formularios y a la escrituración del documento privado en una notaría. (CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN, 2016)

RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFA	TARIFA
En salarios mínimos		En pesos		% S.M.M.L.V	En \$
Mayor a	Menor o igual	Mayor a	Menor o igual		
0	2	0	1.378.910	5,24	36.000
2	4	1.378.910	2.757.820	7,34	51.000
4	5	2.757.820	3.447.275	9,79	67.000
5	7	3.447.275	4.826.185	10,84	75.000
7	9	4.826.185	6.205.095	12,94	89.000
9	11	6.205.095	7.584.005	14,68	101.000
11	12	7.584.005	8.273.460	16,08	111.000
12	14	8.273.460	9.652.370	17,83	123.000
14	16	9.652.370	11.031.280	20,28	140.000
16	18	11.031.280	12.410.190	22,38	154.000
18	19	12.410.190	13.099.645	23,78	164.000
19	21	13.099.645	14.478.555	25,52	176.000
21	23	14.478.555	15.857.465	26,92	186.000
23	25	15.857.465	17.236.375	28,67	198.000
25	26	17.236.375	17.925.830	30,77	212.000
26	28	17.925.830	19.304.740	31,82	219.000
28	30	19.304.740	20.683.650	33,57	231.000
30	31	20.683.650	21.373.105	35,66	246.000
31	33	21.373.105	22.752.015	37,41	258.000
33	35	22.752.015	24.130.925	38,81	268.000
35	52	24.130.925	35.851.660	45,45	313.000
52	70	35.851.660	48.261.850	54,54	376.000
70	87	48.261.850	59.982.585	63,99	441.000

Figura 31. Costos cámara de comercio. Fuente: (CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN, 2016)

7. Análisis Financiero

7.1 Estructura Financiera del Proyecto

ESTRUCTURA FINANCIERA		
ACTIVOS	PASIVO + PATRIMONIO	
\$ 50,000,000.00	\$ 20,000,000.00	\$ 30,000,000.00

Tabla 16. Estructura financiera. Fuente: Elaboración propia.

La estructura financiera de la empresa estará conformada en activo por \$50.000.000, en pasivos por \$20.000.000 los cuales serán financiados por el Banco de Bogotá por crédito de libre inversión y el patrimonio será \$30.000.000 de capital suscrito y pagado correspondiente a aportes con recursos propios de los socios de la empresa.

7.2 Recursos Propios

Los recursos propios son \$30.000.000 millones aportados por los socios de la empresa en partes iguales.

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Se revisaron diferentes tasas en varias entidades financieras y la más baja para apalancar la empresa es la del Banco de Bogotá, en donde por un crédito de libre inversión a 60 meses (cinco años) vamos a pagar los siguientes conceptos mensualmente a una tasa del 28,77 E.A, el valor de la cuota mensual es de \$648.872.

7.4 Calendario de Ingresos del Proyecto

La empresa proyecta sus ingresos con un crecimiento en ventas del 12% para el segundo año, el 17% para el tercer año, el 15% para el cuarto año y del 10% para el quinto año, según políticas establecidas. En el primer año se tendría unos ingresos por ventas de \$167.761.600 millones de pesos y según las proyecciones realizadas al quinto año de funcionamiento se obtendrían \$278.091.023 millones de pesos por ingresos.

PROYECCIÓN DE CALENDARIO DE INGRESOS (ventas)					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas	\$ 30,454,400	\$ 34,108,928	\$ 39,907,446	\$ 45,893,563	\$ 50,482,919
Vestidos	\$ 44,763,200	\$ 50,134,784	\$ 58,657,697	\$ 67,456,352	\$ 74,201,987
Faldas	\$ 45,024,000	\$ 50,426,880	\$ 58,999,450	\$ 67,849,367	\$ 74,634,304
Chaquetas	\$ 47,520,000	\$ 53,222,400	\$ 62,270,208	\$ 71,610,739	\$ 78,771,813
TOTAL	\$ 167,761,600	\$ 187,892,992	\$ 219,834,801	\$ 252,810,021	\$ 278,091,023

Tabla 17. Calendario de ingresos. Fuente: Elaboración propia.

7.5 Inversiones del Proyecto

7.5.1 Inversiones en Activos Fijos

Los activos fijos estarán conformados por las máquinas para confección, se invertirá en una máquina plana, una fileteadora, una recubridora y una remachadora; toda la maquinaria utilizada es con motor ahorrador de energía.

VALOR MAQUINARIA		
TIPO DE MAQUINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
PLANA	1	\$ 1,100,000.00
FILETEADORA	1	\$ 1,350,000.00
RECUBRIDORA	1	\$ 2,000,000.00
REMACHADORA	1	\$ 160,000.00
	TOTAL	\$ 4,610,000.00

Tabla 18. Maquinaria. Fuente: Elaboración propia.

La depreciación de la maquinaria será de \$461.000 mil pesos por año lo que quiere decir que en el año cinco la empresa tendrá una depreciación acumulada por un valor de \$2.305.000.

DEPRECIACIÓN						
Activos fijos	\$ 4,610,000	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación (Años)	\$ 10	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000
Depreciacion acumulada		\$ 461,000	\$ 922,000	\$ 1,383,000	\$ 1,844,000	\$ 2,305,000

Tabla 19. Depreciación. Fuente: Elaboración propia.

7.5.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos

Dentro de los gastos preoperativos está la remodelación del local para lo cual se tendrá un presupuesto de \$1.000.000 de pesos para pintura y adecuaciones para implementos de trabajo y los gastos de tramitación ante cámara de comercio \$ 620.000 mil pesos que incluye la inscripción por valor de \$376.000 mil pesos y lo demás de gastos notariales y de registro.

7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo

La inversión inicial de mi empresa será de \$50.000.000 millones de pesos, para los siguientes años el capital de trabajo neto solo será con saldo positivo en los años uno, cuatro y

cinco debido a que los costos y los gastos son mayores a mis ingresos por lo tanto la utilidad neta es negativa lo que genera un capital de trabajo negativo para los años dos y tres.

Adicionalmente la empresa no tiene inventarios, cuentas por pagar y por cobrar, el capital de trabajo neto solo será mi disponible en caja.

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISPONIBLE	\$ 50.000.000	\$ 4.722.646	-\$ 17.939.901	-\$ 15.510.737	\$ 12.484.490	\$ 50.243.644

Tabla 20. Capital de trabajo. Fuente: Elaboración propia.

7.5.4 Calendario de Inversiones

La empresa tendrá una inversión inicial de \$4.610.000 mil pesos por concepto de maquinaria y equipo para el desarrollo de su actividad comercial, no se tiene calendario de inversiones ya que será la única realizada en las proyecciones a cinco años.

7.6 Costos y Gastos

7.6.1 Costos Variables

La materia prima, insumos y materiales hacen parte de los costos variables, ya que la demanda puede variar a la proyectada, los costos fueron sacados según el valor ponderado de los materiales y estimamos que el margen de ganancia sea del 60% para sacar el valor del precio de venta.

COSTOS POR UNIDAD DE PRODUCTO			
PRODUCTOS	COSTO DE MATERIA PRIMA, INSUMOS Y MATERIALES	MARGÉN ESTIMADO DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA
Blusas	\$ 31.000,00	\$ 18.600,00	\$ 49.600,00
Vestidos	\$ 50.500,00	\$ 30.300,00	\$ 80.800,00
Faldas	\$ 42.000,00	\$ 25.200,00	\$ 67.200,00
Chaquetas	\$ 54.000,00	\$ 32.400,00	\$ 86.400,00

Tabla 21. Costos por unidad. Fuente: Elaboración propia.

Según la demanda del sector textil y de la confección y los datos de las prendas vendidas en el año anterior la cual fue de 12 billones de pesos en compras y la capacidad de producción proyectamos el número de prendas que se espera vender en cada año, aumentado con los mismos porcentajes del aumento de los ingresos: 12%, 17%, 15%, y un 10%. Para el primer año aproximadamente se venderán 199 prendas, lo que equivale a 7 prendas diarias aproximadamente.

PROYECCIÓN UNIDADES VENDIDAS POR AÑO					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas	614	688	805	925	1.018
Faldas	554	620	726	835	918
Vestidos	670	750	878	1.010	1.111
Chaquetas	550	616	721	829	912
TOTAL	2.388	2.675	3.129	3.599	3.958

Tabla 22. Unidades vendidas. Fuente: Elaboración propia.

Los costos los calculamos con el número de prendas proyectadas a vender más el costo de cada una de ellas, para el primer año el valor de los costos fue de \$104.851.000

Los costos están proyectados con el aumento del índice de precios al consumidor (IPC) que para el año dos tendrá un aumento según proyecciones del 3,9%, año tres 3,5% años cuatro 3,7% y año cinco 3,4%. (BANCOLOMBIA, 2016)

PROYECCIÓN DE CALENDARIO DE COSTOS DE VENTAS					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas	\$ 19.034.000	\$ 19.776.326	\$ 20.468.497	\$ 21.205.363	\$ 21.926.346
Faldas	\$ 27.977.000	\$ 29.068.103	\$ 30.085.487	\$ 31.168.564	\$ 32.228.295
Vestidos	\$ 28.140.000	\$ 29.237.460	\$ 30.260.771	\$ 31.350.159	\$ 32.416.064
Chaquetas	\$ 29.700.000	\$ 30.858.300	\$ 31.938.341	\$ 33.088.121	\$ 34.213.117
TOTAL	\$ 104.851.000	\$ 108.940.189	\$ 112.753.096	\$ 116.812.207	\$ 120.783.822

Tabla 23. Calendario de costos. Fuente: Elaboración propia.

7.6.2 Costos Fijos

El arriendo del local que se va a conseguir debe ser por valor de \$650.000 mil pesos o menor a este, los servicios de la zona aproximadamente llagan por valor de \$400.000 mil pesos.

COSTOS FIJOS MENSUALES	
Servicios publicos	\$ 400,000
Arriendo	\$ 650,000
TOTAL MENSUAL	\$ 1,050,000
TOTAL ANUAL	\$ 12,600,000

Tabla 24. Costos fijos mensuales. Fuente: Elaboración propia.

COSTOS FIJOS PROYECTADOS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 12,600,000	\$ 12,789,000	\$ 13,044,780	\$ 13,436,123	\$ 13,973,568

Tabla 25. Costos fijos anuales. Fuente: Elaboración propia.

7.6.3 Gastos Administrativos y Legales

La empresa tendrá siete trabajadores, en la siguiente tabla se muestra la información de los gastos de nómina. En el año en total se pagara \$73.661.490.

SALARIOS				
CARGO	Gerente	Vendedor (a)	Secretaria	Operarios
CANTIDAD	1	1	1	4
SALARIO MENSUAL	\$ 1,200,000	\$ 689,455	\$ 689,455	\$ 689,455
SALARIO ANUAL	\$ 14,400,000	\$ 8,273,460	\$ 8,273,460	\$ 8,273,460
PRIMA	\$ 1,200,000	\$ 689,455	\$ 689,455	\$ 689,455
VACACIONES	\$ 600,000	\$ 345,000	\$ 345,000	\$ 345,000
PENSIONES (12%)	\$ 144,000	\$ 83,000	\$ 83,000	\$ 83,000
SALUD (8,5%)	\$ 102,000	\$ 59,000	\$ 59,000	\$ 59,000
ARL	\$ 6,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000
C.C.F	\$ 48,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 28,000
I.C.B.F	\$ 36,000	\$ 21,000	\$ 21,000	\$ 21,000
SENA	\$ 24,000	\$ 14,000	\$ 14,000	\$ 14,000
TOTAL	\$ 16,560,000	\$ 9,516,915	\$ 9,516,915	\$ 38,067,660
				\$ 73,661,490

Tabla 26. Salarios. Fuente: Elaboración propia.

7.6.4 Gastos de ventas

Los gastos en ventas están distribuidos en publicidad y el valor agregado de nuestro producto, para el primer año se tendrá un presupuesto de \$2.000.000 millones de pesos para el valor agregado, cada fragancia tiene un valor de \$800 pesos por unidad.

GASTOS DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de ventas publicidad	\$ 1.400.000	\$ 1.454.600	\$1.505.511	\$ 1.559.709	\$ 1.612.740
Gastos de ventas valor agregado	\$ 2.000.000	\$ 2.040.000	\$2.080.800	\$ 2.122.416	\$ 2.164.864
TOTAL	\$ 3.400.000	\$ 3.494.600	\$3.586.311	\$ 3.682.125	\$ 3.777.604

Tabla 27. Gastos de ventas. Fuente: Elaboración propia.

PUBLICIDAD	PRESUPUESTO INICIAL
Volantes	\$ 300.000
Volantes para promociones y descuentos	\$ 400.000
Brochure	\$ 200.000
Tarjetas de presentación	\$ 200.000
Pasacalles	\$ 200.000
Redes sociales	\$ 100.000
TOTAL	\$ 1.400.000

Tabla 28. Presupuesto publicidad. Fuente: Elaboración propia.

7.6.5 Gastos de distribución

No aplica ya que la empresa no tendrá distribución de sus productos.

7.6.6 Gastos financieros

Por crédito de libre inversión solicitado en el Banco de Bogotá los siguientes valores son los que se pagaran anualmente discriminados en las siguientes tablas a capital y costo financiero.

GASTOS FINANCIEROS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
Gastos financieros intereses	\$ 5,694,244	\$ 5,006,239	\$ 4,091,994	\$ 2,877,110	\$ 1,262,725
Gastos financieros capital	\$ 2,092,220	\$ 2,780,223	\$ 3,694,468	\$ 4,909,352	\$ 6,523,736
TOTAL	\$ 7,786,462	\$ 7,786,462	\$ 7,786,462	\$ 7,786,462	\$ 7,786,462

Tabla 29. Gastos financieros anuales. Fuente: Elaboración propia.

	INTERES	CAPITAL
AÑO 1	\$ 5,694,244	\$ 2,092,220
AÑO 2	\$ 5,006,239	\$ 2,780,223
AÑO 3	\$ 4,091,994	\$ 3,694,468
AÑO 4	\$ 2,877,110	\$ 4,909,352
AÑO5	\$ 1,262,725	\$ 6,523,736
TOTAL	\$ 18,932,311	\$ 20,000,000

Tabla 30. Gastos financieros totales. Fuente: Elaboración propia.

Periodo	Fecha	Amortización Capital	Interés	Seguro de Vida, Papelería, timbre	VR. Total Cuota	Saldo a Capital	Saldo Prima del Seguro
0	dic-16	-	-	367	0,00	20.000.000	3.273.037
1	ene-17	152.540	479.500	16.832	648.871,82	19.847.460	3.273.037
2	feb-17	156.197	475.843	16.832	648.871,82	19.691.263	3.273.037
3	mar-17	159.942	472.098	16.832	648.871,82	19.531.321	3.273.037
4	abr-17	163.776	468.263	16.832	648.871,82	19.367.545	3.273.037
5	may-17	167.703	464.337	16.832	648.871,82	19.199.842	3.273.037
6	jun-17	171.724	460.316	16.832	648.871,82	19.028.119	3.273.037
7	jul-17	175.841	456.199	16.832	648.871,82	18.852.278	3.273.037
8	ago-17	180.056	451.983	16.832	648.871,82	18.672.221	3.273.037
9	sep-17	184.373	447.667	16.832	648.871,82	18.487.848	3.273.037
10	oct-17	188.794	443.246	16.832	648.871,82	18.299.054	3.273.037
11	nov-17	193.320	438.720	16.832	648.871,82	18.105.734	3.273.037
12	dic-17	197.955	434.085	16.832	648.871,82	17.907.780	3.273.037
13	ene-18	202.701	429.339	16.832	648.871,82	17.705.079	3.273.037
14	feb-18	207.561	424.479	16.832	648.871,82	17.497.518	3.273.037
15	mar-18	212.537	419.503	16.832	648.871,82	17.284.981	3.273.037
16	abr-18	217.632	414.407	16.832	648.871,82	17.067.349	3.273.037
17	may-18	222.850	409.190	16.832	648.871,82	16.844.499	3.273.037
18	jun-18	228.193	403.847	16.832	648.871,82	16.616.306	3.273.037
19	jul-18	233.664	398.376	16.832	648.871,82	16.382.642	3.273.037
20	ago-18	239.266	392.774	16.832	648.871,82	16.143.376	3.273.037
21	sep-18	245.002	387.037	16.832	648.871,82	15.898.374	3.273.037
22	oct-18	250.876	381.164	16.832	648.871,82	15.647.497	3.273.037
23	nov-18	256.891	375.149	16.832	648.871,82	15.390.606	3.273.037
24	dic-18	263.050	368.990	16.832	648.871,82	15.127.556	3.273.037
25	ene-19	269.357	362.683	16.832	648.871,82	14.858.200	3.273.037
26	feb-19	275.814	356.225	16.832	648.871,82	14.582.385	3.273.037
27	mar-19	282.427	349.613	16.832	648.871,82	14.299.958	3.273.037
28	abr-19	289.198	342.841	16.832	648.871,82	14.010.760	3.273.037
29	may-19	296.132	335.908	16.832	648.871,82	13.714.628	3.273.037
30	jun-19	303.232	328.808	16.832	648.871,82	13.411.396	3.273.037
31	jul-19	310.502	321.538	16.832	648.871,82	13.100.895	3.273.037
32	ago-19	317.946	314.094	16.832	648.871,82	12.782.949	3.273.037
33	sep-19	325.569	306.471	16.832	648.871,82	12.457.380	3.273.037
34	oct-19	333.374	298.666	16.832	648.871,82	12.124.006	3.273.037
35	nov-19	341.367	290.673	16.832	648.871,82	11.782.639	3.273.037
36	dic-19	349.551	282.489	16.832	648.871,82	11.433.088	3.273.037
37	ene-20	357.932	274.108	16.832	648.871,82	11.075.157	3.273.037
38	feb-20	366.513	265.527	16.832	648.871,82	10.708.644	3.273.037
39	mar-20	375.300	256.740	16.832	648.871,82	10.333.344	3.273.037
40	abr-20	384.298	247.742	16.832	648.871,82	9.949.046	3.273.037
41	may-20	393.511	238.528	16.832	648.871,82	9.555.534	3.273.037
42	jun-20	402.946	229.094	16.832	648.871,82	9.152.589	3.273.037
43	jul-20	412.607	219.433	16.832	648.871,82	8.739.982	3.273.037
44	ago-20	422.499	209.541	16.832	648.871,82	8.317.483	3.273.037
45	sep-20	432.628	199.412	16.832	648.871,82	7.884.855	3.273.037
46	oct-20	443.000	189.039	16.832	648.871,82	7.441.855	3.273.037
47	nov-20	453.621	178.418	16.832	648.871,82	6.988.233	3.273.037
48	dic-20	464.497	167.543	16.832	648.871,82	6.523.736	3.273.037
49	ene-21	475.633	156.407	16.832	648.871,82	6.048.103	3.273.037
50	feb-21	487.037	145.003	16.832	648.871,82	5.561.067	3.273.037
51	mar-21	498.713	133.327	16.832	648.871,82	5.062.353	3.273.037
52	abr-21	510.670	121.370	16.832	648.871,82	4.551.683	3.273.037
53	may-21	522.913	109.127	16.832	648.871,82	4.028.770	3.273.037
54	jun-21	535.450	96.590	16.832	648.871,82	3.493.320	3.273.037
55	jul-21	548.287	83.752	16.832	648.871,82	2.945.033	3.273.037
56	ago-21	561.433	70.607	16.832	648.871,82	2.383.600	3.273.037
57	sep-21	574.893	57.147	16.832	648.871,82	1.808.707	3.273.037
58	oct-21	588.676	43.364	16.832	648.871,82	1.220.031	3.273.037
59	nov-21	602.790	29.250	16.832	648.871,82	617.241	3.273.037
60	dic-21	617.241	14.798	16.832	648.871,82	-	3.273.037

Tabla 31. Plan de pagos. Fuente: Solicitado en Banco de Bogotá.

7.6.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.

El costo por suministros corresponde a materiales, insumos y materia prima, los costos fijos a servicios y arriendos, los gastos de trámites son los relacionados a inscripción en cámara de comercio, los gastos valor agregado corresponden a la fragancia que se entregara por la confección de las prendas, los gastos de administración varios corresponden a la compra de productos para el funcionamiento tales como la papelería, implementos de aseo, de cafetería entre otros.

CALENDARIO DE COSTOS Y GASTOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
Costo de ventas suministros	\$ 104,851,000	\$ 108,940,189	\$ 112,753,096	\$ 116,812,207	\$ 120,783,822
Costos de ventas fijos	\$ 12,600,000	\$ 12,789,000	\$ 13,044,780	\$ 13,436,123	\$ 13,973,568
Gastos administrativos Nomina	\$ 73,661,490	\$ 76,534,288	\$ 79,212,988	\$ 82,064,656	\$ 84,854,854
Gastos tramites	\$ 620,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000
Gastos de ventas valor agregado	\$ 2,000,000	\$ 2,040,000	\$ 2,080,800	\$ 2,122,416	\$ 2,164,864
Gastos varios de admón varios	\$ 4,510,000	\$ 550,000	\$ 561,000	\$ 572,220	\$ 583,664
Gastos de ventas publicidad	\$ 1,400,000	\$ 1,454,600	\$ 1,505,511	\$ 1,559,709	\$ 1,612,740
Gastos financieros intereses	\$ 5,694,244	\$ 5,006,239	\$ 4,091,994	\$ 2,877,110	\$ 1,262,725
Gastos financieros capital	\$ 2,092,220	\$ 2,780,223	\$ 3,694,468	\$ 4,909,352	\$ 6,523,736
Impuestos pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,415,658	\$ 8,110,895
Gastos activos fijos	\$ 4,610,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos preoperativos	\$ 1,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 213,038,954	\$ 210,555,539	\$ 217,405,637	\$ 226,230,451	\$ 240,331,869

Tabla 32. Calendario de costos y gastos. Fuente: Elaboración propia.

7.7 Flujo de Caja

La siguiente tabla se muestra el flujo de caja libre de la empresa, los año uno y dos el flujo de caja libre es negativo ya que la utilidad operacional de la empresa fue negativa.

FLUJO DE CAJA LIBRE					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACIÓN	\$ 461.000,00	\$ 461.000,00	\$ 461.000,00	\$ 461.000,00	\$ 461.000,00
AMORTIZACIÓN A CAPITAL	\$ 2.092.220,39	\$ 2.780.223,27	\$ 3.694.468,07	\$ 4.909.351,87	\$ 6.523.736,40
KTNO	\$ 4.610.000,00	\$ 4.610.000,00	\$ 4.610.000,00	\$ 4.610.000,00	\$ 4.610.000,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (33.341.890,00)	\$ (15.337.085,11)	\$ 9.754.625,83	\$ 35.320.689,11	\$ 53.195.510,08
EBIDTA	\$ (30.788.669,61)	\$ (12.095.861,84)	\$ 13.910.093,90	\$ 40.691.040,99	\$ 60.180.246,47
FCL	\$ (26.178.669,61)	\$ (7.485.861,84)	\$ 19.935.751,92	\$ 53.411.935,78	\$ 77.773.442,64

Tabla 33. Flujo de caja libre. Fuente: Elaboración propia.

7.8 Estados Financieros Projectados

7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

En el estado de resultados en los años uno y dos la utilidad neta genera perdida, ya que los costos y gastos son mayores a la utilidad bruta, por lo tanto en estos años no se pagó impuesto de renta. Para el año tres, la empresa tiene utilidad neta de \$5.662.632 antes de impuesto y como utilidad neta final \$4.246.974.

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 167,761,600	\$ 187,892,992	\$ 219,834,801	\$ 252,810,021	\$ 278,091,023
(-) COSTOS DE VENTAS Suministros	\$ 104,851,000	\$ 108,940,189	\$ 112,753,096	\$ 116,812,207	\$ 120,783,822
(-) COSTOS DE VENTAS Fijos	\$ 12,600,000	\$ 12,789,000	\$ 13,044,780	\$ 13,436,123	\$ 13,973,568
UTILIDAD BRUTA	\$ 50,310,600	\$ 66,163,803	\$ 94,036,925	\$ 122,561,690	\$ 143,333,632
(-) GASTOS ADMON Nomina	\$ 73,661,490	\$ 76,534,288	\$ 79,212,988	\$ 82,064,656	\$ 84,854,854
(-) GASTOS ADMON Preoperativo	\$ 1,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) GASTOS ADMON Tramites	\$ 620,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000
(-) GASTOS ADMON Vr agregado	\$ 2,000,000	\$ 2,040,000	\$ 2,080,800	\$ 2,122,416	\$ 2,164,864
(-) GASTOS ADMON Varios	\$ 4,510,000	\$ 550,000	\$ 561,000	\$ 572,220	\$ 583,664
(-) GASTOS VENTAS Publicidad	\$ 1,400,000	\$ 1,454,600	\$ 1,505,511	\$ 1,559,709	\$ 1,612,740
(-) DEPRECIACIÓN	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000	\$ 461,000
TOTAL GASTOS ADMON Y VENTAS	\$ 83,652,490	\$ 81,500,888	\$ 84,282,299	\$ 87,241,001	\$ 90,138,122
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 33,341,890	-\$ 15,337,085	\$ 9,754,626	\$ 35,320,689	\$ 53,195,510
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 5,694,244	\$ 5,006,239	\$ 4,091,994	\$ 2,877,110	\$ 1,262,725
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-\$ 39,036,134	-\$ 20,343,324	\$ 5,662,632	\$ 32,443,579	\$ 51,932,785
(-) IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ 1,415,658	\$ 8,110,895	\$ 12,983,196
UTILIDAD NETA	-\$ 39,036,134	-\$ 20,343,324	\$ 4,246,974	\$ 24,332,684	\$ 38,949,588

Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias. Fuente: Elaboración propia.

7.8.2 Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISPONIBLE	\$ 50,000,000	\$ 4,722,646	-\$ 17,939,901	-\$ 15,510,737	\$ 11,068,832	\$ 48,827,986
ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ 4,610,000	\$ 4,610,000	\$ 4,610,000	\$ 4,610,000	\$ 4,610,000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	-\$ 461,000	-\$ 922,000	-\$ 1,383,000	-\$ 1,844,000	-\$ 2,305,000
TOTAL ACTIVOS	\$ 50,000,000	\$ 8,871,646	-\$ 14,251,901	-\$ 12,283,737	\$ 13,834,832	\$ 51,132,986
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 20,000,000	\$ 17,907,780	\$ 15,127,556	\$ 11,433,088	\$ 6,523,736	\$ -
IMPUESTOS (RENTA)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,415,658	\$ 8,110,895	\$ 12,983,196
TOTAL PASIVOS	\$ 20,000,000	\$ 17,907,780	\$ 15,127,556	\$ 12,848,746	\$ 14,634,631	\$ 12,983,196
CAPITAL PAGADO	\$ 30,000,000	\$ 30,000,000	\$ 30,000,000	\$ 30,000,000	\$ 30,000,000	\$ 30,000,000
UTILIDAD/PERDIDA PERIODO	\$ -	-\$ 39,036,498	-\$ 20,343,324	\$ 4,246,974	\$ 24,332,684	\$ 38,949,588
PERDIDA ACUMULADA	\$ -	\$ -	-\$ 39,036,498	-\$ 59,379,822	-\$ 55,132,848	-\$ 30,800,164
TOTAL PATRIMONIO	\$ 30,000,000	-\$ 9,036,498	-\$ 29,379,822	-\$ 25,132,848	-\$ 800,164	\$ 38,149,425
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 50,000,000	\$ 8,871,646	-\$ 14,251,901	-\$ 12,283,737	\$ 13,834,832	\$ 51,132,986

Tabla 35. Balance general. Fuente: Elaboración propia.

8. Evaluación del Proyecto

8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)

La estructura financiera de la empresa está conformada por un 40% de deuda y un 60% de patrimonio, para un total en el activo inicial de \$50.000.000 millones.

ESTRUCTURA FINANCIERA		PONDERACIÓN
ACTIVOS	\$ 50,000,000.00	100%
PASIVOS	\$ 20,000,000.00	40%
PATRIMONIO	\$ 30,000,000.00	60%

Tabla 36. Ponderación de capital. Fuente: Elaboración propia.

El costo de la deuda está conformado por un solo crédito en entidad financiera por valor de \$20.000.000 y por el cual se está pagando una tasa del 28.77% efectiva anual, por lo que el costo de la deuda sería este mismo ya que conforma el 100% del pasivo.

Kd (Costo de la deuda)			
VALOR	PESO	COSTO	PONDERACIÓN
\$ 20,000,000.00	100%	28.77%	28.77%

Tabla 37. Costo de la deuda. Fuente: Elaboración propia.

El costo del patrimonio de la empresa es de 12.86%, el riesgo de mercado es la variación del índice COLCAP que es de 8,76%, la tasa libre de riesgo es la tasa de rentabilidad de los test Yankees que es de 7,20%, el beta es del sector vestuario que es del 1.14 y el riesgo país es de 3,88%. (Demodaran, 2016).

Ke (Costo del patrimonio)	
KI	7.20%
Km	8.76%
Beta	1.14
Riesgo pais	3.88%
ke	12.86%

Tabla 38. Costo del patrimonio. Fuente: Elaboración propia.

El promedio ponderado entre los costos y la rentabilidad exigida es de 16.35%, que nos permite determinar un promedio entre el costo de la deuda y la rentabilidad, lo cual siempre se sugiere que la tasa de rendimientos que nos muestre a empresa debe estar superior a la del WACC para que se genere mayor valor agregado para los accionistas.

WACC	16.35%
-------------	---------------

Tabla 39. WACC. Fuente: Elaboración propia.

8.2 Evaluación Financiera

8.2.1 Valor Presente Neto

Valor presente neto es un indicador que ayuda a valorar los proyectos de inversión a largo plazo, dándonos una probabilidad de que rendimientos se pueden obtener, el valor de \$10.196.309 es un valor positivo y mayor a cero, que nos da como resultado que la inversión de la empresa tiene una probabilidad de que sea viable y genere utilidades a largo plazo.

Para hallar el valor presente neto utilización los datos del flujo de caja libre proyectado a los cinco años, el costo del patrimonio y el valor de la inversión inicial que fue de \$50.000.000.

VPN	\$	10,196,309
------------	-----------	-------------------

Tabla 40. Valor presente neto. Fuente: Elaboración propia.

8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa interna de retorno muestra cual sería la tasa de rendimiento que se debe manejar para obtener un valor presente neto (VPN) igual a cero, realizando el análisis con los valores de los flujos de caja libre, proyectos hasta el año cinco es del 54,09%, este valor no debe aumentar porque se considera no viable y podría generar pérdidas, solo se debe aceptar inversiones con una tasa interna de retorno (TIR) positiva porque la de lo contrario nos daría un valor presente neto (VPN) negativo, no rentable, ni viable para la empresa.

Para sacar la tasa interna de retorno se debe tomar el valor de flujos de caja libre en la proyección a los cinco años.

TIR	54.09%
------------	---------------

Tabla 41. Tasa interna de retorno. Fuente: Elaboración propia.

8.2.3 Índices financieros

INDICADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SOLVENCIA (Total Activos / Total Pasivos)	49.54%	-94.21%	-95.60%	104.21%	404.74%
ROE (Utilidad Neta / Patrimonio)	-130.12%	225.13%	-14.46%	-96.82%	-4869.92%
ROA (Utilidad Neta / Activos)	-440.01%	142.74%	-34.57%	159.55%	74.12%
MARGEN OPERACIONAL (Utilidad Operativa/Ventas Netas)	-19.87%	-8.16%	4.44%	13.97%	19.13%
MARGEN NETO (Utilidad Neta / Ventas Netas)	-23.27%	-10.83%	1.93%	9.62%	14.01%
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (Total Pasivos / Total Activos)	201.85%	-106.14%	-104.60%	95.96%	24.71%
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (Total Pasivos / Total patrimonio)	66.67%	-198.18%	-51.49%	-51.12%	-1829.79%
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (Obligaciones financieras / ventas)	10.67%	8.05%	5.20%	2.58%	0.00%
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO (Total Pasivos / ventas)	11.92%	9.53%	6.88%	5.08%	5.26%
INDICE DE PROPIEDAD (Patrimonio / Activos Totales)	-101.85%	206.14%	204.60%	-5.24%	72.60%

Tabla 42. Indicadores. Fuente: Elaboración propia.

8.2.4 Análisis de sensibilidad y riesgo

Es donde se observa que variables son más sensibles en cuanto al riesgo que se pueda presentar modificando las utilidades o el resultado esperado en la empresa, como por ejemplo tomamos el

resultado de las unidades producidas restándole la producción anual estimada y dividiéndola sobre la misma, obteniendo un resultado de 2.387, que es mayor a cero lo que significa que la sensibilidad será más baja, son valores proyectados pero los resultados pueden alterarse de acuerdo a la tasa de impuesto, al VPN, la TIR, el costo de la materia prima, insumos y materiales, entre otros.

MÁXIMA VARIACIÓN O ERROR	
K	2.387

Tabla 43. Análisis de sensibilidad. Fuente: Elaboración propia.

8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera

Al analizar la idea de negocio planteada, según los ingresos, costos y gastos proyectados genera una rentabilidad para el año tres, los costos y gastos de los años uno y dos son más altos que la utilidad bruta por lo que arroja una pérdida en la utilidad neta.

Cabe decir que, de acuerdo con los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los indicadores financieros, se puede seguir invirtiendo en esta empresa, porque arroja un valor positivo y tenemos una TIR que sabemos que no podemos sobrepasar porque desencadenaría pérdidas en la empresa, por medio de las estrategias que se implementaron anualmente, se deberá realizara una evaluación de cuales tienen un mayor aporte, para el siguiente año fortalecerla para que la empresa sea más prospera y sólida en el mercado.

La rentabilidad del activo durante los cinco años proyectados evidencia cifras positivas y negativas, ya que durante estos años la rentabilidad de la empresa es muy variable por la

consolidación de la empresa y la entradas de nuevos competidores, en la prueba de solvencia nos muestra que cada año, genera más recursos para enfrentarse a compromisos financieros a largo plazo, a partir del tercer años se comienzan a ver estas cifras positivas, y también la capacidad de endeudamiento va bajando, todo esto se logra a través de un buen análisis financiero que con lleve a tomar las mejores decisiones. El margen operacional va incrementando a medida que los costos y gastos son menores a la utilidad bruta lo que indica que la empresa puede lograr buenos resultados manejando las cifras proyectadas.

8.3 Punto de Equilibrio

Gastos financieros	\$	5.694.608
Costos Variables	\$	104.851.000
Gastos de ventas	\$	3.400.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS VARIABLES	\$	113.945.608
Costos Fijos	\$	12.600.000
Gastos Administrativos y Legales	\$	74.281.490
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	\$	86.881.490

PRODUCTOS	PRECIOS POR UNIDAD	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALOR
Blusas	\$ 49.500,00	-0,7628	(37.759,27)
Vestidos	\$ 78.500,00	-0,7630	(59.896,11)
Faldas	\$ 64.000,00	-0,7629	(48.826,28)
Chaquetas	\$ 82.850,00	-0,7630	(63.217,61)

Tabla 44. Punto de equilibrio. Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio muestra que tanto debe venderse en el año en unidades o valor, para poder cubrir los costos y gastos fijos y variables y empezar a generar utilidades, en la tabla por ejemplo para una blusa, se necesitan vender un valor de \$ 37.759,27 mil pesos para cubrir

los costos y gastos, después de esto empieza a reflejar la utilidad en las ventas, lo mismo ocurre para los demás productos y precios unitarios.

8.4 Consideraciones Sociales.

La empresa cumplirá con las obligaciones referentes a sus trabajadores para mantener un ambiente laboral apropiado y las buenas relaciones entre ellos, procurando que su salud y seguridad no se vean afectadas. La satisfacción de los empleados en cuanto a sus labores será un factor fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las metas y utilidades propuestas.

La empresa aportará al crecimiento económico del municipio de Copacabana y la región, por medio de la contratación de madres cabeza de familia para su planta de producción.

8.5 Consideraciones Ambientales

La empresa cumplirá con la legislación ambiental vigente, aportará al cuidado del medio ambiente, realizando la separación de sus residuos de manera adecuada, se apoyara a los recicladores de la comunidad, utilizaremos herramientas para el ahorro de energía y agua, con la implementación de una tecnología en la maquinaria que cuente con un control mínimo de emisiones para contribuir al medio ambiente, estando en el punto de equilibrio es donde lo que contamina es la rentabilidad que estoy logrando con cada prenda.

9. Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones

Este plan de negocio en referencia a la creación de una empresa de confección de prendas a la medida y la validación de su viabilidad nos deja muchas cifras importantes para analizar. La inversión inicial frente a la utilidad recibida en el tiempo, nos podría indicar que la empresa es viable y puede generar buenas utilidades a sus inversionistas. Los socios pueden conservar la empresa siempre y cuando tengan siempre presente que las utilidades se empiezan a ver a partir del tercer año después de su creación.

La empresa debe ir midiendo anualmente su capacidad de producción con el fin de revisar si es necesario incrementar el número de empleados (operarios, vendedores) para que alcance la demanda generada, como recomendación sugerimos que en fechas de temporada la empresa aumente los empleados para luego vincularlos según la evolución en ventas.

Los costos y los gastos inicialmente son muy altos y por lo tanto no generan utilidad sino pérdida, por lo que se recomienda que se tenga una revisión mensual de los mismos, con el fin de validar si se está cumpliendo lo proyectado, de lo contrario generar un plan de acción para reducirlos hasta lo más mínimo posible.

El valor agregado que da la empresa puede atraer más público objetivo, se recomienda hacer seguimiento mensual a las promociones y ofertas que se hagan en el año y las fechas de temporada, para revisar si es necesario cambiar la estrategia y como está funcionando, es decir, si es conveniente tener dicho costo o cambiar su modelo de negocio en cuanto a las ventas y los vendedores.

El plan de mercadeo es fundamental para la consecución de las metas propuestas, su buena ejecución en cuanto a las estrategias puede generar un aumento en las utilidades.

En referencia al área financiera es importante que la empresa cumpla las metas para que su operación pueda ser continua y se logre la recuperación de la inversión inicial, recomendamos que una vez se cumplan la meta de las utilidades, se piense en implementar una política de incentivos y comisiones para cada uno de los empleados, un empleado satisfecho tiene un rendimiento laboral mucho mayor, por lo tanto esto se ve reflejado en los resultados de la empresa y puede generar una excelente experiencia de servicio al cliente .

La tasa interna de retorno para la viabilidad del proyecto se encuentra muy elevada por varios factores, entre algunos de ellos se destaca las cifras estudiadas que se utilizaron para sacar cada información las cuales no fueron en forma detallada ni específica si no en general, lo que indica que muchos rubros no se tuvieron en cuenta en los resultados, adicional los valores utilizados para el proyecto fueron supuestos proyectados con el índice de precios al consumidor y un margen de crecimiento esperado por políticas de la empresa, se recomienda estar pendiente de los márgenes de rentabilidad para realizar inversiones a mediano plazo.

La empresa debe seleccionar muy bien sus proveedores ya que de ellos depende que un producto sea de excelente calidad y que los clientes estén satisfechos, adicional se pueden reducir los costos, seleccionando proveedores con las mejores tarifas, se recomienda a la empresa que una vez se haya recuperado en su totalidad la inversión inicial, comience un proceso para incluir en sus políticas el endeudamiento con proveedores y así mismo un sistema de crédito en el mostrador para atender a los clientes que no tengan dinero disponible en el momento, para lograrlo se debe realizar un análisis previo validando si se va a tercerizar con una empresa que realice todo el estudio o si la misma empresa lo realizara, es muy importante para que sus cuentas por cobrar no aumenten y por lo tanto la cartera vencida se mantenga en niveles bajos.

El sector textil y de la confección como se pudo observar es muy amplio y genera buenos ingresos, el vestuario es muy demandado en el país y es un buen negocio teniendo en cuenta que Colombia es un país dedicado al consumo. La empresa a partir de las ventas de las prendas más demandadas puede incluir un modelo de promociones y ofertas que permitan diversificar sus productos y que cada uno de ellos se venda con igual demanda.

Por último, una vez la empresa este teniendo buenos resultados se recomienda a los socios el estudio de viabilidad de tener una sede en lugares aledaños, como pueden ser los municipios de Bello, Girardota y Medellín, en lugares como centros comerciales, ya que según la encuesta realizada serían los más visitados para realizar las compras y con lo anterior el posicionamiento de la marca.

10. Fuentes de Información

Trabajos citados

AliExpress. (2014). Obtenido de AliExpress: https://es.aliexpress.com/store/product/free-shipping-new-Cherrydress-brand-hot-sale-women-red-suit-for-women-2013-top-quality-winter/1150342_1669985439.html

BANCOLOMBIA. (20 de Octubre de 2016). *GRUPO BANCOLOMBIA*. Obtenido de GRUPO BANCOLOMBIA:
<file:///C:/Users/Yuliana/Downloads/Hacia%20una%20Din%C3%A1mica%20m%C3%A1s%20Constructiva.pdf>

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN. (2016). *CAMARA DE COMERCIO DE*

MEDELLIN. Obtenido de CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN:

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Registrales.aspx>

Chevignon. (s.f.). Obtenido de Chevignon: <http://www.chevignon.com.co/ropa-mujer/chaquetas>

Comprar ok. (4 de 03 de 2013). Obtenido de Comprar ok:

<http://www.comprarok.com/chaquetas-de-mujer-los-colores-de-moda.html>

Contextualizacion del sistema Moda. (09 de 2014). Obtenido de Contextualizacion del sistema

Moda: <https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf>

Cooltown. (2015). Obtenido de Cooltown: [http://cooltownfashion.com/asesoria-de-imagen-](http://cooltownfashion.com/asesoria-de-imagen-faldas-para-tu-tipo-de-cuerpo-en-la-moda-de-guatemala-y-el-salvador/)

[faldas-para-tu-tipo-de-cuerpo-en-la-moda-de-guatemala-y-el-salvador/](http://cooltownfashion.com/asesoria-de-imagen-faldas-para-tu-tipo-de-cuerpo-en-la-moda-de-guatemala-y-el-salvador/)

CreceNegocios. (13 de 04 de 2015). Obtenido de CreceNegocios:

<http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

DANE. (05 de Noviembre de 2016). *DANE*. Obtenido de DANE:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_oct16.pdf

Demodaran. (Enero de 2016). Obtenido de Demodaran:

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Dinero. (02 de Abril de 2016). Obtenido de Dinero: [http://www.dinero.com/edicion-](http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787)

[impresia/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787](http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787)

El Colombiano. (01 de Octubre de 2014). Obtenido de El Colombiano:

http://www.elcolombiano.com/historico/sector_textilero_celebra_alza_del_76_en_consumo_per_capita_anual_de_ropa-LFEC_313549

El Tiempo. (30 de Marzo de 2015). Obtenido de El Tiempo:

<http://www.eltiempo.com/economia/empresas/crecimiento-del-sector-confecciones/16549912>

Emprendedora, Vanidosa y Audaz Eva. (2015). Obtenido de Emprendedora, Vanidosa y Audaz

Eva: <http://blogs.eva.hn/que-me-pongo/2014/09/11/tipos-de-cuerpo/>

Google Maps. (20116). Obtenido de Google Maps:

<https://www.google.com/maps/place/Copacabana,+Antioquia,+Colombia/@6.3577051,-75.5400977,13z/data=!4m5!3m4!1s0x8e44256b9737c32f:0xdc480cab341bcf4a!8m2!3d6.357621!4d-75.505078>

Inexmoda. (s.f.). Obtenido de Inexmoda:

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

Linio. (s.f.). Obtenido de Linio: <https://www.linio.com.mx/c/ropa-mujer/vestidos>

Martina Moda. (s.f.). Obtenido de Martina Moda:

<http://www.martinamoda.com/textil/comportamiento-de-la-industria-textil-y-moda-en-medellin>

Megalindas. (2016). Obtenido de Megalindas: <http://megalindas.com/blusas-de-moda/>

Moda y Femenina. (2015). Obtenido de Moda y Femenina:

<http://modafemeninada.blogspot.com.co/2013/08/blazer-y-chaquetas-estampadas.html>

Moda y novias.net. (17 de 04 de 2014). Obtenido de Moda y novias.net:

<http://www.modaynovias.net/tipos-de-faldas.html>

Pinterest. (2014). Obtenido de Pinterest: <https://es.pinterest.com/pin/553239135454829002/>

Procolombia. (2015). Obtenido de Procolombia:

<http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

Programa de transformación productiva. (26 de Enero de 2016). Obtenido de Programa de transformación productiva:

<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1373>

Superintendencia de sociedades. (Agosto de 2013). *Supersociedades.* Obtenido de

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

Superintendencia de sociedades. (Agosto de 2013). *Supersociedades.* Obtenido de

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

Superintendencia de Sociedades. (Agosto de 2015). *Supersociedades.* Obtenido de

Supersociedades:
<http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%202014.pdf>

Sura. (Septiembre de 2014). Obtenido de Sura:

<https://www.sura.com/estrategiasComerciales/documentos/pdf/informeSectorial-sistemaModa.pdf>

SURA. (28 de Julio de 2016). *Caracol Radio*. Obtenido de Caracol Radio:

http://caracol.com.co/emisora/2016/07/28/medellin/1469729752_919005.html

Taller de Vestuario. (s.f.). Obtenido de Taller de Vestuario: <http://www.i->

[m.mx/tallerdevestuario/tallerdevestuario/](http://www.i-m.mx/tallerdevestuario/tallerdevestuario/)