

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRE COOPERATIVA
CHINCHORROS HEALTH BABY**

ANDREA DEL PILAR ORTIZ SALAMANCA

ANDREA DEL PILAR SALCEDO AVELLA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Ciencias y Tecnologías

Programa Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

Bogotá

Colombia

2020

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRE COOPERATIVA
CHINCHORROS HEALTH BABY**

**ANDREA DEL PILAR ORTIZ SALAMANCA
ANDREA DEL PILAR SALCEDO AVELLA**

Profesor: MG Miguel Ángel Cortes Parra

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Ciencias y Tecnologías
Programa Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial
Bogotá
Colombia
2020**

PAGINA DE AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de sustentación está dedicado primero a Dios, ya que gracias a Él estamos logrando concluir esta etapa de vida como especialistas.

A la Universidad que nos abrió sus puertas desde nuestro pregrado y luego a nuestra Especialización, para ser mejores personas y excelentes Administradoras de Empresas.

A nuestros profesores que con su ejemplo, paciencia y constancia se han convertido en nuestro ejemplo a seguir.

Y por último a nuestros (padres, hermanos, sobrinos, pareja e hijo), porque ellos siempre estuvieron a nuestro lado, brindándonos apoyo, buena energía y muchos consejos, ellos quienes siempre creyeron en nuestra capacidad como profesionales.

Resumen

Estudiar la viabilidad de la creación de la pre cooperativa es un proyecto productivo, ya que se realiza con fines económicos, basado en las empresas de economía solidaria, genera rentabilidad y proporciona buenos ingresos, además es un proyecto de transformación manufacturera pues se encarga de la elaboración y confección de Chinchorros utilizando materias primas y productos derivados.

La idea de negocio es crear y dirigir una pre cooperativa de trabajo asociado que elabore y distribuya chinchorros de diferentes tamaños, enfocados al uso en bebés prematuros y recién nacidos, los cuales por sus bondades y beneficios en estudios comprobados, contribuyan con la buena postura y salud del bebé, satisfaciendo las necesidades de padres y familias que deseen brindarle una mejor calidad de vida a sus niños; además esta idea se enfoca en ofrecer un gran servicio de ventas y elaboración de chinchorros de alta calidad, variedad en colores y modelos a través de un excelente equipo de trabajo con el fin de cumplir las metas propuestas. La meta es anticipar las necesidades y estilos de los clientes y satisfacerlas con rapidez, amabilidad, cortesía y de manera integral.

Y además contribuir brindándoles oportunidades de empleo a madres cabeza de familia del barrio Manitas de la ciudad de Sogamoso ya que no cuentan con disponibilidad de tiempo y desplazamiento para conseguir un trabajo rentable.

Abstract

Study the feasibility of creating the pre cooperative is a productive project, as it is done for economic purposes, based on the solidarity economy enterprises, generating profitability and provides good income, it is also a project of manufacturing transformation because it is responsible for development and manufacture of Chinchorros using raw materials and products.

The business idea is to create and run a pre worker cooperative to develop and distribute hammocks in different sizes, targeted for use in premature babies and newborns, which by its advantages and benefits proven in studies, contribute to good posture and health drinks, meeting the needs of parents and families wishing provide a better quality of life for their children; This idea also focuses on providing great service sales and processing high-quality hammocks, a variety of colors and patterns through an excellent team in order to meet the goals. The goal is to anticipate the needs and styles of clients and satisfy them quickly, kindness, courtesy and comprehensively.

Besides providing employment opportunities to help single mothers to tinker district of the city of Sogamoso not because they have sufficient time and travel for a profitable work.

Palabras Clave

CHINCHORRO: Es una hamaca ligera, tejida de cordeles o fibra en terlenka, en un proceso completamente manual.

COOPERATIVA: Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los asociados.

ECONOMÍA SOLIDARIA: Son aquellas que se crean por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro.

POBREZA: Es una situación o forma de vida que surge como producto de la imposibilidad de acceso o carencia de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas humanas que inciden en un desgaste del nivel y calidad de vida de las personas, tales como la alimentación, la vivienda, la educación o el acceso al agua potable.

PRE COOPERATIVA: Son grupos que bajo la orientación y con el concurso de una entidad promotora, se organizan para realizar actividades permitidas a las cooperativas y, que, por carecer de capacidad económica, educativa, administrativa, o técnica, no estén en posibilidad inmediata de organizarse como cooperativas.

Glosary

CHINCHORRO: Is a lightweight woven hammock, twines or fiber in Terlenka, in a completely manual process.

COOPERATIVE: is an autonomous association of persons united voluntarily to form a democratic organization whose administration and management must be carried out in the form agreed by the partners.

SOLIDARITY ECONOMY: They are those that are created by a certain number of people, with the aim to create and organize a legal person governed by private law, whose activities must be met for the purpose of social interest and non-profit organizations.

POVERTY: It is a situation or way of life that arises as a result of the inability to access or lack of resources to meet the needs basic human physical and psychological affecting a wear of the level and quality of life of people, such as food, housing, education or access to drinking water.

PRE COOPERATIVE: Are groups that under the guidance and with the assistance of a promoter are organized to perform activities permitted to cooperatives, and that because of the lack of economic capacity, educational, administrative, or technical, not in immediate possibility to organize themselves as cooperatives.

Tabla de Contenido

	pg
1. Introducción	12
1.1 Fundamentación	13
1.2 Área De Investigación	15
1.3 Planteamiento del Problema	16
1.4 Objetivos	17
1.4.1 General	17
1.4.2 Específicos	18
1.5 Alcances Y Restricciones	18
2. Análisis De Entornos/Sector	22
2.1 Análisis Del Macro Entorno	22
2.2 Análisis Del Micro Entorno	25
3. Estudio De Mercados	27
3.1 Investigación, Desarrollo E Innovación	29
3.2 Análisis Del Sector Económico	32
3.3 Análisis Del Mercado	34
3.3.1 Descripción y Análisis Del Producto	39
3.3.2 Análisis de la demanda- consumidor o cliente	42
3.3.3 Segmentación objetiva del proyecto	44
3.4 Análisis De La Oferta y La Competencia	49
3.4.1 Análisis de los precios	50
3.5 Proyecciones De Venta	55
4. Estudio Técnico/ Operacional	56
4.1 Ficha Técnica	56
4.2 Análisis De Procesos De Producción	58

4.3 Plan De Producción	61
4.4 Plan De Compras	61
4.5 Análisis De Costos	62
4.6 Análisis De La Infraestructura	62
5. Estudio Organizacional Y Legal	65
5.1 Estructura Organizacional	65
5.2 Análisis De Cargos	65
5.3 Costos Administrativos	70
5.4 Tipos De Sociedades	72
5.5 Permisos Y Licencias	73
5.6 Impuestos Y Tasas	73
6. Pensamiento Estratégico	74
6.1 Estrategias De Mercadeo	74
6.2 Estrategia Organizacional	74
6.3 Análisis De Procesos Organizacionales	76
7. Formulación Y Evaluación Financiera	77
7.1 Estudio Económico	77
7.2 Costos Y Presupuestos	78
7.3 Punto De Equilibrio	81
7.4 Presupuestos	87
7.5 Flujo De Caja	89
7.6 Estudios Financieros	90
7.7 T.I. R, V.P.N, T. I. O	97
8 Conclusiones y Recomendaciones	99
9 Anexos	100
Bibliografía	103

Listado de Figuras

	pg
Figura 1. Social	21
Figura 2. Estudio de Mercados.	27
Figura 3. Estudio de Mercados.	7
Figura 4. Estrategias Técnicas	40
Figura 5. Estrategias Técnicas- Tinte	41
Figura 6. Estrategias Técnicas- Producto Llamativo	41
Figura 7. Estrategias Técnicas- Ganchos para atraer	41
Figura 8. Estrategias Técnicas- Diversidad	42
Figura 9. Segmentación Objetiva	44
Figura 10: Segmentación demográfica	44
Figura 11. Segmentación Demográfica	45
Figura 11. Segmentación Psicográfica	46
Figura 12. Segmentación Conductual-	47
Figura 13. Análisis de los precios – Competencia	51
Figura 14. Análisis de precios – Competencia	51
Figura 15. Análisis de precios – Competencia	51
Figura 16. Estudio técnico/ Operacional – Ficha Técnica	56
Figura 17. Proceso productivo actual de un chinchorro – Distribución y Venta	57
Figura 18. Logística y Distribución de la planta de la empresa-	59
Figura 18. Punto Equilibrio A	81
Figura 19. Punto Equilibrio B	83
Figura 20. Punto Equilibrio C	85

Listado de Tablas

	pg
Tabla 1. Análisis del sector Económico	34
Tabla 2. Segmentación Geográfica	45
Tabla 3. Segmentación Demográfica	45
Tabla 4. Segmentación Psicográfica	46
Tabla 5. Segmentación Conductual	47
Tabla 6. Hoja de Costos – Orden de pedido 0001	51
Tabla 7. Hoja de Costos – Orden de pedido 0002	52
Tabla 8. Hoja de Costos- Orden de Pedido 0003	55
Tabla 9. Estrategia / Proceso Productivo	61
Tabla 10. Estructura Organizacional	65
Tabla 11. Análisis del Cargo	66
Tabla 12. Condiciones de trabajo – Tejedores	70
Tabla 13. Condiciones de trabajo - Vendedor	70
Tabla 14. Costos Administrativos	71
Tabla 15. Tipos de Sociedad	72
Tabla 16. Análisis de procesos organizacionales	76
Tabla 17. Costos y Presupuestos	80
Tabla 18. Presupuesto de Marketing	87
Tabla 19. Presupuesto de Marketing – Estrategia de Precio	87
Tabla 20. Presupuesto de Marketing – Estrategia de plaza (Distribución)	88
Tabla 21. Presupuesto de Marketing – Estrategia de promoción	88
Tabla 22. Flujo de Caja – Año 2020 – Año 2021-Año 2022- Año 2023-Año 2024 -	89
Tabla 23. Estados Financieros	90
Tabla 24. Balance General – Año 2020 – Año 2021- Año 2022- Año 2023- Año 2024-	93
Tabla 25. Estados de Pérdidas y Ganancias Año 2020 – 2021- 2022- 2023- 2024	96
Tabla 26. Política de cuentas por cobrar – Año 2020 – Elaboración Propia	97
Tabla 27. Política de pago a proveedores – Año 2020 – Elaboración Propia	97
Tabla 28. Valor Presente Neto – Elaboración Propia	98
Tabla 29. Flujo de Fondos – Elaboración Propia	98

1. Introducción

La innovación y la labor social son parte importante de nuestra actual sociedad, nos permiten combinar patrones mentales y obrar de forma diferente. Estas son un papel esencial y fundamental en el momento de crear empresa, pues hoy en día la competitividad nos exige mucho esfuerzo y creatividad. Una "organización" creativa o innovadora tiene más posibilidades de alcanzar la excelencia pues goza de una aceptación universal.

Debido a la importancia de la innovación en nuestro mundo actual, la Universidad Santo Tomas se encarga de capacitar personas competentes y capaces de utilizar en unión con la innovación una serie de habilidades, destrezas y competencias que permitan al estudiante buscar oportunidades de surgir liderando sus propias ideas.

Este proyecto busca desarrollar esas habilidades creativas y analíticas, para que a través de estas y de la aplicación de los conocimientos adquiridos poder formular, elaborar y evaluar un proyecto de inversión. Se eligió trabajar con un enfoque social, dando posibilidades de empleo y progreso a madres cabeza de familia de la ciudad de Sogamoso.

La idea es hacer un proyecto en donde se estudie la factibilidad de la creación de una pre cooperativa, con el fin de reunir capacidades para poder crearla y dirigirla, y trabajando en unión con los conocimientos que brinda la universidad, la idea está basada en una pre cooperativa que elabore y distribuya Chinchorros y que a la misma vez contribuya con el desempleo en la ciudad de Sogamoso, pues brindaría oportunidades de progreso a madres cabeza de familia que no pueden trabajar fuera de casa.

1.1 Fundamentación

En la actualidad vemos que la creación de empresas es un elemento fundamental, ya que aporta en gran medida al sector económico del país y al mismo tiempo mejora la calidad de vida de la sociedad; para mantener un nivel de progreso adecuado es importante generar una serie de competencias y aptitudes que lleven a cada individuo hacia el cumplimiento de metas las cuales solo se pueden alcanzar desarrollando capacidad emprendedora que le motive no solo a crear empresa sino a innovar, a ser creativo y a mantener unos estándares competitivos tanto a nivel nacional como mundial.

Es por esto que el espíritu empresarial e innovador desempeña un papel fundamental en la vida de cualquier persona que quiere llegar a ser un excelente empresario, pues es importante que aquel que tiene una actitud emprendedora se oriente hacia los resultados, hacia el éxito y no hacia la obtención de poder, de esta manera generará una habilidad para convertir las crisis y amenazas en oportunidades de negocio.

Pero para no solo crear sino mantener la empresa a lo largo del tiempo se deben adquirir habilidades como el liderazgo, tomar riesgos y decisiones, como el de tener visión o habilidad para plantear un futuro deseado, la valentía como tomar un riesgo calculado, la perseverancia y por supuesto la seguridad y responsabilidad para enfrentar retos y superarlos.

Este estudio es un trabajo de aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas desarrolladas a lo largo del pregrado y postgrado, un procedimiento destinado a conseguir información y formular estudios de viabilidad sobre la pre cooperativa de CHINCHORROS HEALTH BABY.

Es importante desarrollar este proyecto ya que las ventajas que se derivan de asignar recursos para la producción son beneficiosas tanto a nivel económico como social. Es un proceso

que involucra actividades, métodos y procedimientos que generan un producto que satisface los gustos y necesidades de los clientes, contribuye con el empleo y produce buenos ingresos. Al conocer sobre el proceso productivo para su elaboración se tiene un control del mismo, asegurando y facilitando el proceso.

En cuanto a los impactos positivos del proyecto se encuentran múltiples beneficios, entre ellos el desarrollo de habilidades de innovación, creatividad y liderazgo, creación de oportunidades de empleo en la ciudad, creación de empresa, presentación y apertura del mercado de un excelente producto con doble utilidad (descanso/bienestar), nuevas oportunidades laborales, crecimiento personal y profesional para los proponentes del proyecto.

Todo esto se realizará basado en la idea de que “Una **cooperativa** es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los asociados”¹

El proyecto estaría estructurado en la creación de “Una **cooperativa de trabajo asociado** o **cooperativa de producción** que es un tipo de cooperativa cuyo objetivo es el proveer y mantener a sus asociados en puestos de trabajo a tiempo parcial o completo, a través de la organización en común de la producción de bienes o servicios para terceros”.²

En la pre cooperativa se harán cumplir las metas y objetivos propuestos, el equipo de trabajo estaría compuesto por personas con actitudes de innovación, creatividad y dispuestas a aumentar sus ingresos. Estos productos se fabricarían con la garantía de satisfacer los gustos y

¹ Osorio, W (07 de Julio 2020) Cooperativa. Tomado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa>

² Martínez, M (27 de enero 2020). Cooperativa de Trabajo Asociado. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa_de_trabajo_asociado

necesidades de familias que deseen mejorar la calidad de vida de sus bebés, clientes que cada día buscan productos novedosos, beneficiosos de muy buena calidad y a precios bajos.

1.2 Área De Investigación

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: Se utilizó el método descriptivo pues se recogerá y procesará información, describiendo algunas características fundamentales de la muestra estudiada, utilizando como método de estudio una encuesta que permitirá poner de manifiesto el tema investigado. En esta investigación se describirá, analizará e interpretará de una situación actual y real.

Fuentes Primarias:

En el proyecto se utilizarán fuentes de información tales como:

- ✓ Monografías sobre la pobreza en Sogamoso
- ✓ Entrevistas-encuestas a los habitantes del barrio Manitas
- ✓ Apuntes de investigación de trabajos realizados sobre cooperativas
- ✓ Noticias de la actualidad Sogamoseña
- ✓ Fotografías del barrio Manitas

Fuentes Secundarias:

- ✓ Libros de texto sobre la creación de Pre cooperativas
- ✓ Artículos de revistas de economía Sogamoseña
- ✓ Enciclopedias para complementar significados en el trabajo.

1.3 Planteamiento Del Problema

Un problema del cual poco se habla en la sociedad, es aquel asociado con la posición de la columna. Muchas personas creen que esta falla en la salud se debe a un mal hábito que se toma, por no estar siempre erguidos, pero lo que pocos saben, es que gran parte de los problemas de la columna se originan desde la temprana edad. Por tanto y basados en una serie de estudios que con el desarrollo del proyecto se irán presentando, se eligió trabajar con la fabricación y comercialización de chinchorros, no solo por el simple hecho de que aportan en gran medida en el descanso y comodidad, sino que además cuando se es un bebé su posición corporal natural es en flexión, que es la posición que favorecen los chinchorros; es por esto que se decidió tomar como nicho de mercado justamente esos primeros meses y años en donde se está fortaleciendo la columna de los bebés, brindando un producto que con el uso adecuado aportará en gran medida en la salud de los niños.

Se concluyó desarrollar esta idea porque se tiene conocimiento acerca del proceso de producción, y adicionalmente porque se investigó e indagó ese valor agregado en la salud de los niños, referente a los beneficios de la buena postura con el uso de los chinchorros. Al ser un producto completamente artesanal, los gastos de personal incrementan, pero en cuanto materia prima el nylon utilizado es fácil de conseguir y a un precio relativamente económico, por lo cual los chinchorros serían productos vendidos a un precio asequible, y que por sus múltiples beneficios permitirán una mayor demanda del producto.

Los chinchorros suelen utilizarse en zonas de clima cálido, pero se eligió trabajar en la ciudad de Sogamoso por ser la localidad en donde nos encontramos, facilitándonos el desarrollo y el liderazgo de la pre cooperativa, con un riesgo medio al no existir oferta en la ciudad, pero como se va a trabajar en conjunto con la promoción y el desarrollo del bebé, lo que se espera es llegar directamente a hospitales, clínicas y empresas que provean una base de datos de aquellas mamás gestantes; y por otra parte promocionar el producto por medios de interés de los padres

de familia, como revistas, periódicos, internet y radio, con lo cual existirán condiciones de oportunidad y necesidad, en donde nos pondremos en contacto explicándole los múltiples beneficios de bienestar para su bebe, la accesibilidad en los precios y el valor agregado del producto, generando esa necesidad en las familias con niños pequeños, y de esta manera creciendo poco a poco, permitiéndonos a lo largo de un tiempo ir progresando como empresa y abriendo nuevos mercados.

Por otra parte, también se eligió trabajar en la ciudad con un enfoque social, ya que, por medio de estudios realizados en varios de los barrios de Sogamoso, se pudo observar que el barrio Manitas presenta una problemática grande a nivel de pobreza, ya que su población de menores es bastante amplia y sus madres no pueden conseguir un empleo, en donde al mismo tiempo puedan estar pendientes de sus hijos y generar beneficios económicos para sus familias.

Se espera explotar al máximo los recursos, promoviendo y motivando, con el propósito de sacar adelante esta pre cooperativa, y enfocarse en los beneficios propios de salud para los niños. Y con el fin de contribuir con el desarrollo económico de la ciudad, los chinchorros se elaborarán en Sogamoso brindándoles oportunidades de empleo a madres cabeza de familia del barrio Manitas, pues ellas no pueden salir a trabajar porque tienen que cuidar a sus hijos y esto les imposibilita tener una buena calidad de vida, entonces se les podría brindar la posibilidad de laborar desde sus hogares, debido a que este es un proceso completamente manual y artesanal, el cual las beneficiaría pues no necesitarían desplazarse por maquinaria a un lugar específico.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la creación de la pre cooperativa **CHINCHORROS HEALTH BABY** de producción y comercialización de chinchorros en la ciudad de Sogamoso. Se fabricará un producto completamente manual, con la mejor materia

prima, diseños exclusivos, garantía de calidad y al gusto de los clientes (órdenes bajo pedido), todo esto se desarrollará por medio de un proceso de exploración e investigación preliminar en donde se apliquen conocimientos y habilidades aprendidas a lo largo de la Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial.

1.4.2 Específicos

- ◆ Desarrollar habilidades y destrezas que se puedan aplicar al desarrollo del proyecto en cuanto a innovación y emprendimiento.
- ◆ Realizar varios análisis detallados que permitan desarrollar un adecuado proyecto para ver la factibilidad de la empresa de economía solidaria.
- ◆ Efectuar un estudio de mercado de la pre cooperativa **CHINCHORROS HEALTH BABY**.
- ◆ Generar un análisis del entorno del proyecto definiendo el sector socioeconómico en el que está inmerso.
- ◆ Explorar el mercado analizando la existencia real de clientes para los productos que se van a ofrecer.
- ◆ Elaborar un estudio técnico operacional para determinar un análisis de los procesos de producción.
- ◆ Plantear estrategias organizacionales y de mercadeo.
- ◆ Formular y evaluar financieramente el proyecto, a través de un estudio económico de costos y presupuestos.
- ◆ Concluir determinando si es factible o no el proyecto presentado y analizado para posteriormente ponerlo en marcha.

1.5 Alcances Y Restricciones Del Proyecto

Se quiere tener la capacidad de crear y dirigir una pre cooperativa, explotando al máximo los medios y recursos con lo que se cuentan, promoviendo y motivando a todo el equipo

empresarial a realizar diversos tipos de decisiones, negocios o acciones dadas las necesidades de los consumidores, orientando y brindando algunos beneficios económicos y laborales a los empleados con el ánimo de que se sientan a gusto con el desempeño logrado y de tal forma aumentar la productividad y ganancias. Todo esto se desea cumplir proponiendo metas, estrategias y con una actitud de innovación y creatividad de una forma metódica, ética, responsable y efectiva que permita penetrar y desarrollar nuevos mercados, siendo desafiante hacia lo desconocido y logrando transformar las posibilidades en oportunidades.

Como se trata de un producto con una doble utilidad (relación descanso/bienestar), ya que por una parte permite satisfacer la necesidad de descanso y por otra parte proporciona bienestar en la salud de los niños, las ventas serán mayores y se tendrán más oportunidades de progresar.

Como la cooperativa es de la elaboración de chinchorros, actividad que es artesanal, se debe estar en constante supervisión para conseguir una buena calidad y diseño en cada producto elaborado. La calidad del producto se encuentra sujeta a la satisfacción de las exigencias del cliente, quien define en la mayoría de las veces las características del Chinchorro en cuanto al tamaño y colores del mismo. La durabilidad del Chinchorro depende del uso adecuado o no que le de la persona o personas que lo adquieren.

Como muchas personas prefieren calidad en vez de cantidad, y como los productos van a estar muy bien elaborados con diseños exclusivos o bajo pedido el cliente no encontraría ningún inconveniente en el momento de pagar por un buen producto creativo.

En la parte social con la creación de la pre cooperativa se disminuirían algunos de los problemas con los que cuentan muchos de estos habitantes, primero porque trabajarían desde sus casas y segundo porque no necesitan conocimientos previos para empezar a trabajar, solo bastaría con unas pequeñas capacitaciones, ganas y entusiasmo para obtener ingresos desde

sus casas. De esta manera su calidad de vida mejoraría, tendrían tiempo para compartir en familia y mayores ingresos para su vida.

Con este proyecto se fomentarían fuentes de empleo que les produzcan mejores ingresos a estas personas y oportunidades de progreso a través de un empleo seguro y con estabilidad económica.

Por otra parte, los beneficios que proporcionan este producto son múltiples en la salud de la postura de la columna, para este caso enfocados en bebés y niños pequeños. Se investigarán estudios sobre estas ventajas, ya que proporcionarán un gancho de venta más fácil en la distribución de los mismos.

En cuanto a las restricciones presentes se podrían presentar desinterés de las trabajadoras por el hecho de que toda su vida han subsistido sin un trabajo estable; otra posible restricción podría desencadenarse en el momento de la comercialización del producto, ya que, al ser un bien netamente artesanal, su costo aumenta, por tanto, no todas las familias con bebés o niños estarían dispuestas a pagar un precio justo.

1.5.1 Económico

Como se trata de un producto con una doble utilidad (relación descanso/bienestar), ya que por una parte permite satisfacer la necesidad de descanso y por otra parte proporciona bienestar en la salud de los niños, las ventas serán mayores y se tendrán más oportunidades de progresar. Como la cooperativa es de la elaboración de chinchorros, actividad que es artesanal, se debe estar en constante supervisión para conseguir una buena calidad y diseño en cada producto elaborado. La calidad del producto se encuentra sujeta a la satisfacción de las exigencias del cliente, quien define en la mayoría de las veces las características del Chinchorro en cuanto al

tamaño y colores del mismo. La durabilidad del Chinchorro depende del uso adecuado o no que le de la persona o personas que lo adquieren.

1.5.2 Social

Los efectos sociales que se esperan de este proyecto tiene un impacto alto, porque va más allá de un simple proyecto de inversión en donde solo se espera generar rentabilidad, sino que se asumen un conjunto de efectos positivos sobre la población beneficiaria, es decir las madres cabeza de familia que se beneficiaran con esta oportunidad de empleo. Así es como se puede considerar un proyecto en pro de una gran causa social presentes a mediano y largo plazo, se espera de igual manera un cambio en esta comunidad del barrio Manitas, en donde realmente se ven afectados por la situación actual.



Figura 1. Social. (Fuente: https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-dibujos-animados-avatar-mujeres-empresarias_5253984.htm)

2. Análisis De Entornos

2.1 Análisis Del Macro Entorno

El entorno general que rodea a la empresa es:

A. **Entorno Natural O Físico.** En la pre cooperativa se cumplirán parámetros establecidos para la conservación del medio ambiente, se tendrá en cuenta:

- ✦ Garantizar el cumplimiento de la legislación medioambiental.
- ✦ Fijar y promulgar las políticas y los procedimientos operativos internos necesarios para alcanzar los objetivos medioambientales.
- ✦ La reducción de los consumos energéticos y de agua.
- ✦ Prevenir la generación de residuos y disminuir los residuos generados, facilitando su reciclaje.
- ✦ Sensibilizar medioambientalmente a clientes, trabajadores y proveedores.

Adicionalmente los chinchorros se elaboran con nylon terlenka, la duración de estos productos es de aproximadamente 20-30 años, dependiendo el cuidado y manejo de los mismos ya sea porque se decolore, no se tenga en un lugar limpio, que no se sepa lavar o no tener cuidado con los objetos corto punzantes.

Como se puede analizar la vida útil de estos productos es larga debido a que es un proceso completamente manual y los insumos utilizados son los mejores precisamente para que su durabilidad sea por años. Por tanto, la disposición final de los residuos se debe hacer de manera responsable y pensando en el planeta.

B. **Entorno Demográfico.** La pre cooperativa operara en la ciudad de Sogamoso, por la tanto es importante tener en cuenta los datos de esta ciudad.

SOGAMOSO: “Ciudad colombiana ubicada en el departamento de Boyacá. Situada en el centro-oriente de Colombia, a 213 km de Bogotá, en la región del Alto Chicamocha a 2.569 m de altitud, posee una temperatura cuyo promedio es de 15 °C. Ubicada en la región andina con

aproximadamente 200.000 habitantes. Su economía se apoya en un comercio interregional entre los Llanos Orientales y el centro del país, en la industria siderúrgica, materiales de construcción, en la explotación de calizas, carbón y mármol. La ciudad es certificada ante el Ministerio de Educación Nacional, lo cual la hace una ciudad competitiva en lo que respecta a rendimiento académico, la ciudad presenta una amplia oferta de instituciones de educación que comprende todos los niveles, desde pre jardín, jardín, educación básica primaria, secundaria, técnica y tecnológica”.³

Con base en la anterior información de la ciudad de Sogamoso se logra determinar un buen alcance para el proyecto en lo referente a la cantidad de habitantes con los que se cuenta. Su economía al apoyarse con los llanos orientales y el centro del país determinan una buena proyección para la idea de negocio, en el momento de pensar en la posibilidad de distribuir en otras regiones. Por otra parte, también es importante mencionar que las tasas de natalidad del municipio pese a que han ido disminuyendo levemente, continúan siendo altas, cifras que para el proyecto se ajustan adecuadamente, ya que se podrán encontrar más clientes potenciales a mayor cantidad de infantes que nazcan en la ciudad, haciendo una segmentación de los 0-12 meses de edad.

C. **Entorno Económico.** Debido a las necesidades de salud en la postura de los bebés recién nacidos y en los gustos de las personas en cuanto a comodidad para sus hijos, se presenta la necesidad de crear esta pre cooperativa de Chinchorros enfocada en el nicho de mercado de bebés de 0-12 meses, por sus múltiples beneficios en la salud.

El sector económico al cual pertenece es el sector industrial (artesanal) pues es un conjunto de procesos y actividades que transforma materias primas en productos terminados, siendo artesanal pues todo el proceso de elaboración se hace manual. En cuanto a la actividad artesanal muchas personas se dedican a practicarla, pero son pocas las que elaboran

³ Información General de Sogamoso (24 de septiembre de 2015) Sogamoso. Tomado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Sogamoso>

chinchorros, en las ciudades de clima cálido que es donde más se comercializa este producto hay escasas de mano de obra, un punto que será favorable para la pre cooperativa, ya que para una proyección futura se podría pensar en distribuir en estas ciudades en donde la cantidad demandada será mayor, entonces se empezaría a competir bajo términos de beneficio y calidad. Además, pertenece al sector de la economía solidaria, en donde las utilidades son repartidas equitativamente.

D. **Entorno Tecnológico.** El proceso de elaboración de chinchorros se realiza completamente manual, lo único que se necesitaría para la empresa sería contar con un computador, un paquete contable, un estabilizador y una impresora para realizar el diseño de los folletos y los chinchorros. En cuanto al equipo de oficina se necesitan dos escritorios sencillos, dos sillas de escritorio, una calculadora, un extintor, un kit de oficina y la biblioteca dotada de libros para la administración de una empresa.

E. **Entorno Político-Legal.** PERMISOS, REGLAMENTACIONES, LEYES Y OBLIGACIONES COOPERATIVA COLOMBIANA

Recientemente, la Ley 79 de 1988 y la Ley 454 de 1998, son las normas legales que regulan estas asociaciones de derecho privado en Colombia, en donde han tenido especial desarrollo, las cooperativas de transportadores, las cooperativas de trabajo asociado y las administraciones públicas cooperativas.

Como la cooperativa no tendrá inconvenientes legales debido a que se hará bajo todas las normas que exige la ley, se implementará el IVA y la retención en la fuente necesarias en los procesos, al igual que las obligaciones, prestaciones y aportes a través de un contrato. Se cumplirán rigurosamente todas las obligaciones necesarias.

Las normas se basarán en el Reglamento General de la Ley de Cooperativas. Además, la pre cooperativa CHINCHORROS HEALTH BABY estará basada entre otras, en las siguientes leyes:

Ley 79 de 1988: Por la cual se actualiza la Legislación Cooperativa.

Ley 454 de 1998: Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

Ley 1233 de 2008: Por medio de la cual se precisan los elementos estructurales de las contribuciones a la seguridad social, se crean las contribuciones especiales a cargo de las Cooperativas y Pre cooperativas de Trabajo Asociado, con destino al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, y a las Cajas de Compensación Familiar, se fortalece el control concurrente y se dictan otras disposiciones⁴.

2.2 Análisis Del Micro Entorno

Se desea crear una empresa de economía solidaria que elabore y venda chinchorros para niños en la ciudad de Sogamoso, que tenga la posibilidad de abrir nuevos mercados en zonas donde es muy comerciable este producto. La idea fue pensada con el fin de contribuir con el desarrollo económico de la comunidad, brindándoles oportunidades de empleo a madres cabeza de familia.

Analizando el entorno se tienen varios puntos a favor, primero porque no hay empresas que fabriquen chinchorros en la ciudad, además se trabajaría por el cumplimiento de metas y objetivos propuestos, el equipo de trabajo estaría compuesto por personas con actitudes de innovación, creatividad y dispuestas a aumentar sus ingresos. Estos productos se fabricarían con la garantía de satisfacer los gustos de los clientes que cada día buscan productos novedosos de muy buena calidad y a precios bajos.

⁴ Ministerio de Ambiente (2008) Ley 1233 de 2008. Tomado de http://www.minambiente.gov.co/documentos/NTC5517_criterios_ambientales_uso_del_fique.pdf

Si analizamos el micro entorno de la empresa estudiada, nos encontramos con:

- A. **Los Inversionistas.** En cuanto a los inversionistas o asociados en este caso para el primer año se cuenta con los aportes de \$2.000.000 de la asociada ANDREA SALCEDO AVELLA, al año siguiente dos asociadas más PILAR ORTIZ SALAMANCA y MARTHA AVELLA GONZALEZ aportando cada una \$2.000.000.
- B. **Los Clientes:** El tipo de clientes al cual va dirigida la pre cooperativa serían personas que se encuentren en las extensiones del mercado y deseen o necesiten de los productos. Especialmente padres, acudientes o familiares que tengan bebés menores de un año, y que vean la necesidad de adquirir un producto que mejore la salud de los niños y que además cumpla con sus requerimientos de gustos y necesidades. Y adicionalmente que tengan la capacidad económica para responder con los precios establecidos en el contrato.

También como se piensa distribuir los chinchorros en distintas zonas, esta sería un punto clave y clientes potenciales para la cooperativa, de esta manera se elaborarían bajo pedido.

- C. **Los Proveedores.** Todas las materias primas son de fácil consecución en el mercado local.

Los principales proveedores de materias primas son:

- Enka de Colombia S.A ubicada en Medellín (Nylon Terlenka).
- Carpintería (Telares).
- Almacenes de cadena (Peinillas y anilina).

3. Estudio De Mercados



Figura 2. Estudio de Mercados.
<https://www.questionpro.com/es/es-tudio-de-mercado.html>



Figura 3. Estudio de Mercados.
<https://vocesnormalistas.org/2018/12/13/gestion-para-la-mejora-de-la-eficacia-escolar/>

Hoy en día es necesario para el éxito de toda organización crear valor y satisfacción para los clientes, estos son los principales propósitos del marketing moderno, es importante tener en cuenta las ventajas de investigar, las necesidades del cliente y partir de ahí para crear productos o servicios. La mejor forma de conocer las necesidades del cliente para satisfacerlas generando o adecuando sus productos o servicios a ellas, es a través del contacto directo que se pueda tener con los consumidores, con experiencias en las cuales el consumidor pueda conocer los productos o servicios ofrecidos en sus propias vivencias.

El objetivo del marketing se centra en el consumidor preocupándose por satisfacer de mejor manera las necesidades de una parte seleccionada del mercado. Anteriormente lo que buscaban las empresas era producir en cantidad para vender a toda la población, pero se dieron cuenta que esta estrategia no funcionaba, ya que no se complacían las exigencias de todo el mercado y se perdían relaciones de fidelidad con los clientes, es por esto que se hace necesario hacer un estudio de mercados, partiendo de una segmentación de mercados, que permita seleccionar los compradores objetivos para satisfacer la necesidades de cierta parte de la población y hacerlo de manera eficiente.

“La función de la segmentación es dividir un mercado muy grande en pequeños grupos de compradores que buscan en el producto y/o servicio el mismo conjunto de atributos con diferentes cantidades demandadas, las cuales dependen de las necesidades grupales o individuales”⁵.

Lo primero que debe hacer la pre cooperativa de Chinchorros Health Baby es decidir a quién servir, esto se hace dividiendo el mercado en segmentos de clientes. Como anteriormente se mencionó, se piensa que la tarea de las empresas es encontrar tantos clientes como sea posible y aumentar la demanda. Pero la organización sabe que no le es posible servir satisfactoriamente a todos, pues en el intento de atenderlos, no podría satisfacer bien a algunos y se corre el riesgo de no servir adecuadamente a ninguno de ellos. Es por esto que la pre cooperativa de Chinchorros Health baby debe dividir el mercado en diferentes unidades geográficas y seleccionar una parte de este, que son los consumidores que se pueden atender de modo satisfactorio para obtener utilidades y aumentar las relaciones de fidelidad con ellos.

La función de la segmentación de mercados en estos tiempos es ayudar a la empresa a enfocarse en una parte específica del mercado, es analizar el mercado para identificar grupos de consumidores con características comunes, de la cual se generen mayores beneficios que al vender a la comunidad en general, pues uno de los objetivos de las empresas es vender mejor, no vender más. Y debido al mayor tamaño de las ciudades, el incremento de la competencia, la mayor exigencia de los consumidores y el desarrollo de las técnicas de investigación de marketing, la pre cooperativa si desea ser exitosa tiene que decidir operar en una o varias áreas geográficas a las cuales les presten 100% de su atención para suplir sus gustos y necesidades.

⁵ Jany, J. (2009) Investigación integral de mercados. Bogotá. Colombia. Ed Mc Graw Hill.

Adicionalmente, los consumidores se han vuelto mucho más exigentes y piden más a sus proveedores. El cliente tiene muchos proveedores luchando por su preferencia, lo que lleva a las empresas a dedicarle mayor tiempo y esfuerzo personalizado (segmentación).

3.1 Investigación, Desarrollo E Innovación

Definición De La Misión

- ◆ La pre cooperativa **CHINCHORROS HEALTH BABY** de producción y comercialización de chinchorros para bebés en la ciudad de Sogamoso, es un proyecto de alto impacto, que se desarrollará con innovación, creatividad, liderazgo, empoderamiento, promoción y desarrollo y ventajas sistémicas; comenzando con una relación calidad/beneficio, al considerarse un producto no solo artesanal sino también con un componente de bienestar, una idea diseñada con una innovación incremental, que permite darle valor agregado al producto, fortalecimiento y usos continuos. Se fabricará un producto completamente manual, con la mejor materia prima, diseños exclusivos, garantía de calidad y al gusto de los clientes (órdenes bajo pedido), ya que, al ser un proceso artesanal, en donde su proceso productivo no involucra maquinaria, permitirá que a medida que el cliente haga su pedido sea asesorado en cuanto al diseño de su chinchorro.

Establecimiento De Los Objetivos Y Las Metas De La Empresa

Durante la elaboración del análisis de la idea de negocio se presenta un estudio de mercado el cual determina si los resultados son óptimos, si se continúa con el proyecto o se rechaza, integrado también por los factores que determinan el tamaño y la localización de la

empresa, se analiza y se concluye sobre la futura ubicación de la empresa, se establece el proceso de producción, la maquinaria y el equipo necesario para la fabricación del producto, la distribución de la empresa y la organización, el análisis de la inversión y financiamiento determinan la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

El proyecto permite concluir a partir de una serie de análisis, la viabilidad dentro del mercado al cual se dirige.

Valores Cooperativos

Al ser una empresa de economía solidaria la pre cooperativa trabajaría bajo parámetros y valores cooperativos como:

- ❖ Ayuda mutua: accionar de un grupo para la solución de problemas comunes.
- ❖ Esfuerzo propio: motivación, fuerza de voluntad de los miembros con el fin de alcanzar metas previstas.
- ❖ Responsabilidad: nivel de desempeño en el cumplimiento de las actividades para el logro de metas, sintiendo un compromiso moral con los asociados.
- ❖ Democracia: toma de decisiones colectivas por los asociados (mediante la participación y democracia) a lo que se refiere a la gestión de la cooperativa.
- ❖ Igualdad: todos los asociados tienen iguales deberes y derechos.
- ❖ Equidad: justa distribución de los excedentes entre los miembros de la cooperativa.
- ❖ Solidaridad: apoyar, cooperar en la solución de problemas de los asociados, la familia y la comunidad. También promover los valores éticos de la honestidad, transparencia, responsabilidad social y compromiso con los demás.
- ❖ Libertad: cada quién puede decidir por sí mismo lo que mejor considere para su bienestar y el de su sociedad.

Metas:

- Satisfacer las necesidades y deseos inmediatos de los clientes, ofreciendo una amplia gama de diseños de chinchorros, ofreciendo buenos precios para el consumidor y oportunidades de beneficio a los asociados.
- Ofrecer productos innovadores y soluciones que mejoren la calidad de vida de los bebés de 0-12 meses, satisfaciendo sus necesidades en cuanto a la buena postura y el descanso.
- Proporcionar a los empleados oportunidades de progreso y de asociación dentro de la cooperativa.
- Ofrecer bienes de alta calidad, con rapidez y precisión.
- Prestar un servicio personalizado a cada cliente, con el fin de cumplir cabalmente con sus requerimientos.
- Incrementar los niveles de satisfacción general de los clientes.
- Ser la empresa líder del mercado en la región por la calidad de su servicio y por la calidad del producto que se ofrece.
- Abarcar en el primer año el mercado de la ciudad, dándose a conocer a nivel regional por la eficiencia y eficacia de su trabajo.
- Aumentar mes a mes la cantidad de ventas, con el fin de mejorar la rentabilidad y de dar cada vez más oportunidades de empleo en la ciudad.

3.2 Análisis Del Sector Económico

ASPECTOS	CARACTERÍSTICAS
Producto/servicio	<p>CHINCHORRO: Es una hamaca ligera, tejida de cordeles o fibra en terlenka, en un proceso completamente manual. Es un utensilio utilizado para dormir o descansar.</p> 
Posición arancelaria	630699
Producción nacional / participación del sector	<p>Cifras exactas sobre la producción nacional de Chinchorros no se encuentra, pero según publicaciones realizadas por PROCOLOMBIA “Las exportaciones de artesanías de Colombia en 2018 alcanzaron un valor cercano a US\$3 millones, principalmente a Suramérica y Norteamérica, teniendo a Estados Unidos y Ecuador como los compradores más grandes”.</p>

<p>Regiones del país donde se elabora el producto</p>	 <p>La región del país donde se elaboran Chinchorros es la Guajira, allí se encuentran concentradas agremiaciones de artesanos, especialmente en la sierra nevada de Santa Marta.</p>
<p>Participación en la economía nacional</p>	<p>En cuanto a las artesanías la contribución al PIB es de 0.04%, del cual depende de la actividad artesanal 1.200.000.</p>
<p>La actividad económica del producto/servicio, pertenece a</p>	<p>En la mayoría de los casos las actividades económicas de producción y elaboración de chinchorros son desarrollados por agremiaciones de artesanos. Es decir, una entidad formada por un conjunto de socios para la persecución de un fin de forma estable, sin ánimo de lucro y con una gestión democrática. Es un contrato que hacen los</p>

	<p>artesanos se reúnen de manera permanente para realizar, vender y distribuir Chinchorros.</p>
<p>Tendencia de consumo del producto/servicio</p>	<p>La tendencia de consumo de los Chinchorros se presenta en regiones de clima caliente. Se necesita que el volumen de productos satisfaga las demandas del consumidor. Debido a que los chinchorros son muy apetecidos en los climas calientes se necesita una gran cantidad de productos para distribuir.</p> <p>Pero como esta idea de negocio va enfocada a niños de 0-5 años brindando un beneficio para la columna de los bebés, la tendencia al consumo sería mayor y podría encontrarse en cualquier región.</p>

Tabla 1. Análisis del sector Económico. Elaboración Propia

3.3 Análisis Del Mercado

Hoy en día, la industria cultural constituye uno de los sectores más importantes en los países Iberoamericanos, incluyendo aquí, a Colombia.

La artesanía en el país refleja la diversidad cultural y la riqueza creativa de nuestros pueblos y nuestros antepasados. La fabricación de artesanías, representa un recurso económico para los artesanos que viven de ella y que, por medio de cooperativas y sociedades, exportan sus productos.

Actualmente las posibilidades de acceso a la educación son bajas para estas personas, la falta de mecanismos de producción y la cultura y visión de vida de los artesanos retrasan el crecimiento de este sector.

El proceso productivo de artesanías se caracteriza por el trabajo manual, la utilización de instrumentos rudimentarios, materias primas de origen natural y la aplicación de métodos y técnicas tradicionales.

Mercadeo y Ventas:

Se realizarán campañas para el lanzamiento de la pre cooperativa, dándola a conocer a través de la publicidad con el fin de atraer clientes mostrándoles las ventajas con las que se cuentan. De igual manera se harán viajes a Yopal, Arauca, Santa Marta y Neiva a empresas encargadas de vender estos productos con el fin de dar a conocer la calidad y los bajos precios de la cooperativa. Esta será una forma de darse a conocer no solo a nivel municipal sino departamental adquiriendo prestigio por la excelente rentabilidad de los productos. Es por esto que se necesitan vendedores capaces de convencer a clientes potenciales de comprar los productos, y de esta manera lograr el objetivo de ventas previstas.

Canales De Distribución

Aprovechando el personal capacitado en ventas se pueden formar canales de distribución entre varios departamentos y ciudades, creando comunicaciones telefónicas con empresas que estén interesadas en adquirir nuestros productos y posteriormente haciendo visitas mostrando la calidad y excelente diseño de los chinchorros.

Mecanismos De Promoción

En cuanto a la promoción primero que todo dar a conocer el producto, ofreciéndolo por distintos medios (vía telefónica, radio, web dándonos a conocer, pancartas, anuncios y folletos que describan la cooperativa y los productos que se comercializan, etc.) garantizando calidad del material, buen trabajo en mano de obra, tintes apropiados, magnífica presentación, cumplimiento en entrega de pedidos y ante todo un muy buen precio que la haga conocer por su efectividad y la posesione en el mercado; Además mostrando los productos en distintas empresas para que observen todos los beneficios garantizando los mismos, ya que si se presenta alguna inconformidad con el usuario el problema deberá resolverse de forma inmediata.

De igual manera algunos mecanismos de ayuda a la venta serían los clientes especiales que contarían con varios beneficios dependiendo el pedido, los cuales serían manejados directamente por el gerente.

Estrategias De Mercados

Es necesario ser competitivos en el mercado, conservar los clientes potenciales y atraer cada vez más y para ello es necesario tomar estrategias como lo pueden ser:

- ✓ La empresa contaría con un personal capacitado tanto en el área artesanal como en el área de ventas, motivados y dispuestos a salir a adelante, los cuales estarían encargados de distribuir y dar a conocer los productos a las empresas que podrían necesitar de los chinchorros. Ya que si se tiene un personal capacitado y actualizado se puede brindar un mejor servicio a los clientes. Es necesario satisfacer al cliente y brindarle una buena atención no solo respecto a los productos ofrecidos sino también respecto a las relaciones y al trato que se les dé, pues un cliente feliz y satisfecho crea lealtad hacia la empresa.

- ✓ Penetrar en el mercado a través de la innovación y excelente calidad de productos. Es necesario innovar respecto a posibles necesidades y gustos del cliente, pues este acudirá a ella casi inmediatamente en busca de satisfacer su necesidad.
- ✓ Diversificación de diseños. Un portafolio amplio de estilos permite que el cliente se sienta más a gusto y con la libertad de escoger lo que mejor se adapte a sus necesidades.
- ✓ La cooperativa se debe diferenciar de las demás principalmente por buena calidad, buen precio y rapidez a la hora de entregar pedidos. Si la empresa gana nombre y se posiciona en el mercado atraerá nuevos clientes y generará lealtad hacia los que ya poseían. La mayoría de los clientes están dispuestos a pagar un buen precio por productos de buena calidad. Por esto no es necesario que los productos tengan un bajo costo. Sin embargo, se pueden planear algunas promociones o premios por lealtad.
- ✓ Fomentar la publicidad para darla a conocer.
- ✓ Se dedicarán días y horas específicas para la visita a clientes y para las actividades de mercadeo.
- ✓ Se pensará en tener una expansión regional y nacional.

Métodos De Distribución

La cooperativa contaría con un personal capacitado en todas las áreas, en el área de ventas estarían los encargados de distribuir y dar a conocer los productos a las empresas y clientes que podrían necesitarlos. Este personal se encargaría de visitar a cada uno de los posibles clientes potenciales para enseñarles personalmente el portafolio de productos de la empresa. En este caso la cooperativa llegaría a ellos brindándoles así una mayor comodidad.

Se contaría con una página Web para dar a conocer globalmente la empresa y la calidad de productos. Se publicará la imagen corporativa y datos generales en las páginas amarillas. Se

entregarán y harán folletos, pancartas y vallas publicitarias para dar a conocer los productos. De igual manera se hará publicidad en la radio y en internet.

Metodología a Utilizar

Por ser una empresa dedicada a la elaboración de productos artesanales, el objetivo real de ventas se da en su producción y comercialización, en saber lo que se quiere hacer y a donde llegar, en exigirse para conseguir los mejores resultados. Además, brinda oportunidades de empleo a varias personas de la ciudad.

Objetivos de Mercado de la Pre cooperativa de Chinchorros Health Baby

- Producir, distribuir y vender chinchorros para bebés en perfectas condiciones de calidad a uno o varios segmentos determinados, que proporcionen un posicionamiento de marca en el mercado garantizando respaldo y seguridad.

- Realizar estrategias comerciales y alianzas estratégicas con almacenes, fidelizando clientes a través de la venta y distribución eficiente de un producto en la comodidad de sus instalaciones, de manera que el producto sea más conocido en el mercado regional y nacional.

Diseño del instrumento de medición

Encuesta Para La Investigación Citada. Ver Anexo 1.

Planteamiento Del Problema (Tema). Identificar dentro de la población escogida las preferencias, gustos y posibilidad de adquirir los Chinchorros para el bienestar del bebé por medio de la aplicación de una encuesta.

Objetivo General. Diseñar, aplicar y analizar encuestas en un entorno específico, determinando y conociendo la importancia que le dan las personas a los productos artesanales y de bienestar para los bebés.

Objetivos Específicos.

- Conocer el nivel de gustos del producto en los habitantes.
- Saber aproximadamente cuanto estarían dispuestos a pagar para adquirir un Chinchorro.
- Ver si las personas apoyan el desarrollo de una empresa Sogamoseña.
- Establecer si para las personas le es importante y necesario encontrar el producto en almacenes de cadena.

Población. La población la conformarán habitantes de la ciudad, que se seleccionarán a través de un muestreo aleatorio al azar, que se encuentran comprendidos entre las edades de 18-50 años.

3.3.1 Descripción y Análisis Del Producto

Los chinchorros se elaboran con nylon terlenka, la duración de estos productos es de aproximadamente 20-30 años, dependiendo el cuidado y manejo de los mismos ya sea porque se decolore, no se tenga en un lugar limpio, que no se sepa lavar o no tener cuidado con los objetos corto punzantes.

Como se puede analizar la vida útil de estos productos es larga debido a que es un proceso completamente manual y los insumos utilizados son los mejores precisamente para que su durabilidad sea por años.



Figura 4. Estrategias Técnicas. (Fuente: <https://pequenoyfuerte.es/opiniones-deben-dormir-los-bebes-en-las-hamacas/>)

Estrategias Técnicas

- ✦ Es necesario crear un producto llamativo: La cooperativa contará con innovación y creatividad en el momento de elaborar productos nuevos y llamativos. El fuerte serían los colores y diseños que se acomodan a los gustos del consumidor.



Figura 5. Estrategias Técnicas- Tinte. (Fuente: <https://www.joman.net/cartacolores.htm>)

- ✦ Seleccionar el mercado: Se debe realizar un análisis profundo del mercado. Se necesita que el volumen de productos satisfaga las demandas del consumidor. Debido a que los chinchorros son muy apetecidos en los climas calientes se necesita una gran cantidad de productos para distribuir. También se puede aprovechar la experiencia de otras empresas para corregir errores. Pensar en una alternativa que facilite el transporte de los productos a distribuir.
- ✦ Utilizar los mejores tiñes para que en el proceso de lavado no se decolore.

- ✦ El producto más llamativo: En el caso de los chinchorros analizando las ventas y pedidos, el producto que más gusta, el más bonito y el más llamativo para el consumidor es el chinchorro con flecos. Basándose en esta información se podrían elaborar más productos de este estilo que satisfaga todas las necesidades del cliente.



Figura 6. Estrategias Técnicas- Producto Llamativo. (Fuente: <https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-503368856-hamacas-tejidas-en-algodon-tipo-cuna-bebe-colombianas->)

- ✦ Ganchos para atraer: La mejor alternativa sería hacer más publicidad por medio de redes sociales, avisos, revistas y folletos. De igual manera se podrían hacer ofertas o precios más bajos al por mayor. Brindar rapidez y eficacia al cliente. Los diseños también ayudarían debido a que manejan flexibilidad, el consumidor elige, escoge o manda hacer el modelo que desee.



Figura 7. Estrategias Técnicas- Ganchos para atraer. (Fuente: <https://www.consejoparamihuerto.com/muebles-jardin/hamacas-y-tumbonas/hamacas-colgantes-para-ninos/>)

- ⊕ **Diversidad:** Existen varios modelos, diseños y alternativas para seleccionar un chinchorro. Sería necesario contar con varios modelos de cada diseño que permita al comprador elegir el mejor para sus gustos. Un portafolio amplio permite que el cliente se sienta más a gusto y con la libertad de escoger lo que mejor se adapte a sus necesidades.



Figura 8. Estrategias Técnicas- Diversidad. (Fuente: <https://www.consejosparamihuerto.com/muebles-jardin/hamacas-y-tumbonas/hamacas-colgantes-para-ninos/>)

3.3.2 Análisis de la demanda-consumidor o cliente

El estudio de la demanda representa una parte vital del proyecto. La información debe ser global y se debe desglosar hasta enfocarse en el grupo específico de demanda (nicho de mercado), identificando las necesidades generales.

Según los datos del último censo general de población, realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), la República de Colombia contaba en el año 2018 con 48.258.494 habitantes, de los cuales 31.886.6024 (74,3%) habitan en las cabeceras municipales o distritales y 11.001.9905 (25,7%) en el sector rural.

Analizando estas cifras podemos mencionar que los nichos de mercado de la pre cooperativa como anteriormente lo mencionamos, se encuentra localizada en la ciudad de Sogamoso, que cuenta con aproximadamente 200.0210 habitantes. Según la población

anteriormente presentada, encontramos que aproximadamente un 51% de la fuente de ingresos de los hogares tienen como principal fuente de ingresos su salario.

Los chinchorros no son productos con una demanda muy elevada y su nicho se debe buscar con cuidado, teniendo en cuenta que los productos de tipo étnico son apreciados por los turistas y por lugares de clima cálido, pero como en este caso se presenta un beneficio adicional para el cuidado de la salud del bebé, se espera sean adquiridos en mayor cantidad.

Actualmente un 70% de los niños recién nacidos, tienen problemas de la columna, asociados a la mala postura, por lo tanto, se puede aprovechar esta enorme cantidad, para dar a conocer los beneficios del producto, y lograr conseguir clientes a través de las necesidades de sus hijos, la pre cooperativa sería capaz de cubrir más o menos un 80% en los nichos seleccionados, es decir en niños de 0-12 meses para mejorar la postura o prevenir problemas futuros.

La demanda potencial y real de la pre cooperativa cuenta con varias fortalezas pues en Sogamoso no existen empresas que elaboren chinchorros, y mucho menos enfocadas a la salud del bebé, y como el proceso de elaboración es totalmente manual las personas inicialmente trabajarían en sus casas por lo cual no tendrían inconveniente a nivel familiar, y el local se encargaría solo de vender los productos. Y como no existe competencia en Sogamoso se tendría una gran oportunidad.

En la actualidad la comercialización de este tipo de producto se da durante todo el año, incrementándose su demanda en las temporadas altas y de turismo (Semana Santa, Vacaciones Escolares y Temporada Decembrina).

3.3.3 Segmentación Objetiva del Proyecto

-MACRO SEGMENTACIÓN



Figura 9. Segmentación Objetiva. (Fuente: <https://es.slideshare.net/destrella/segmentacin-de-mercados-2711252>)

EMPRESA	SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA
<p data-bbox="326 1024 659 1192"><i>PRE COOPERATIVA DE CHINCHORROS HEALTH BABY</i></p>  <p data-bbox="279 1688 701 1829">Figura 10: Segmentación demográfica (Fuente: https://www.questionpro.com/es/Segmentacion-geografica.html)</p>	<p data-bbox="727 957 1495 1329"><u>Región del mundo o país:</u> Colombia cuenta con 48.258.494 habitantes, de los cuales el departamento de Boyacá cuenta con 1.282.063 habitantes según datos del censo 2018, en los que la empresa puede suplir las necesidades del 30% de la población del departamento con sus chinchorros para bebés de 0-12 meses.</p> <p data-bbox="727 1360 1495 1528">La compañía puede distribuir sus productos en el departamento de Boyacá, empleando a personas de la región.</p> <p data-bbox="727 1560 1495 1864"><u>Región del país o ciudad y tamaño:</u> Por su ubicación en la ciudad de Sogamoso, con 200.021 habitantes, puede ofrecer productos a un 80% de la población demandada, de los cuales aproximadamente 10.000 son menores de 0 a 12 meses de edad y estarían dispuestos a adquirir los</p>

	<p>chinchorros, por ser una empresa de la ciudad y porque genera enormes beneficios en la salud del bebe.</p> <p>De igual manera por ser una ciudad que se comunica con los Llanos Orientales y con el centro del país, favorece las posibles distribuciones en estas regiones donde los productos son más comerciales.</p>
--	---

Tabla 2. Segmentación Geográfica- Elaboración Propia

EMPRESA	SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA
<p><i>PRE COOPERATIVA DE CHINCHORROS HEALTH BABY</i></p>  <p>Figura 11. Segmentación Demográfica- https://www.oleoshop.com/blog/criterios-de-segmentacion-de-mercado</p>	<p><u>Edades:</u> Las edades a las cuales van enfocadas los productos van desde los 0-12 meses de edad.</p> <p><u>Sexo:</u> Femenino y masculino</p> <p><u>Raza:</u> Hispanoamericano, negro o blanco.</p> <p><u>Ingresos:</u> por ser un producto artesanal, el precio de venta es un poco alto, por lo cual se considera que una persona con ingresos superiores al mínimo (\$828.116) podría adquirirlo fácilmente.</p> <p><u>Religión:</u> Dependiendo las distintas religiones de los países las formas, costumbres y maneras de cuidar su salud son distintas ya sea católico, evangélico, protestante, musulmán, judío, hindú. En su mayoría la población Sogamoseña es católica y cristiana, en donde los cuidados de los bebes no son dependientes a su religión.</p>

	<p><u>Nacionalidad:</u> Colombiana o algún turista amante de las artesanías.</p> <p><u>Generación:</u> Baby Z.</p>
--	--

Tabla 3. Segmentación Demográfica- Elaboración Propia

EMPRESA	SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA
<p>PRE COOPERATIVA DE CHINCHORROS HEALTH BABY</p>  <p>Figura 11. Segmentación Psicográfica. (Fuente: https://sites.google.com/site/merkaportafolio/3-segmentacion-psicografica)</p>	<p><u>Estilo de vida:</u> Personas trabajadoras, con costumbre de cuidado de la salud, padres o familiares preocupados por la buena postura del bebe.</p> <p><u>Personalidad:</u> Compulsivos, estables, ahorradores, exigentes.</p> <p><u>Valores:</u> Respeto, responsabilidad, cumplimiento, amor, honradez, amabilidad, tranquilidad.</p> <p><u>Actitudes:</u> Ayuda, colaboración, desprecio, explosivas, agradables.</p>

Tabla 4. Segmentación Psicográfica- Elaboración Propia

EMPRESA	SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL
	<p><u>Ocasionales:</u> Según las ocasiones en que conciben la idea de comprar, se presenta la segmentación por ocasión ya que es</p>

<p><i>PRE COOPERATIVA DE CHINCHORROS HEALTH BABY</i></p>  <p>Figura 12. Segmentación Conductual- (Fuente: https://www.marketeroslatam.com/segmentacion-conductual/)</p>	<p>un producto que por su larga duración solo se adquiere una vez en la vida.</p> <p><u><i>Beneficiosos:</i></u> En cuanto a calidad, servicio, ahorro, conveniencia y rapidez los chinchorros son productos artesanales que cumplen con todas las expectativas y requerimientos tanto de salud, como descanso y como decoración.</p> <p><u><i>Estatus del usuario:</i></u> Se presentan usuarios habituales (consumidores minoristas), primerizos (clientes que prueban nuevas opciones) y potenciales (almacenes de cadena y tiendas)</p> <p><u><i>Frecuencia de Uso:</i></u> usuario ocasional, usuario medio, usuario intensivo.</p> <p><u><i>Estatus de lealtad:</i></u> Los usuarios presentan una lealtad hacia el producto alta, por sus grandes estándares de calidad y durabilidad.</p> <p><u><i>Actitud hacia el producto:</i></u> Entusiasta al saber que es un producto de una empresa de la región, positiva al evaluar precio y calidad.</p>
--	---

Tabla 5. Segmentación Conductual- Elaboración Propia

-Tamaño del mercado

Basado en lo anterior, seleccionando un marketing concentrado, en cuanto a la pre cooperativa de Chinchorros Health Baby el posible tamaño del mercado meta para el proceso de segmentación del producto escogido sería:

Segmento por región del país o ciudad y tamaño, segmento edad, segmento por ingresos, segmento por personalidad, segmentos ocasionales, beneficiosos, estatus del usuario y frecuencia de uso.

- Participación en el mercado

En las ciudades de clima caliente existe una gran cantidad de personas dedicadas a la fabricación de chinchorros, ello en virtud de ser este un bien muy autóctono. Sin embargo, es válido destacar que son muy escasas las personas jurídicas (Cooperativas, Firmas Personales o cualquier otra figura asociativa), dedicadas a la producción de chinchorros, realidad que le suministra a la pre cooperativa ventajas comparativas en cuanto a la comercialización y tramitación de recursos para lograr incrementar su capacidad de producción. Siendo nula la competencia en lo referente a los beneficios que presta el producto en la salud del bebe.

El éxito del proyecto depende de contar con oferta suficiente, capacidad administrativa, estrategia de distribución adecuada y promoción a través del canal correcto.

- Demanda Potencial

Para el presente caso se puede aplicar una estrategia de marketing concentrado (de nicho). En donde las empresas buscan la participación de uno o varios segmentos, o nichos. "Por medio del marketing concentrado la compañía obtiene una posición más sólida en el mercado gracias a un mayor conocimiento de las necesidades del consumidor en los nichos que atiende y a la reputación especial que adquiere. Puede efectuar un marketing más eficaz al ajustar sus productos, precios y programas a las necesidades de segmentos cuidadosamente definidos; y promoverse de modo más eficiente al enfocar sus productos solo hacia los consumidores a quienes puede servir mejor y de manera más redituable."⁶

⁶ Gary, A; Kloter, P. (2008) Fundamentos de Marketing. México. Ed Pearson.

1. Se deben evaluar los segmentos: que tan grandes son y que tan grandes podrían llegar a ser, el atractivo del segmento para la empresa y finalmente los objetivos y recursos con los que cuenta la empresa para llegar a satisfacer ese grupo de consumidores.
2. Selección del segmento: Para el caso estudio mercadotecnia concentrada. Se debe tener en cuenta para elegir el segmento que:
 - a) Sea llamativo: Que tenga tendencia a crecer, que este poco o mal atendido, que tenga el tamaño necesario para cubrirlo todo.
 - b) Prefiere características del producto en las cuales se tiene fortalezas y son fáciles de atender.
 - c) Sea fácil para posicionar el producto o que ya este posicionado.
 - d) La empresa tenga capacidades para atenderlo.
 - e) La empresa pueda comunicarse con el fácilmente para observar su comportamiento.
 - f) Pueda abastecerlo.

En lugar de concentrarse en un mercado grande y lograr una participación pequeña esta empresa podría concentrarse en una participación grande dentro de uno o varios segmentos, o nichos, con el fin de atenderlo completamente y estar pendiente de todas las necesidades. Como los nichos son grupos más pequeños atraen a pocos competidores, sería excelente para el caso de la empresa Chinchorros Health Baby, de esta manera se crea un grupo de consumidores que estarían dispuestos a pagar más por los productos.

3.4 Análisis de la oferta y de la competencia

En la ciudad de Sogamoso no existe ninguna empresa que se encargue de elaborar chinchorros, es por esto que la competencia en la ciudad sería nula. Pero si se desea distribuir o abrir nuevos mercados en Yopal, Arauca o Neiva la competencia va a ser mayor porque existe variedad de empresas (pequeñas, medianas y grandes) que afectarían de manera directa.

Allí todas estas empresas poseen tecnología relacionada con la producción de las materias primas que se necesitan para la elaboración de los chinchorros como lo son el nylon y los telares. Aunque pueda ser difícil la competencia en estas ciudades con buenos productos y relaciones se puede superar. La competencia directa en este momento sería en Nobsa donde se elaboran productos artesanales, pero no existe oferta de chinchorros solo hamacas. Adicionalmente ninguna de las empresas ofrece beneficios en la salud de la postura del bebe, por lo tanto, se podría aprovechar esta información para llegar a mayor cantidad de clientes.

3.4.1 Análisis de los precios

Como en todo el proceso de elaboración de los chinchorros los costos son relativamente bajos, debido a que los procesos son manuales, entonces se puede imponer un precio razonable y bajo para que se prefiera estos productos. Además, muchas personas prefieren calidad en vez de cantidad, y como los productos van a estar muy bien elaborados con diseños exclusivos o bajo pedido el cliente no encontraría ningún inconveniente en el momento de pagar por un buen chinchorro.

Formas de pago.

Se determina que debido a los bajos costos en comparación con el resto del mercado los clientes aceptarían pagar en el local en efectivo o realizando pedidos por consignación.

En caso de grandes pedidos el pago se podría hacer el 60% de anticipo y el 40% a las dos semanas de entregar el pedido.

Clientes.

El consumidor principalmente se deja llevar por sus gustos, preferencias y personalidad, como se les presentara distintos diseños estos son cubiertos dependiendo la aspiración de cada

uno. El deseo de comprar un producto de buena calidad y que satisfaga sus necesidades de salud en los bebés es otro punto importante pues estos factores son los que determinan que la compra se realice o no. Por tanto, se hace necesario enfocarse en la atención al cliente en el momento de vender y elaborar ya que de sus gustos y opiniones depende el éxito de la empresa.

Competencia.

En el mercado de chinchorros este factor es muy importante porque existen muchas empresas dedicadas a esta labor, por tanto, la pre cooperativa de chinchorros “Health Baby” debe sobresalir sobre las demás demostrando calidad y cumplimiento en sus tejidos. Algunas de las empresas Colombianas dedicadas a esta labor son:



Figura 13. Análisis de los precios – Competencia
(Fuente: <https://co.pinterest.com/anasaidez/chinchorro-saidez/>)

HAMACAS DE DIOSSES

Figura 14. Análisis de precios – Competencia
<https://hamacasdediosses.com/>

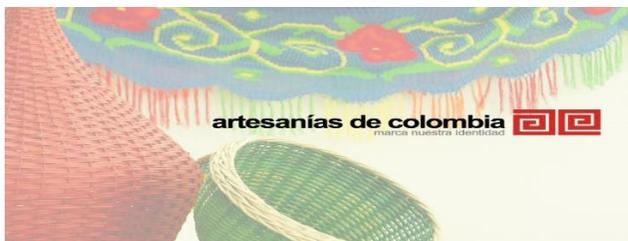


Figura 15. Análisis de precios – Competencia
<http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Contenido/ListaTag.jsf?tag=%20Guajira>

Es de aclarar que ninguna de estas empresas se encuentra ubicadas en el departamento de Boyacá, y adicionalmente ninguna se enfoca en la salud de los bebés.

Costos.

Para el primer año que se desea iniciar la pre cooperativa en el 2020, se presentan las siguientes hojas de costos, para los tres tamaños de chinchorros:

HOJA DE COSTOS									
ORDEN DE PEDIDO 0001									
METODO PEPS AÑO 2020									
CANTIDAD DE UNIDADES.				693	PRODUCTO A (CHINCHORRO GRANDE)				
MATERIALES DIRECTOS				MANO DE OBRA DIRECTA				OTROS GASTOS G.F	
Concepto	Cant	Valor unitario	Valor total	Concepto	Cant. Unit	Valor Unitario	Valor Total	Concepto	Valor Total
Nylon terlenka No 6	1,386	20,000	27,720,000	Tejedor producto A	3	7,732,200	23,196,600	Arriendo	40,000
Anilina	693	5,000	3,465,000					Servicios	20,000
Nylon No 15 para las manijeras	693	10,000	6,930,000					Publicidad	13,333
Peinilla	693	83	57,727					Otros	13,333
TOTALES		\$35,083	\$38,172,727				\$23,196,600		\$86,667

Materiales directos	38,172,727
Mano de obra directa	23,196,600
CIF	86,667
Total cto producción	61,455,994
cto unitario	\$88,681

AUXILIAR DE GASTOS	
ARRIENDO	10,000
SERVICIOS	5,000
PUBLICIDAD	3,333

OTROS	3,333
TOTAL GASTOS	\$21,667
GASTO UNITARIO	\$31
PRECIO DE VENTA	
\$ 164,118	

Tabla 6. Hoja de Costos – Orden de pedido 0001 – Elaboración Propia

HOJA DE COSTOS ORDEN DE PEDIDO 0002 METODO PEPS 2020									
CANTIDAD DE UNIDADES.				1430	PRODUCTO B (CHINCHORRO MEDIANO)				
MATERIALES DIRECTOS				MANO DE OBRA DIRECTA				OTROS GASTOS G.F	
Concepto	Cant	Valor unitario	Valor total	Concepto	Cant Unitari	Valor Unitario	Valor Total	Concepto	Valor Total
Nylon terlenka No 6	2,145	20,000	42,900,000	Tejedor Producto B	5	7,732,200	38,661,000	Arriendo	40,000
Anilina	1,430	5,000	7,150,000					Servicios	20,000
Nylon No 15 para las manijeras	1,430	10,000	14,300,000					Publicidad	13,333
Peinilla	1,430	83	119,119					Otros	13,333
TOTALES		\$35,083	\$64,469,119				\$38,661,000		\$86,667

Materiales directos	64,469,119
Mano de obra directa	38,661,000
CIF	86,667
Total cto produc	103,216,786
Cto unitario	\$ 72,180

AUXILIAR DE GASTOS	
ARRIENDO	10,000
SERVICIOS	5,000

PUBLICIDAD	3,333
OTROS	3,333
TOTAL GASTOS	\$21,667
GASTO UNITARIO	\$15

PRECIO DE VENTA	
\$	158,828

Tabla 7. Hoja de Costos – Orden de Pedido 0002 – Elaboración Propia

HOJA DE COSTOS ORDEN DE PEDIDO 0003 METODO PEPS 2020										
CANTIDAD DE UNIDADES.				385	PRODUCTO C (CHINCHORRO PEQUEÑO)					
MATERIALES DIRECTOS				MANO DE OBRA DIRECTA				OTROS GASTOS G.F		
Concepto	Cant	Valor unitario	Valor total	Concepto	Cantidad Unitario	Valor Unitario	Valor Total	Concepto	Valor Total	
Nylon terlenka No 6	385	20,000	7,700,000	Tejedor Producto C	2	7,732,200	15,464,400	Arriendo	40,000	
Anilina	385	5,000	1,925,000					Servicios	20,000	
Nylon No 15 para las manijeras	385	10,000	3,850,000					Publicidad	13,333	
Peinilla	385	83	32,071					Otros	13,333	
TOTALES		\$35,083	\$13,507,071				\$15,464,400		\$86,667	

materiales directos	13,507,071
Mano de obra directa	15,464,400
CIF	86,667
total cto produc	29,058,137
cto unitario	\$75,476

AUXILIAR DE GASTOS	
ARRIENDO	10,000
SERVICIOS	5,000
PUBLICIDAD	3,333
OTROS	3,333
TOTAL GASTOS	\$21,667
GASTO UNITARIO	\$56

PRECIO DE VENTA
\$128,404

Tabla 8. Hoja de Costos- Orden de Pedido 0003 – Elaboración Propia

3.5 Proyecciones De Ventas

Los clientes más importantes serían las empresas encargadas de vender los Chinchorros en las zonas anteriormente mencionadas, y como la cooperativa depende principalmente de los clientes se les dará comodidades de pago y garantía de los productos que adquieren. Principalmente es necesario ganar la confianza de los clientes para ganar su lealtad y mantenerlos activamente adquiriendo los productos. Las ventas mencionadas anteriormente pueden variar sustancialmente por eso solo se nombra una estimación.

Para tener mayor efectividad y motivación en el momento de vender se diseñarán metas y objetivos para que se puedan cumplir al vendedor (que inicialmente solo será uno mientras se posesiona la empresa en el mercado) y al gerente.

Se proyectan las ventas con base en el crecimiento de la empresa y de un supuesto de mercado con los estudios realizados. Para las unidades a producir se asume un 10% sobre la proyección de las ventas, de manera que se garantice un stock de inventarios suficiente para cubrir todas las ventas.

4. Estudio Técnico/Operacional

4.1 Ficha Técnica

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Chinchorros Health Baby, ofrece al mercado Chinchorros elaborados a través de un proceso completamente manual, que asegura los altos estándares de calidad de los productos. Una muestra completamente artesanal con la utilización de técnicas de urdida, hiladura, tejeduría y encabullerada.

Época de elaboración: Este producto se elabora durante todas las épocas del año, se encuentra bajo órdenes de pedido a gusto de los clientes.

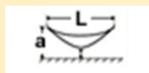
Medidas y peso:

- Producto A: 225x140 cm, 0,50 kg.
- Producto B: 160x120 cm, 0,35 kg.
- Producto C: 100x90 cm, 0,20 kg

Soporta hasta: 150 kg sin importar sus medidas.

Tipo de Tejido: Tejido en cadena (nylon terlenka)

Esquema de montaje: Entre extremos 340 cm- a 90 cm de altura



-Cuidados: Lavar a mano Max 30°, guindar para secar.



-Duración: 20-30 años

-Precauciones: Mantenerlo alejado de objetos cortos punzantes.

Figura 16. Estudio técnico/ Operacional – Ficha Técnica – Elaboración Propia

4.2 Análisis Proceso de Producción

- ❖ **Aprovisionamiento y selección de materia prima:** La elaboración de los chinchorros requiere varios elementos: telares, nylon terlenka de colores, hilo para manijeras de colores y peinillas de distintos tamaños. El suministro se realiza con la selección de materias primas de mayor calidad, acudiendo a los proveedores y lugares donde estos se encuentren.
- ❖ **Armar los telares:** Se comienza amarrando los palos en las esquinas, formando un cuadro con estos dependiendo el tamaño del chinchorro que se desea elaborar.
- ❖ **Urdida:** La elaboración comienza con la urdida. Se coloca el telar de manera horizontal, se toma un cono de hilo y se empieza a pasar de lado a lado por el telar siempre por encima, teniendo mucho cuidado en no equivocarse, en que los hilos no se caigan ni se monten.
- ❖ **Tejido a mano:** Se coloca el telar de manera vertical y se comienza a tejer las parejas de hilos. Dependiendo el diseño cada tejido se hace de 20 nudos aproximadamente hasta terminar el chinchorro.
- ❖ **Técnica de peinado para apretar el tejido:** Después de tener el tejido se procede a peinar, atravesando un palo por la mitad y peinándolo hasta subir el tejido completamente.
- ❖ **Corregir errores:** En el momento en que se ha peinado completamente se revisa el tejido corrigiendo los errores que hayan, si los hay.
- ❖ **Continuar tejiendo y peinando:** Se continúa con el mismo proceso de tejido y peinado hasta terminar el chinchorro completamente.
- ❖ **Se hacen los flecos (opcional):** Si el chinchorro lleva flecos de nuevo se coloca el telar horizontalmente, se cuelgan hebras a lado y lado y se comienzan a armar los flecos.
- ❖ **Clasificación:** Todos los chinchorros fabricados siguen un proceso de selección, en donde se revisa que se encuentren en buen estado, y que el color permanezca uniforme. Corrigiendo los errores en el tejido o desechándolo por falta de color. Estos productos siguen controles de calidad para luego ser distribuidos y vendidos.

- ❖ Distribución y venta: Los chinchorros se preparan para el transporte, se guardan en sus mochilas y finalmente en cajas para el envío a los clientes.



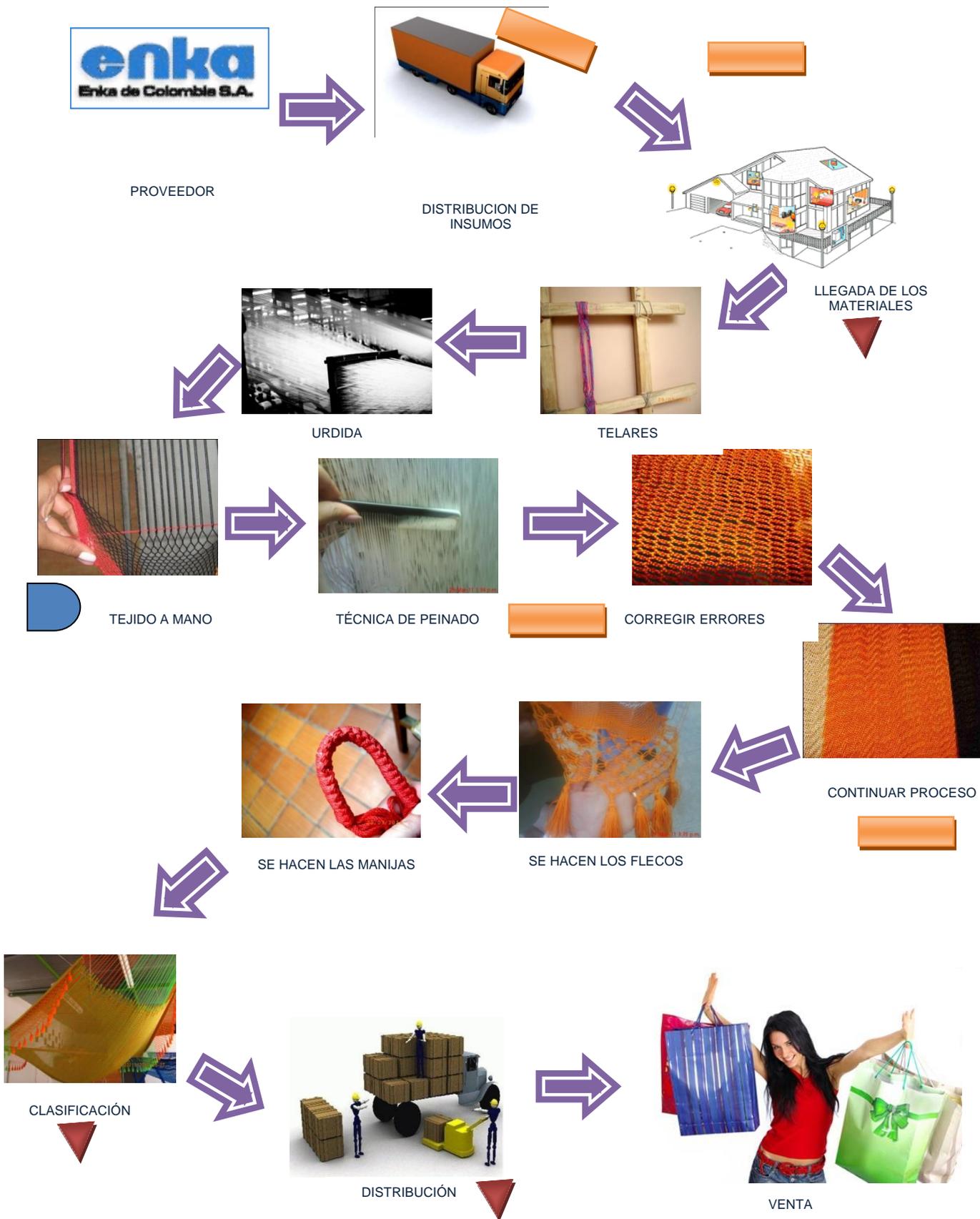
Figura 17. Proceso productivo actual de un chinchorro – Distribución y Venta

Estrategias de para el proceso productivo de un chinchorro aplicable a la cooperativa de chinchorro health baby

Analizando cada uno de los pasos del proceso productivo se puede observar que:

- ✓ **Aprovisionamiento y selección de materia prima:** En este proceso los insumos deberían llegar a la cooperativa, facilitando su obtención y de esta manera disminuyendo demoras en el proceso. De igual manera se podría prevenir la falta de material (comprando por cantidad), los insumos estarían a la hora que se necesitan, en el momento y la cantidad precisa, el desplazamiento hasta conseguir los materiales (el transporte sería mucho más fácil teniendo en cuenta que los conos son grandes y pesados) y problemas que entorpecerían el proceso.
- ✓ **Armar los telares:** Como solo se necesita un telar por tejedor, estos se pueden dejar armados disminuyendo tiempo en el proceso y de igual manera poniéndolos en un lugar en donde no incomode a los demás.
- ✓ **Urdida:** En el momento de la urdida el proceso se demora debido a que se realiza entre varias personas, por lo tanto, sería bueno que un solo trabajador se encargara de este proceso, así se reducirán las fallas y los hilos quedaran parejos de lado y lado.
- ✓ **Tejido:** Las fallas se presentan por errores en el tejido por lo cual se debe contar con personal capacitado y especializado.
- ✓ **Peinado:** De igual manera que con el tejido el peinado se debe realizar de manera correcta con personal con experiencia.
- ✓ **Corregir errores:** Los errores se presentan en el momento de tejer por eso se deben tratar de evitar al máximo, tomando medidas desde las etapas anteriores.
- ✓ **Clasificación:** Este proceso se debe hacer de manera muy ordenada y selectiva, pero teniendo en cuenta que si se toman las medidas anteriores serán muy pocos o casi nulos los chinchorros desechados.
- ✓ **Distribución y venta:** Estos pasos se deben realizar de una manera rápida para que lleguen al consumidor y la venta sea exitosa. Todo esto con el fin de optimizar el proceso.

Flujograma Proceso Productivo



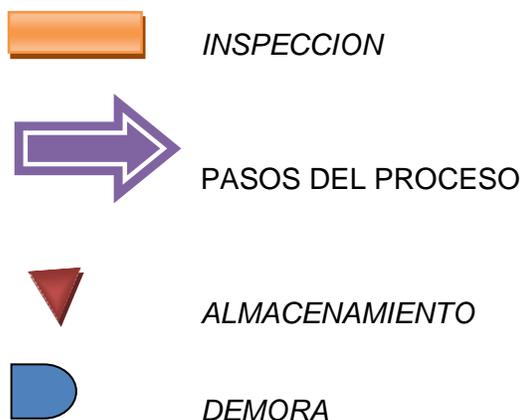


Tabla 9. Estrategia / Proceso Productivo – Elaboración Propia

Imágenes Fuentes: <https://www.enka.com.co/>
<https://www.moldtrans.com/>
<https://steemit.com/spanish/@yormely/el-chinchorro>
<https://www.youtube.com/watch?v=dR5nZWNEF74>
<https://www.ica.gov.co/getattachment/a1be26c2-af09-4635-b885-c3fcea723.aspx>
<https://www.researchgate.net/figure/Distribucion-de-frecuencias-de-captura>
<https://hamacasdedioses.com/producto/chinchorro-wayuu-bahia/>

4.3 Plan de producción

La empresa maneja un sistema de inventarios PEPS, se proyecta como política de inventarios terminados un 10% sobre el total de las ventas.

De los gastos como arrendamiento, publicidad, servicios y otros el 80% corresponde a la parte de producción y el 20% a las ventas.

4.4 Plan de compras

Todas las materias primas son de fácil consecución en el mercado local. Los principales proveedores de materias primas son:

- ❖ Enka de Colombia S.A ubicada en Medellín (Nylon Terlenka).
- ❖ Carpintería (Telares).
- ❖ Almacenes de cadena (Peinillas y anilina).

4.5 Análisis de costos

Se hace necesario analizar los diferentes costos para los productos que se van a fabricar en la pre cooperativa, como son 3 diferentes tamaños se pueden determinar costos fijos y variables. Dentro de los fijos se encuentran el arriendo, los servicios y la publicidad. Y dentro de los costos variables se analiza de cada producto el material que se consumirá, para este caso el nylon terlenka, anilina, nylon para las manijeras, peinillas, y el costo de la mano de obra. Es por esto que dentro de la proyección financiera se incluye los costos de cada producto.

4.6 Análisis de la infraestructura

Debido a que cada persona trabajará de manera independiente en sus casas elaborando los chinchorros el local ubicado en la calle 6 sur No. 11-38 solo se dedicará a la venta de los productos, de igual manera en este lugar se encontrarán las oficinas en donde se comercializarán telefónicamente y se crearán contactos para distribuirlos. Este local cuenta con todos los servicios domiciliarios agua, energía, alcantarillado, internet y una línea telefónica

“La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc”.⁷Dentro de esta pre cooperativa se llevara a cabo distintos procesos que requieren un espacio suficiente para poder realizar la tarea efectivamente.

En el caso de que se presente la posibilidad de un espacio para trabajar, se podría estructurar una planta para el tejido, en donde madres cabezas de familia que se les facilite dirigirse a la planta pudieran trabajar allí.

⁷ Programa de Fomento Educativo (15 febrero de 2019) Tomado de <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r49780.PDF>

Por tanto, sería necesario acomodar todos los espacios, como muestra la gráfica 1, haciendo una puerta grande para poder acceder a los insumos, y poniendo una sola persona encargada de sacarlos, recibirlos y organizarlos, la propuesta sería ser organizados, ubicando los materiales para que estén al alcance más rápido y que todo esté donde tiene que estar, para que no haya demoras ni accidentes.

En el taller una excelente forma de reducir los espacios sería creando equipos de trabajo en donde los empleados solo se movilicen en su lugar y no estén por todo el taller. Así no solo se reduce espacio, sino que se aumenta la producción y se hacen los pedidos de manera más rápida.

Se debe tener en cuenta: Mover el material lo menos posible, ordenar las áreas de trabajo para que cada proceso esté en donde le corresponde, usar el espacio de forma efectiva, buscar la satisfacción y seguridad de los trabajadores, tener una distribución flexible facilitando modificación y reordenamiento en el futuro.

Las ventajas de utilizar esta distribución son:

- *Se reducen los riesgos de accidentes de trabajo, eliminándose lugares inseguros, pasos peligrosos y materiales en los pasillos.
- * Se aumenta la producción, ya que cuanto más perfecta es una distribución se disminuyen los tiempos de proceso y se aceleran los flujos.
- * Se obtiene un menor número de retrasos, reduciéndose y eliminándose los tiempos de espera, al equilibrar los tiempos de trabajo.
- * Se obtiene un ahorro de espacio, al disminuirse las distancias de recorrido y materiales en espera.

* Se utiliza mejor la mano de obra y los insumos.

* Se mejora y facilita el control de costos, al reunir procesos similares, que facilitan la contabilidad de costos.

Gráfica 1

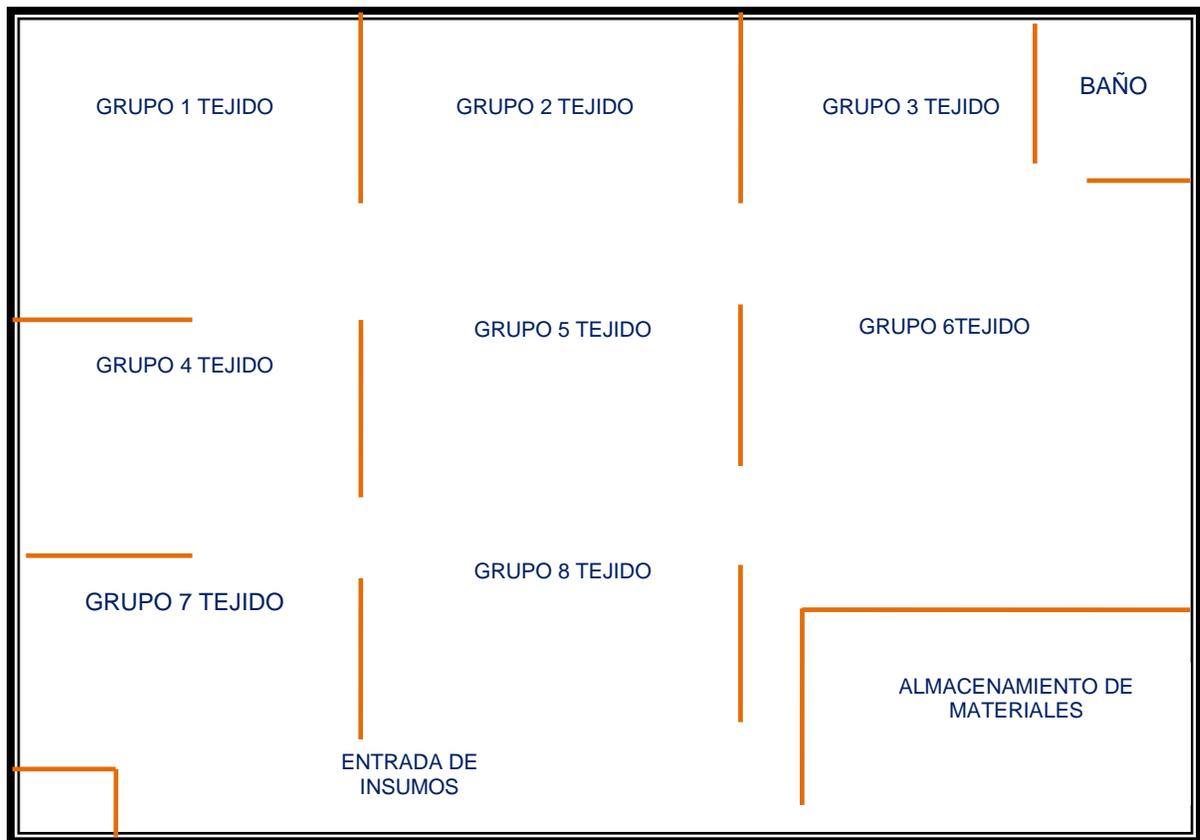


Figura 18. Logística y Distribución de la planta de la empresa- Elaboración Propia

En el momento de adquirir el producto se tendría la garantía de ser de excelente calidad y muy bien elaborado. Los clientes serán atendidos directamente en el local o podrían hacer pedidos vía telefónica o por internet, los gastos de envío corren por cuenta del consumidor. Como anteriormente se mencionó para pedidos mayores de 100 unidades se darán facilidades de pago, 60% de anticipo y 40% a las dos semanas de entregar el pedido.

5. Estudio Organizacional y Legal

CHINCHORROS HEALTH BABY será una pre cooperativa, con capital privado. Compuesta por tres asociados capitalistas ANDREA DEL PILAR ORTIZ SALAMANCA, MARTHA INES AVELLA GONZALEZ Y ANDREA DEL PILAR SALCEDO actuando como la gerente de la empresa.

5.1 Estructura organizacional

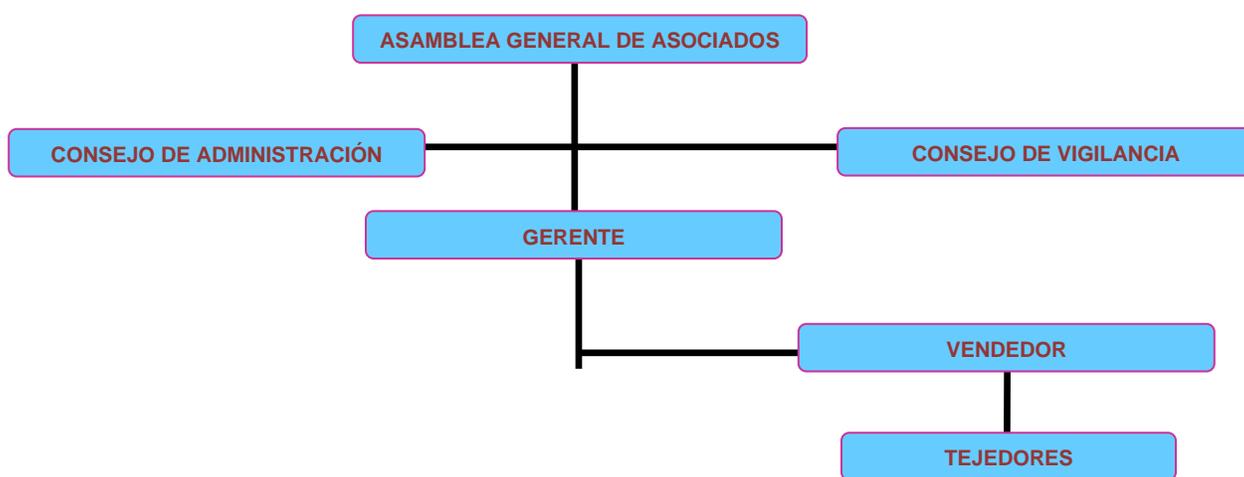


Tabla 10. Estructura Organizacional – Elaboración Propia

La Gerente al igual que el vendedor laborará tiempo completo. El consejo de Administración y de vigilancia serán elegidos por la asamblea. Las funciones del gerente son administrar, organizar, dirigir y controlar que cada uno de los procesos de la empresa se lleve de manera adecuada. Las funciones del vendedor serán promocionar los productos, realizar llamadas y contactar clientes potenciales.

Cada uno de los 10 tejedores trabajará medio tiempo en sus hogares, y serán los encargados de realizar el proceso productivo de los chinchorros.

5.2 Análisis de Cargos

- **Análisis y descripción de cargos para el gerente**

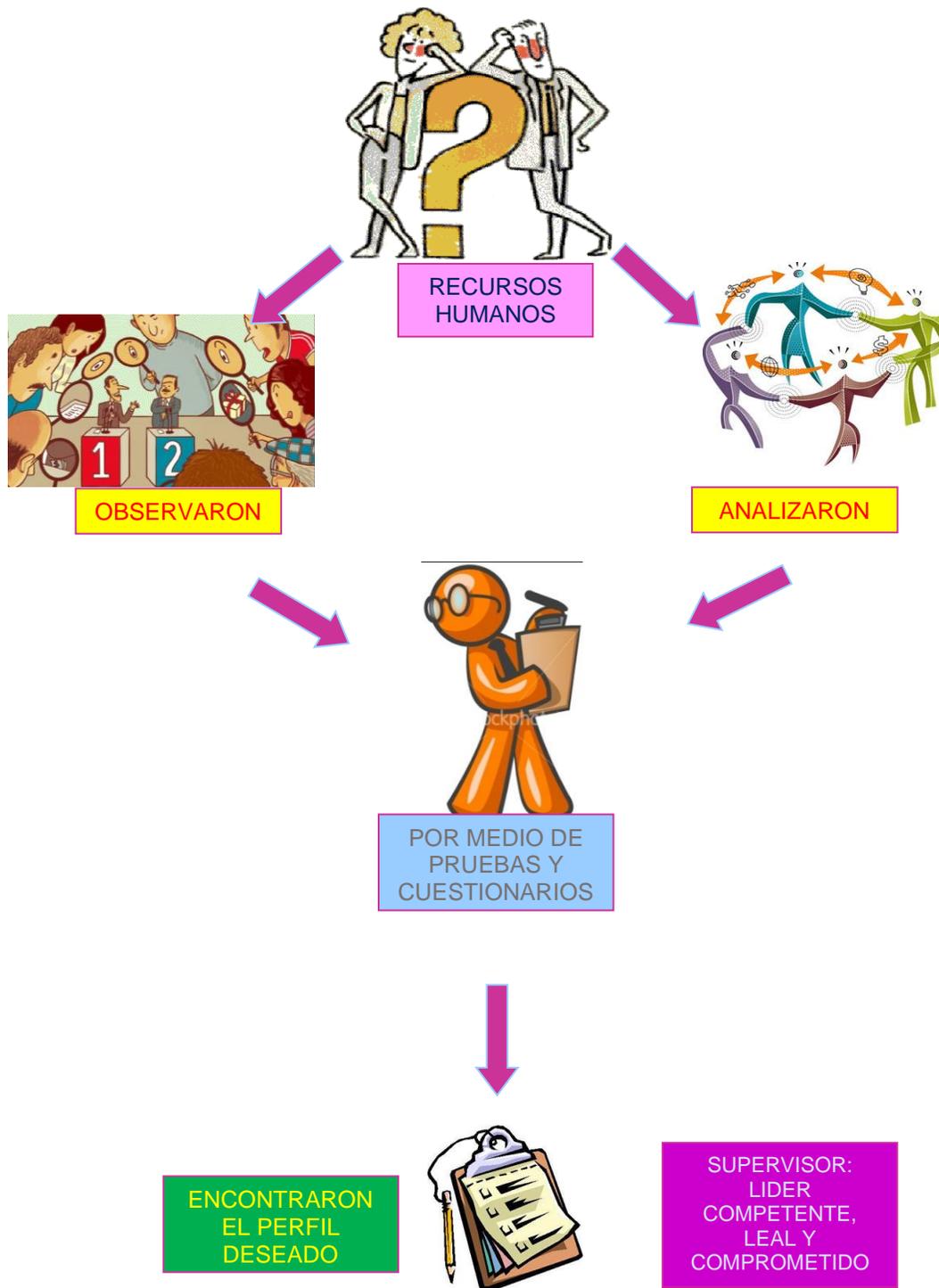


Tabla 11. Análisis del Cargo – Elaboración Propia.

Imágenes Fuente: <https://blog.aitana.es/2019/09/03/importancia-recursos-humanos-empresa/>
<http://www.marketingdepymes.com/blog/general/observacion-en-la-empresa>
<https://www.amitai.com/es/pruebas-laborales-ayudar-desempeno-empresa/>

A continuación, se presentará el análisis de cargos para el gerente de la compañía:

Objetivos del Cargo.

- ✚ Programar, dirigir y controlar el proceso productivo cumpliendo con los requerimientos de productividad y rendimiento, asegurando los estándares de calidad exigidos y administrando eficientemente los recursos humanos y materiales, atendiendo en todo a la Política, Misión y Visión de la Empresa.
- ✚ Desarrollar una cultura en las personas en conductas de Prevención de Riesgos e Higiene en el Trabajo.
- ✚ Colaborar con ideas y procedimientos que aumenten la productividad de los trabajadores en forma individual y de la empresa en su conjunto.
- ✚ Entregar una atención humanizada y con trato amable a todos los trabajadores de la Empresa.

Descripción del Cargo. Nombre del cargo: Gerente General.

- Nivel y campo académico: Título Profesional en Administración de Empresas, Marketing, Economía o carreras afines, con especialización en Gestión para el desarrollo empresarial.
- Experiencia laboral: De 3 años en adelante en instituciones y posiciones similares.
- Edad: Mínimo 25 años.
- Sexo: Indiferente.
- Destrezas generales: Juicio y toma de decisiones. Pensamiento analítico y conceptual. Orientación a resultados. Orientación al cliente. Destreza matemática. Asertividad, firmeza y liderazgo en el manejo de grupos y toma de decisiones.
- Perfil del Ocupante: estable emocionalmente, responsable, gran sentido de pertenencia hacia la institución y representantes, capaz de asumir el papel de líder, tener el carisma

para contar con seguidores y habilidad para educar y entregar conocimientos, aptitud para trabajar en equipo, criterio analítico para detectar problemas y darles solución, buen manejo de relaciones interpersonales.

- Función principal: Planear, organizar, dirigir y controlar el proceso productivo cumpliendo con los requerimientos de productividad y rendimiento, asegurando los estándares de calidad exigidos y administrando eficientemente los recursos humanos y materiales según los objetivos de la organización. Así mismo, debe colaborar con el mejoramiento continuo de la infraestructura y de los procesos.

Funciones Específicas del Cargo. Actividades / Tareas

- Asegurar que se cumplan los requerimientos de productividad y rendimiento, las Normas de Higiene, Calidad y Seguridad de la Empresa.
- Hacer el trabajo utilizando procedimientos laborales adecuados con inducción diaria a los equipos de trabajo para lograr un mayor grado de seguridad y productividad.
- Coordinar capacitación a su equipo de trabajo.
- Realizar reuniones informativas con su equipo de trabajo.
- Registrar la información diaria en los informes de producción.
- Revisar y controlar permanentemente los informes de calidad.
- Promover un ambiente y una convivencia sana llena de valores.
- Corregir e informar oportunamente deficiencias detectadas en el proceso productivo.
- Supervisa el adecuado procedimiento y uso de elementos de higiene de todos los trabajadores.
- Evaluar el personal a su cargo.
- Entrega un formulario de inconformidades observadas en el Personal al término de cada jornada.

- Participar en reuniones del área de producción.
- Mantener vías abiertas de comunicación formal e informal.
- Revisar la puntualidad al inicio de la jornada de trabajo y realizar anotaciones al final del turno.
- Controlar el orden, higiene y seguridad en el lugar de trabajo.
- Maximizar la productividad y rendimiento de las líneas.
- Controlar permanentemente la calidad de los productos elaborados por su línea.
- Seleccionar al personal a contratar de la sección, procurando a los individuos más idóneos para los cargos dentro de las normas legales y políticas de la empresa.
- Velar por el entrenamiento del personal nuevo, induciéndolo tanto en las materias propias generales de la familiarización de la empresa, sus normas, políticas, así como las labores propias del cargo del nuevo contratado.

Condiciones de Trabajo.

- ❖ Lugar físico: El cargo se desarrolla principalmente dentro de la Planta de Proceso, ejerciendo su labor en todas las áreas de la empresa, lo que se complementa con trabajo de oficina para la preparación de informes.
- ❖ Horario de Trabajo: El cargo contempla una jornada de trabajo distribuida en seis días, de lunes a sábado. El horario de trabajo de 8-12 m y de 2-6 pm.

TEJEDORES:

1. Preparar los materiales, materia prima necesarios (montar telar, peines, nylon, etc.).
2. Tejer los chinchorros con las diferentes técnicas.
3. Teñir los hilos y chinchorros.
4. Manijerar el producto final.
5. Realizar acabados de diseño.

Tabla 12. Condiciones de trabajo – Tejedores - Elaboración Propia

VENDEDOR:

1. Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
2. Contribuir activamente a la solución de problemas.
3. vender y brindar un buen servicio al cliente
4. Conocer beneficios y características del producto/servicio
5. Realizar demostraciones del producto
6. Supervisar el envío de los chinchorros adecuadamente

Tabla 13. Condiciones de trabajo - Vendedor - Elaboración Propia

5.3 Costos administrativos

Dentro de los costos administrativos que se tienen proyectados se encuentran los gastos de nómina en cuanto a salarios, prestaciones sociales y parafiscales, los cuales se proyectaron a 5 años:

MANO DE OBRERA DIRECTA										
NOMINA										
					SUBSIDIO					
					TRANSPORTE	97032				
CARGO	VALOR SALARIO MENSUAL	CANTIDAD	TOTAL SUELDOS	SUBSIDIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO 2020	TOTAL DEVENGADO 2021	TOTAL DEVENGADO 2022	TOTAL DEVENGADO 2023	TOTAL DEVENGADO 2024	TOTAL
GERENTE	1.300.000	1	1.300.000	-	1.300.000	1.354.600	1.412.848	1.470.775	1.528.135	
VENDEDOR	828.116	1	828.116	97.032	925.148	964.004	1.005.456	1.046.680	1.087.501	
TEJEDORES PRODUCTO A	828.116	3	2.484.348	291.096	2.775.444	2.892.013	3.016.369	3.140.040	3.262.502	
TEJEDORES PRODUCTO B	828.116	5	4.140.580	485.160	4.625.740	4.820.021	5.027.282	5.233.401	5.437.503	
TEJEDORES PRODUCTO C	828.116	2	1.656.232	194.064	1.850.296	1.928.008	2.010.913	2.093.360	2.175.001	
TOTAL			\$ 10.409.276	\$ 1.067.352	\$ 11.476.628	\$ 11.958.646	\$ 12.472.868	\$ 12.984.256	\$ 13.490.642	
PRESTACIONES SOCIALES	2020	2021	2022	2023	2024					
CESANTIAS	956.386	996.554	1.039.406	1.082.021	1.124.220					
PRIMA LEGAL	956.386	996.554	1.039.406	1.082.021	1.124.220					
VACACIONES	433.720	451.936	471.369	490.695	509.833					
INT. CESANTIA	114.766	119.586	124.729	129.843	134.906					
TOTAL PRESTACIONES	\$ 2.461.257	\$ 2.564.630	\$ 2.674.909	\$ 2.784.581	\$ 2.893.179					

PARAFICALES Y APORTES		2020	2021	2022	2023	2024
SENA	2%	208.186	216.929	226.257	235.534	244.720
ICBF	3%	312.278	325.394	339.386	353.301	367.079
CAJA COMPENSACIÓN FAMILIAR	4%	416.371	433.859	452.515	471.068	489.439
SALUD	8,50%	884.788	921.950	961.593	1.001.019	1.040.058
PENSION	12%	1.249.113	1.301.576	1.357.544	1.413.203	1.468.318
ADMON RIESGOS PROFESIONALES	1%	104.093	108.465	113.129	117.767	122.360
TOTAL	31%	\$ 3.174.829	\$ 3.308.172	\$ 3.450.423	\$ 3.591.891	\$ 3.731.975

Tabla 14. Costos Administrativos – Elaboración Propia

5.4 Tipos de Sociedades

TIPO DE EMPRESA	ANONIMA	COLECTIVA	COMANDITA SIMPLE Y POR ACCIONES	LIMITADA	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	UNIPERSONAL
DENOMINACIÓN DE LOS SOCIOS	Accionista	Socios	Gestores y comanditarios	Socios	Accionistas	No aplica
SIGLA	S.A	SC	S en C	LTDA	S.A.S	E.U
No. SOCIOS	Mínimo 5	Mínimo 2	- Simple (Mínimo 1- máximo 25) - Acciones (Mínimo 1- máximo 5)	Mínimo 2 Máximo 25	Mínimo 1	1 persona
RESPONSABILIDAD	Limitada, hasta el monto de sus aportes	Responsabilidad ilimitada de todos los socios colectivos, que responden de forma personal, solidaria entre ellos y subsidiaria respecto a la sociedad, de todas las deudas sociales.	Los socios colectivos, que responden ilimitadamente de las deudas sociales y participan en la gestión de la sociedad, y socios comanditarios que no participan en la gestión y cuya responsabilidad se limita al capital comprometido con la comandita.	Limitada al capital aportado	Limitada, hasta el monto de sus aportes	La persona encargada
CONSTITUCIÓN	Para la constitución de una sociedad anónima es necesario que se otorgue la escritura pública correspondiente y se inscriba en el Registro Mercantil. Sin este último requisito la sociedad no adquiere su personalidad jurídica.	A través de escritura pública y formato de constitución de sociedad colectiva ante la cámara de comercio	Requiere escritura pública y diligenciar formato de constitución de sociedad ante la cámara de comercio	Por medio de escritura pública, y trámite ante la cámara de comercio	Se puede hacer su constitución por medio de documento público o privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.	Diligencia y firme el Formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES para la sociedad en la Cámara de Comercio
	-Por la conclusión de la empresa que constituya su objeto. - Por la imposibilidad de conseguir el fin social.	<ul style="list-style-type: none"> Cuando fallece alguno de los socios, siempre y cuando no se haya de continuar con los herederos 	-Por las causales generales establecidas en el artículo 218 del código de comercio.	-Por la conclusión de la empresa que constituya su objeto. - Por la imposibilidad	- El cumplimiento del término previsto en los estatutos, en caso de no ser prorrogado mediante	- Por voluntad del titular único -Por vencimiento del término estatutario salvo prórroga documentada e

Tabla 15. Tipos de Sociedad – Elaboración Propia

5.5 Permisos y Licencias

Para su constitución se debe hacer a través de escritura pública o documento privado, el cual se suscribe con el valor de los aportes iniciales. La asamblea aprueba los estatutos, y se designará un representante legal, quien se encargará de realizar los trámites de registro ante la cámara de comercio de la ciudad de Sogamoso. Posteriormente se debe hacer inscripción en el Registro único tributario (RUT) ante la DIAN. Chinchorros Health Baby al ser una pre cooperativa estará regulada por la Superintendencia de Economía Solidaria. Ante esta entidad se deberán cumplir con los controles de legalidad.

5.6 Impuestos y Tasas

La pre cooperativa de Chinchorros Health Baby hace parte del régimen tributario especial, el cual otorga incentivos tributarios a aquellas empresas sin ánimo de lucro y que además generan benéficos sociales para la comunidad.

En los artículos 356-364 del Estatuto Tributario Colombiano se pueden observar dichos beneficios tributarios. En cuanto a los impuestos a cargo se determina:

- *Impuesto de renta:* Tarifa 20% en donde la base gravable es el beneficio neto o excedente, no la renta líquida gravable como sucede con las personas jurídicas con ánimo de lucro.
- *Retención en la fuente:* La precooperativa funciona como sujeto pasivo de este impuesto “por concepto de rendimientos financieros provenientes de títulos con intereses y/o descuentos”⁸
- *Impuesto al valor agregado IVA:* Al pertenecer al grupo de artesanos no será responsable de declarar IVA.

⁸ Decreto Reglamentario 3050 (1997)

6. Pensamiento Estratégico

6.1 Estrategias de Mercadeo

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, dar nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos.
- Incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo empaque, un nuevo diseño, nuevos colores, nuevo logo.
- Ampliar nuestra línea de producto, por ejemplo, vender otros productos o incluir un nuevo tipo de servicio.
- Lanzar una nueva línea de producto, por ejemplo, combinación de colores
- Lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de menor poder adquisitivo.
- Incluir nuevos servicios al cliente, que le brinden mayor comodidad o satisfacción, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, asesoría en la compra.

6.2 Estrategia Organizacional

La estructura organizacional de la pre cooperativa contará con la Asamblea General como máxima autoridad, quien se encargará de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades. Dicha asamblea la componen las dos asociadas iniciales Andrea Ortiz y Andrea Salcedo. Por otra parte, el consejo de administración será quien administre la cooperativa y designe al gerente quien es el representante legal de la entidad, y deberá poner en práctica las decisiones de la Asamblea General y del Consejo de Administración para el correcto funcionamiento de la pre cooperativa. Y para garantizar que se cumpla con toda la reglamentación

se designará un Consejo de vigilancia. Quien será el encargado de presentar ante la entidad competente si existiese alguna irregularidad.

Esta delegación de funciones, le permitirá a la pre cooperativa el correcto desempeño de sus funciones, y le hará mantenerse de acuerdo a los parámetros legales vigentes.

6.3 Análisis de Procesos Organizacionales

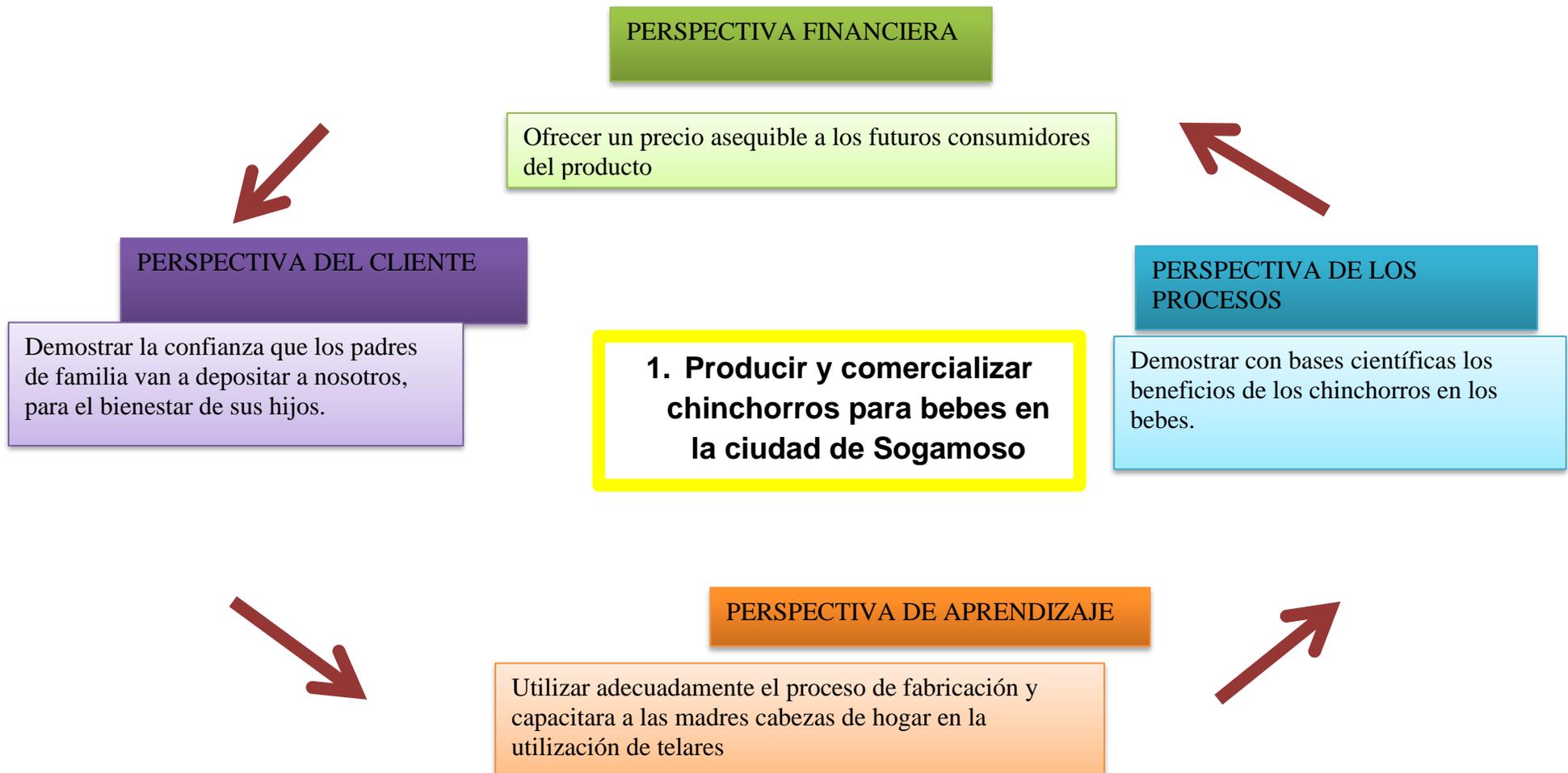


Tabla 16. Análisis de procesos organizacionales – Elaboración Propia

7. Formulación y Evaluación Financiera

7.1 Estudio Económico

La idea de negocio es crear y dirigir una empresa que elabore y distribuya chinchorros de diferentes tamaños, enfocados al uso en bebés prematuros, recién nacidos y en sus primeros años, los cuales por sus bondades y beneficios en estudios comprobados, contribuyan con la buena postura y salud del bebé, satisfaciendo las necesidades de padres y familias que deseen brindarle una mejor calidad de vida a sus niños; además esta idea se enfoca en ofrecer un gran servicio de ventas y elaboración de chinchorros de alta calidad, variedad en colores y modelos a través de un excelente equipo de trabajo con el fin de cumplir las metas propuestas. La meta es anticipar las necesidades y estilos de los clientes y satisfacerlas con rapidez, amabilidad, cortesía y de manera integral.

Y además contribuir brindándoles oportunidades de empleo a madres cabeza de familia del barrio Manitas de la ciudad de Sogamoso, ya que no cuentan con disponibilidad de tiempo y desplazamiento para conseguir un trabajo rentable.

Se manejarán tres tamaños de chinchorros: Chinchorro A (grande), Chinchorro B (mediano) y Chinchorro C (pequeño)

CHINCHORROS PISTACHITO	
PROYECCION INFLACION	
AÑO 2021	4,20%
AÑO 2022	4,30%
AÑO 2023	4,10%
AÑO 2024	3,90%



El negocio se proyecta en 5 años, comenzando en 2020, para lo cual se estima la inflación para los 4 años siguientes.

PROYECCION CRECIMIENTO DE LA EMPRESA	
AÑO 2021	5%
AÑO 2022	8%
AÑO 2023	10%
AÑO 2024	15%



Se proyecta el crecimiento de la empresa para los siguientes años

PROYECCION DE VENTAS			
PERIODO	PRODUCTO A CANTIDAD	PRODUCTO B CANTIDAD	PRODUCTO C CANTIDAD
AÑO 2021	530	938	680
AÑO 2022	557	985	714
AÑO 2023	601	1.064	771
AÑO 2024	661	1.170	848
AÑO 2025	760	1.346	975

PROYECCION DE UNIDADES A PRODUCIR			
PERIODO	PRODUCTO A CANTIDAD	PRODUCTO B CANTIDAD	PRODUCTO C CANTIDAD
AÑO 2021	583	1.032	748
AÑO 2022	559	990	717
AÑO 2023	661	1.170	848
AÑO 2024	727	1.287	933
AÑO 2025	836	1.480	1.073

NOTA: DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS	
PRODUCTO A	CHINCHORRO GRANDE
PRODUCTO B	CHINCHORRO MEDIANO
PRODUCTO C	CHINCHORRO PEQUEÑO

Se proyectan las ventas con base en el crecimiento de la empresa y de un supuesto de mercado con los estudios realizados. Para las unidades a producir se asume un 10% sobre la proyección de las ventas, de manera que se garantice un stock de inventarios suficiente para cubrir todas las ventas.

Tabla 17. Estudio Económico – Elaboración Propia

7.2 Costos y Presupuestos

La empresa posee unas políticas de cuentas por cobrar del 70% a contado y crédito del 30% a 40 días.

POLITICA DE CUENTAS POR COBRAR AÑO 2020	
DIAS DEL AÑO	360
DIAS COBRADOS	320
DIAS CREDITO	40
PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS	919846,422

Como política de compra de proveedores pago contado 60% y crédito 40% con un crédito a 20 días.

POLITICA DE PAGO A PROVEEDORES AÑO 2020	
DIAS DEL AÑO	360
DIAS PAGADOS	340
DIAS CREDITO	20
PROMEDIO DE COMPRAS DIARIO	244171,176

CHINCHORROS PISTACHITO REQUERIMIENTOS DE MATERIAL DIRECTO POR UNIDAD					
	2020	2021	2022	2023	2024
Nylon terlenka No 6	20.000	20.840	21.736	22.627	23.510
Anilina	5.000	5.210	5.434	5.657	5.877
Nylon No 15 para las manijeras	10.000	10.420	10.868	11.314	11.755
Peinilla	83,30	86,80	90,53	94,24	97,92

PROYECCIÓN GASTOS GENERALES

GASTOS GENERALES	2020	2021	2022	2023	2024
ARRIENDO	500.000	521.000	543.403	565.683	587.744
SERVICIOS	75.000	78.150	81.510	84.852	88.162
PUBLICIDAD	200.000	208.400	217.361	226.273	235.098
OTROS	100.000	104.200	108.681	113.137	117.549
TOTAL MES	\$ 875.000	\$ 911.750	\$ 950.955	\$ 989.944	\$ 1.028.552
TOTAL AÑO	\$ 10.500.000	\$ 10.941.000	\$ 11.411.463	\$ 11.879.333	\$ 12.342.627

Se proyectan los gastos generales asumiendo un aumento de un año a otro con base en el IPC

PROYECCIÓN DE COSTOS

Se presenta a continuación la proyección de los costos con base en el requerimiento de material para cada producto, y teniendo en cuenta la política de proveedores en cuanto a las compras de

MATERIA PRIMA 2020	PRODUCTO A					PRODUCTO B				PRODUCTO C			
DETALLE	CANT	VALOR TOTAL	CONTADO	CREDITO		CANT	VALOR TOTAL	CONTADO	CREDITO	CANT	VALOR TOTAL	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	20.000	1.166	23.320.000	9.328.000	13.992.000	1.548	30.954.000	12.381.600	18.572.400	748	14.960.000	5.984.000	8.976.000
Anilina	5.000	583	2.915.000	1.166.000	1.749.000	1.032	5.159.000	2.063.600	3.095.400	748	3.740.000	1.496.000	2.244.000
Nylon No 15 para las manijeras	10.000	583	5.830.000	2.332.000	3.498.000	1.032	10.318.000	4.127.200	6.190.800	748	7.480.000	2.992.000	4.488.000
Peinilla	83	583	48.564	19.426	29.138	1.032	85.949	34.380	51.569	748	62.308	24.923	37.385
TOTAL	\$ 35.083	\$ 2.915	\$ 32.113.564	\$ 12.845.426	\$ 19.268.138	\$ 4.643	\$ 46.516.949	\$ 18.606.780	\$ 27.910.169	\$ 2.992	\$ 26.242.308	\$ 10.496.923	\$ 15.745.385

MATERIA PRIMA 2020	TOTAL PROVEEDORES				PROMEDIO	TOTAL A 31 DE DICIEMBRE	
DETALLE	COMPRAS	MENSUAL	CONTADO	CREDITO	DE	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	69.234.000	5.769.500	41.540.400	27.693.600	192.317	65.387.667	3.846.333
Anilina	11.814.000	984.500	7.088.400	4.725.600	32.817	11.157.667	656.333
Nylon No 15 para las manijeras	23.628.000	1.969.000	14.176.800	9.451.200	65.633	22.315.333	1.312.667
Peinilla	196.821	16.402	118.093	78.728	547	185.887	10.935
TOTAL	\$ 104.872.821	\$ 8.739.402	\$ 62.923.693	\$ 41.949.128	\$ 291.313	\$ 99.046.553	\$ 5.826.268

MATERIA PRIMA 2021	PRODUCTO A				PRODUCTO B				PRODUCTO C				
DETALLE	CANT	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANT	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	
Nylon terlenka No 6	20.840	1.174	24.470.641	9.788.256	14.682.384	1.559	32.481.313	12.992.525	19.488.788	753	15.698.147	6.279.259	9.418.888
Anilina	5.210	587	3.058.830	1.223.532	1.835.298	1.039	5.413.552	2.165.421	3.248.131	753	3.924.537	1.569.815	2.354.722
Nylon No 15 para las manijeras	10.420	587	6.117.660	2.447.064	3.670.596	1.039	10.827.104	4.330.842	6.496.263	753	7.849.073	3.139.629	4.709.444
Peinilla	87	587	50.960	20.384	30.576	1.039	90.190	36.076	54.114	753	65.383	26.153	39.230
TOTAL	\$ 36.557	\$ 2.936	\$ 33.698.091	\$ 13.479.236	\$ 20.218.855	\$ 4.676	\$ 48.812.159	\$ 19.524.863	\$ 29.287.295	\$ 3.013	\$ 27.537.140	\$ 11.014.856	\$ 16.522.284

MATERIA PRIMA 2021	TOTAL PROVEEDORES				PROMEDIO	TOTAL A 31 DE DICIEMBRE	
DETALLE	COMPRAS	MENSUAL	CONTADO	CREDITO	DE	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	72.650.100	6.054.175	43.590.060	29.060.040	201.806	68.613.983	4.036.117
Anilina	12.396.919	1.033.077	7.438.151	4.958.768	34.436	11.708.201	688.718
Nylon No 15 para las manijeras	24.793.838	2.066.153	14.876.303	9.917.535	68.872	23.416.402	1.377.435
Peinilla	206.533	17.211	123.920	82.613	574	195.059	11.474
TOTAL	\$ 110.047.389	\$ 9.170.616	\$ 66.028.434	\$ 44.018.956	\$ 305.687	\$ 103.933.645	\$ 6.113.744

MATERIA PRIMA 2022	PRODUCTO A				PRODUCTO B				PRODUCTO C				
DETALLE	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	
Nylon terlenka No 6	21.736	1.454	31.614.500	12.645.800	18.968.700	1.931	41.963.775	16.785.510	25.178.265	933	20.281.000	8.112.400	12.168.600
Anilina	5.434	727	3.951.812	1.580.725	2.371.087	1.287	6.993.962	2.797.585	4.196.377	933	5.070.250	2.028.100	3.042.150
Nylon No 15 para las manijeras	10.868	727	7.903.625	3.161.450	4.742.175	1.287	13.987.925	5.595.170	8.392.755	933	10.140.500	4.056.200	6.084.300
Peinilla	91	727	65.837	26.335	39.502	1.287	116.519	46.608	69.912	933	84.470	33.788	50.682
TOTAL	\$ 38.129	\$ 3.636	\$ 43.535.774	\$ 17.414.310	\$ 26.121.465	\$ 5.792	\$ 63.062.181	\$ 25.224.873	\$ 37.837.309	\$ 3.732	\$ 35.576.220	\$ 14.230.488	\$ 21.345.732

MATERIA PRIMA 2022	TOTAL PROVEEDORES				PROMEDIO	TOTAL A 31 DE DICIEMBRE	
DETALLE	COMPRAS	MENSUAL	CONTADO	CREDITO	DE	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	93.859.274	7.821.606	56.315.564	37.543.710	260.720	88.644.870	5.214.404
Anilina	16.016.025	1.334.669	9.609.615	6.406.410	44.489	15.126.246	889.779
Nylon No 15 para las manijeras	32.032.050	2.669.337	19.219.230	12.812.820	88.978	30.252.491	1.779.558
Peinilla	266.827	22.236	160.096	106.731	741	252.003	14.824
TOTAL	\$ 142.174.176	\$ 11.847.848	\$ 85.304.505	\$ 56.869.670	\$ 394.928	\$ 134.275.610	\$ 7.898.565

MATERIA PRIMA 2023		PRODUCTO A				PRODUCTO B				PRODUCTO C			
DETALLE		CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO
Nylon terlenka No 6	22.627	1.600	36.201.764	14.480.705	21.721.058	2.124	48.052.718	19.221.087	28.831.631	1.026	23.223.773	9.289.509	13.934.264
Anilina	5.657	800	4.525.220	1.810.088	2.715.132	129	728.071	291.229	436.843	1.026	5.805.943	2.322.377	3.483.566
Nylon No 15 para las manijeras	11.314	800	9.050.441	3.620.176	5.430.265	129	1.456.143	582.457	873.686	1.026	11.611.886	4.644.755	6.967.132
Peinilla	94	800	75.390	30.156	45.234	129	12.130	4.852	7.278	1.026	96.727	38.691	58.036
TOTAL	\$ 39.692	\$ 4.000	\$ 49.852.815	\$ 19.941.126	\$ 29.911.689	\$ 2.510	\$ 50.249.062	\$ 20.099.625	\$ 30.149.437	\$ 4.105	\$ 40.738.330	\$ 16.295.332	\$ 24.442.998

MATERIA PRIMA 2023	TOTAL PROVEEDORES				PROMEDIO	TOTAL A 31 DE DICIEMBRE	
DETALLE	COMPRAS	MENSUAL	CONTADO	CREDITO	DE	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	107.478.255	8.956.521	64.486.953	42.991.302	298.551	101.507.241	5.971.014
Anilina	11.059.235	921.603	6.635.541	4.423.694	30.720	10.444.833	614.402
Nylon No 15 para las manijeras	22.118.470	1.843.206	13.271.082	8.847.388	61.440	20.889.666	1.228.804
Peinilla	184.247	15.354	110.548	73.699	512	174.011	10.236
TOTAL	\$ 140.840.207	\$ 11.736.684	\$ 84.504.124	\$ 56.336.083	\$ 391.223	\$ 133.015.751	\$ 7.824.456

MATERIA PRIMA 2024		PRODUCTO A				PRODUCTO B				PRODUCTO C			
DETALLE		CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO	CANTIDA	VALOR TOTAL	CREDITO	CONTADO
Nylon terlenka No 6	23.510	1.924	45.221.844	18.088.738	27.133.107	2.553	60.025.599	24.010.240	36.015.359	1.234	29.010.240	11.604.096	17.406.144
Anilina	5.877	962	5.652.731	2.261.092	3.391.638	1.702	10.004.267	4.001.707	6.002.560	1.234	7.252.560	2.901.024	4.351.536
Nylon No 15 para las manijeras	11.755	962	11.305.461	4.522.184	6.783.277	1.702	20.008.533	8.003.413	12.005.120	1.234	14.505.120	5.802.048	8.703.072
Peinilla	98	962	94.174	37.670	56.505	1.702	166.671	66.668	100.003	1.234	120.828	48.331	72.497
TOTAL	\$ 41.240	\$ 4.809	\$ 62.274.210	\$ 24.909.684	\$ 37.364.526	\$ 7.660	\$ 90.205.070	\$ 36.082.028	\$ 54.123.042	\$ 4.936	\$ 50.888.747	\$ 20.355.499	\$ 30.533.248

MATERIA PRIMA 2024	TOTAL PROVEEDORES				PROMEDIO		
DETALLE	COMPRAS	MENSUAL	CONTADO	CREDITO	DE	CONTADO	CREDITO
Nylon terlenka No 6	134.257.683	11.188.140	80.554.610	53.703.073	372.938	126.798.923	7.458.760
Anilina	22.909.557	1.909.130	13.745.734	9.163.823	63.638	21.636.804	1.272.753
Nylon No 15 para las manijeras	45.819.114	3.818.260	27.491.468	18.327.646	127.275	43.273.608	2.545.506
Peinilla	381.673	31.806	229.004	152.669	1.060	360.469	21.204
TOTAL	\$ 203.368.027	\$ 16.947.336	\$ 122.020.816	\$ 81.347.211	\$ 564.911	\$ 192.069.804	\$ 11.298.224

Tabla 17. Costos y Presupuestos – Elaboración Propia

7.3 Punto de Equilibrio

PRODUCTO A	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	78,194,913
Q	508.86

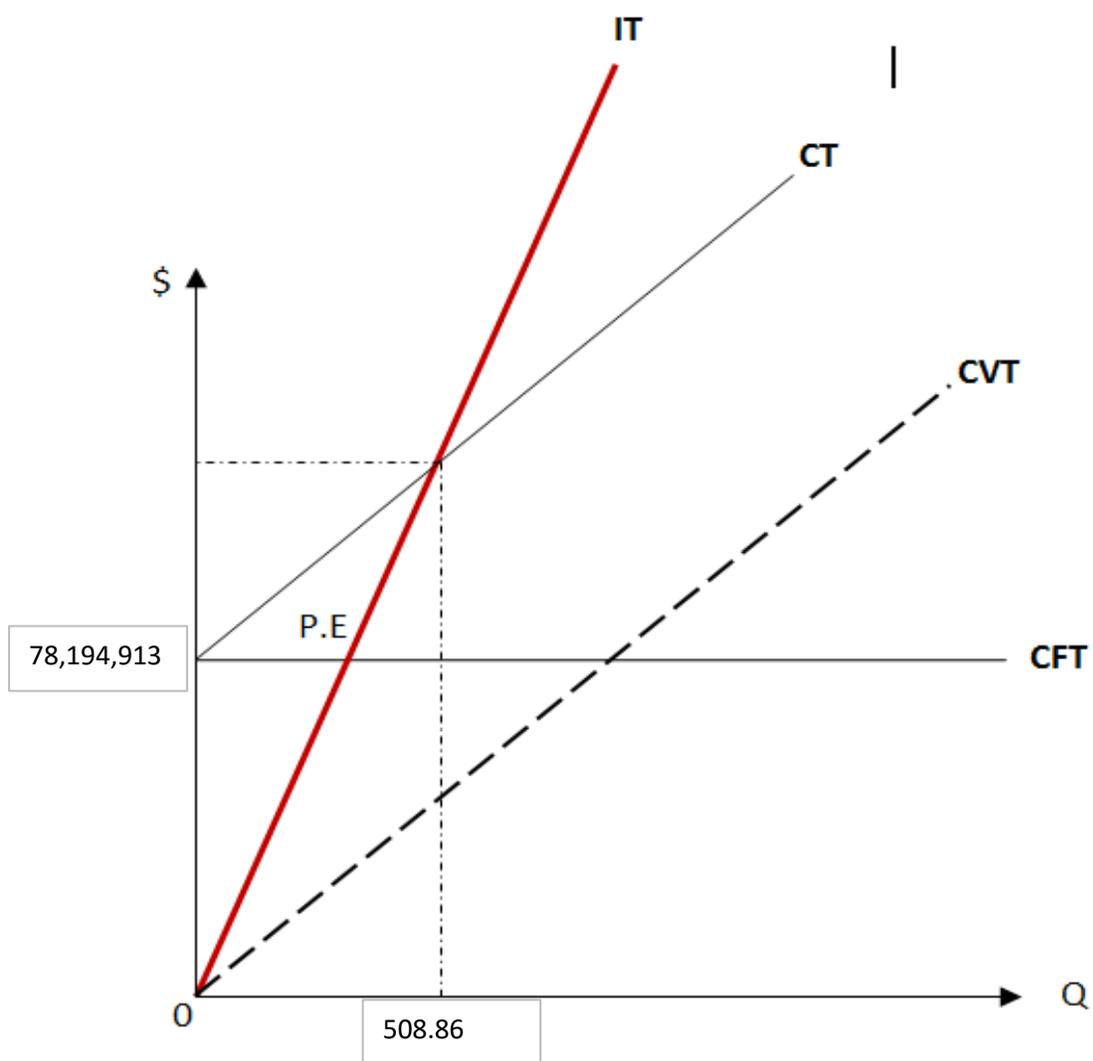


Figura 19. Punto Equilibrio A - Elaboración Propia

El punto de equilibrio del producto A de los años presupuestados es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

Por debajo del nivel de actividad la empresa tendría pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios.

En la gráfica podemos observar:

- ❖ Costes fijos de la empresa
- ❖ Costes variables por unidad de producto
- ❖ Precio de venta del producto

El margen que la empresa obtiene es:

Margen = Precio de venta - coste variable

El punto de equilibrio se calcula:

P.e. = Costes fijos / margen por producto

Esto quiere decir que si la empresa vende 508.86 unidades del producto A ni gana ni pierde, no obtiene ni beneficios ni pérdidas.

Si vende menos de 508.86, tendrá pérdidas.

Si vende más de 508.86, obtendrá beneficios.

PRODUCTO B	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	113,786,542
Q	764.75

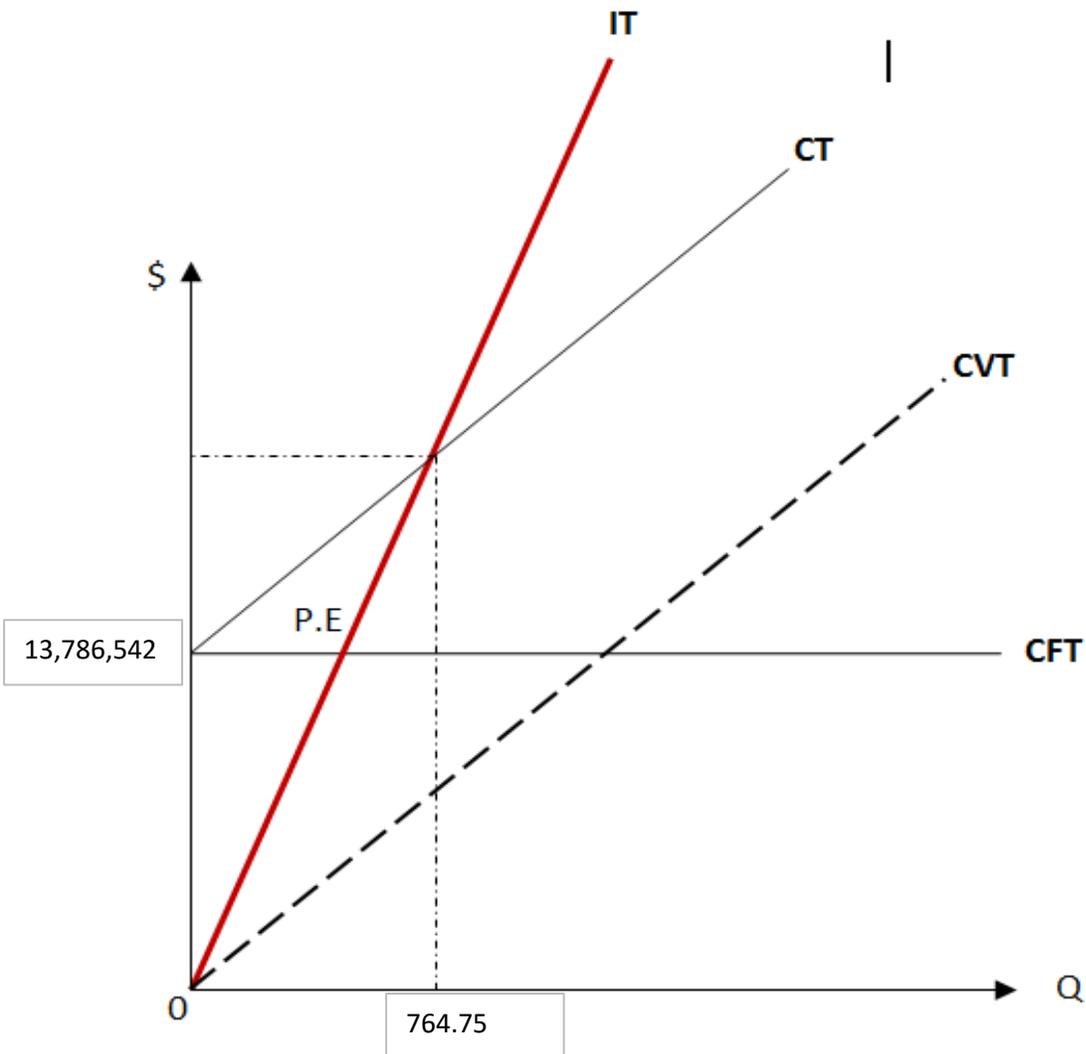


Figura 19. Punto Equilibrio B - Elaboración Propia

El punto de equilibrio del producto B de los años presupuestados es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

Por debajo del nivel de actividad la empresa tendría pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios.

En la gráfica podemos observar:

- ❖ Costes fijos de la empresa
- ❖ Costes variables por unidad de producto
- ❖ Precio de venta del producto

El margen que la empresa obtiene es:

Margen = Precio de venta - coste variable

El punto de equilibrio se calcula:

P.e. = Costes fijos / margen por producto

Esto quiere decir que si la empresa vende 764.75 unidades del producto B ni gana ni pierde, no obtiene ni beneficios ni pérdidas.

Si vende menos de 764.75, tendrá pérdidas.

Si vende más de 764.75, obtendrá beneficios.

PRODUCTO C	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	49,928,680
Q	427.18

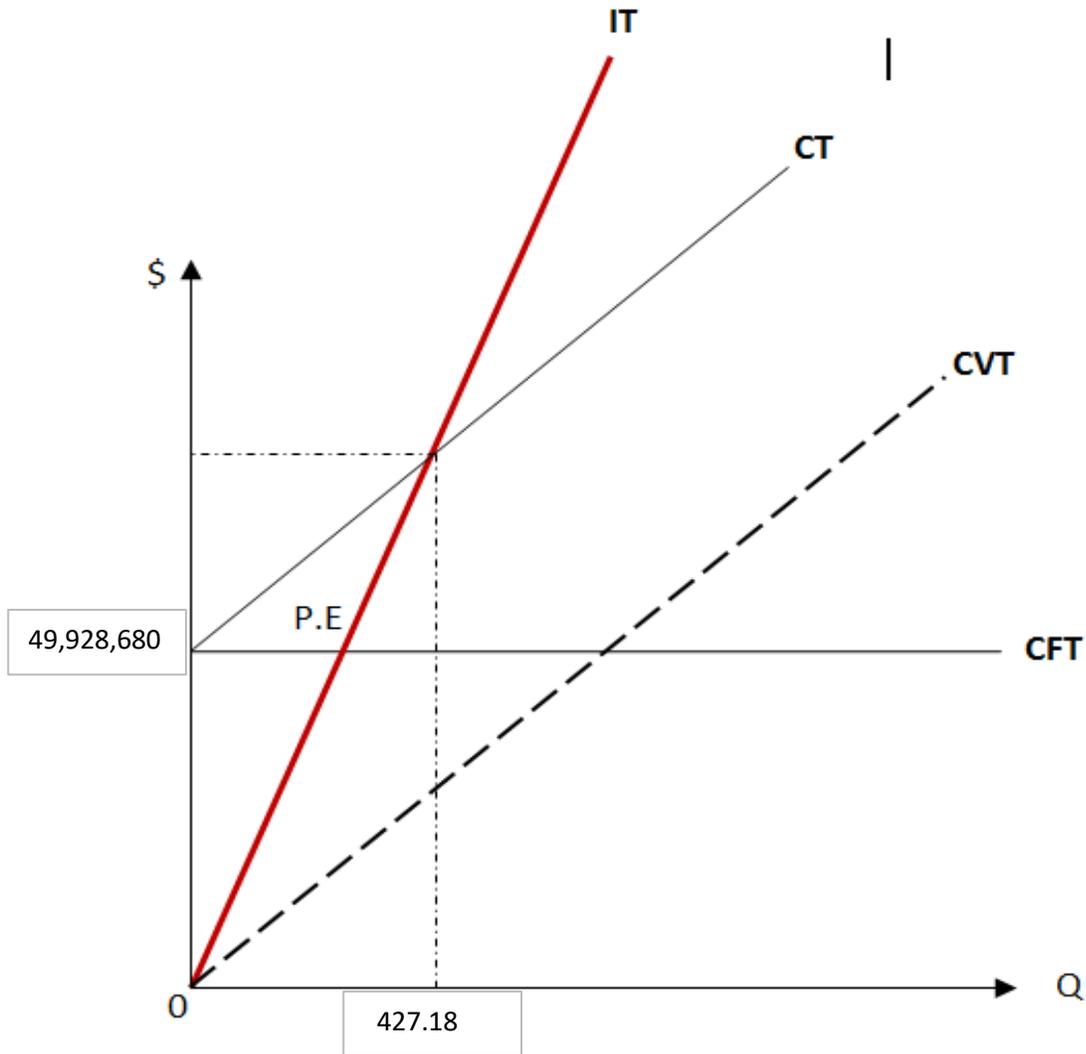


Figura 20. Punto Equilibrio C - Elaboración Propia

El punto de equilibrio del producto C de los años presupuestados es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

Por debajo del nivel de actividad la empresa tendría pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios.

En la gráfica podemos observar:

- ❖ Costes fijos de la empresa
- ❖ Costes variables por unidad de producto
- ❖ Precio de venta del producto

El margen que la empresa obtiene es:

Margen = Precio de venta - coste variable

El punto de equilibrio se calcula:

P.e. = Costes fijos / margen por producto

Esto quiere decir que si la empresa vende 764.75 unidades del producto C ni gana ni pierde, no obtiene ni beneficios ni pérdidas.

Si vende menos de 764.75, tendrá pérdidas.

Si vende más de 764.75, obtendrá beneficios.

7.4 Presupuestos

Presupuesto Plan De Marketing

ESTRATEGIA DE PRODUCTO						
ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	COSTO	TIEMPO	INDICADOR	OBSERVACIONES
Concientizar a la comunidad sobre la importancia de la buena postura en la salud del bebe	Capacitaciones, charlas y debates en clínicas, hospitales, colegios y medios del común	Área de mercadeo	\$500.000	3 meses	Investigar la importancia y necesidad del producto en la vida del consumidor	Se espera un aumento de las necesidades de compra del bien

Tabla 18. Presupuesto de Marketing – Estrategia de Producto – Elaboración Propia

ESTRATEGIA DE PRECIO						
ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	COSTO	TIEMPO	INDICADOR	OBSERVACIONES
Contactar directamente las empresas que fabrican la materia prima, para conseguirla más económica	Bases de datos de proveedores, cotizaciones y negociaciones (llamadas)	Gerente general	\$5.000 en llamadas	15 días	Verificar cotizaciones y facturas de compra, evitando gastos innecesarios	El ser un producto completamente artesanal, los costos se incrementan significativamente
Hacer charlas en el barrio Manitas, dándoles a conocer la nueva oportunidad de empleo desde sus hogares	Charlas, conferencias, folletos y muestras del producto	Desarrolladoras de la empresa	\$50.000	1 mes	Indagar en la población la voluntad de participar en el proyecto de empresa	Los habitantes del barrio Manitas están acostumbrados a llevar un nivel de vida bajo, por lo cual será más difícil adaptarse a un nuevo cambio

Tabla 19. Presupuesto de Marketing – Estrategia de Precio – Elaboración Propia

ESTRATEGIA DE PLAZA (Distribución)						
ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	COSTO	TIEMPO	INDICADOR	OBSERVACIONES
Averiguar fuentes de financiación externa e interna para	Cotizaciones	Gerente general	\$0	15 días	Observar la posibilidad de fuentes de financiación	Escases de recursos financieros

lograr distribuir en todo el país					o apoyo empresarial	
Hacer estudios de campo sobre la posibilidad de apertura de nuevas instalaciones	estudios de campo e investigaciones	Desarrolladoras de la empresa	\$100.000	1 mes	Medir la incidencia de compra en las personas respecto a la infraestructura	Mayor posicionamiento empresarial

Tabla 20. Presupuesto de Marketing – Estrategia de plaza (Distribución) – Elaboración Propia

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN						
ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLE	COSTO	TIEMPO	INDICADOR	OBSERVACIONES
Dar a conocer los beneficios del producto	Publicidad (afiches), tarjetas y pruebas del producto	Área de mercadeo	\$200.000	3 meses	Medir por medio de encuestas o entrevistas el conocimiento que tiene la población a cerca del producto	Demandas bajas de los chinchorros en la población
Creación de una página web	Financieros	Gerente general	\$600.000	1 mes	Cantidad de visitas en la pagina	Posibilidad de comprar online y contactar a la empresa
TOTAL PLAN DE MARKETING						\$1.455.000

Tabla 21. Presupuesto de Marketing – Estrategia de promoción – Elaboración Propia

7.5 Flujo de Caja

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S FLUJO DE CAJA AÑO 2020	
ENTRADAS	AÑO 2020
DISPONIBLE	\$ 1.890.000
VENTAS	274.765.693
CLIENTES	0
APORTES NUEVOS SOCIO	0
TOTAL INGRESOS	\$ 276.655.693
SALIDAS	
GASTOS	\$ 10.500.000
PROVEEDORES	99.046.553
NOMINA	
Salarios	124.719.536
Prestaciones	11.476.628
Aportes	34.923.121
ABONO A CAPITAL CRED	1.591.216
Intereses crédito	322.957
Impuesto de renta	0
TOTAL SALIDAS	\$ 282.580.012
SALDO FINAL EN CAJA	\$ (5.924.319)

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S FLUJO DE CAJA AÑO 2021	
ENTRADAS	AÑO 2021
DISPONIBLE	\$ (5.924.319)
VENTAS	300.621.145
CLIENTES	34.345.712
APORTES NUEVOS SOCIO	4.000.000
TOTAL INGRESOS	\$ 333.042.538
SALIDAS	
GASTOS	\$ 10.941.000
PROVEEDORES	109.759.913
NOMINA	
Salarios	133.503.757
Prestaciones	30.017.108
Aportes	39.564.721
ABONO A CAPITAL CRE	908.784
Intereses crédito	48.303
Impuesto de renta	1.603.893
TOTAL SALIDAS	\$ 326.347.479
SALDO FINAL EN CAJA	\$ 6.695.059

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S FLUJO DE CAJA AÑO 2022	
ENTRADAS	AÑO 2022
DISPONIBLE	\$ 6.695.059
VENTAS	338.631.682
CLIENTES	37.577.643
APORTES NUEVOS SOCIO	0
TOTAL INGRESOS	\$ 382.904.385
SALIDAS	
GASTOS	\$ 11.411.463
PROVEEDORES	140.389.354
NOMINA	
Salarios	141.674.418
Prestaciones	31.289.785
Aportes	41.262.829
ABONO A CAPITAL CRE	0
Intereses crédito	0
Impuesto de renta	1.496.077
TOTAL SALIDAS	\$ 367.523.926
SALDO FINAL EN CAJA	\$ 15.380.459

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S FLUJO DE CAJA AÑO 2023	
ENTRADAS	AÑO 2023
DISPONIBLE	\$ 15.380.459
VENTAS	387.767.140
CLIENTES	42.328.960
APORTES NUEVOS SOCIO	
TOTAL INGRESOS	\$ 445.476.559
SALIDAS	
GASTOS	\$ 11.879.333
PROVEEDORES	140.914.316
NOMINA	
Salarios	155.811.069
Prestaciones	32.098.912
Aportes	41.405.081
ABONO A CAPITAL CRE	0
Intereses crédito	0
Impuesto de renta	-2.011.811
TOTAL SALIDAS	\$ 380.096.900
SALDO FINAL EN CAJA	\$ 65.379.658

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S FLUJO DE CAJA AÑO 2024	
ENTRADAS	AÑO 2024
DISPONIBLE	\$ 65.379.658,15
VENTAS	463.323.567
CLIENTES	48.470.892
APORTES NUEVOS SOCIO	
TOTAL INGRESOS	\$ 577.174.117
SALIDAS	
GASTOS	\$ 12.342.627
PROVEEDORES	199.894.260
NOMINA	
Salarios	161.887.701
Prestaciones	33.921.354
Aportes	44.643.610
ABONO A CAPITAL CRE	0
Intereses crédito	0
Impuesto de renta	50.987.450
TOTAL SALIDAS	\$ 503.677.001
SALDO FINAL EN CAJA	\$ 73.497.116

Tabla 22. Flujo de Caja – Año 2020 – Año 2021-Año 2022- Año 2023-Año 2024 - Elaboración Propia

7.6 Estados Financieros

CHINCHORROS HEALTH BABY BALANCE INICIAL A ENERO 01 DE 2020 (Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible		\$ 2.890.000
Caja	\$ 1.890.000	
Bancos	1.000.000	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		2.890.000
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y equipo		120.000
Telar	120.000	
Muebles y encerados		390.000
Sillas	50.000	
estantes	90.000	
vitrina	250.000	
Equipo de Computo		1.100.000
Computador	1.100.000	
TOTAL ACTIVO FIJO		1.610.000
TOTAL ACTIVO		\$ 4.500.000
PASIVO CORRIENTE		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bancos Nacionales	1.666.667	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		1.666.667
PASIVO NO CORRIENTE		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bancos Nacionales	833.333	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		833.333
TOTAL PASIVO		\$ 2.500.000
PATRIMONIO		
Persona Natural		2.000.000
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 2.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 4.500.000

DETERMINACIÓN DE LA INVERSION INICIAL	
ANDREA SALCEDO desea abrir las puertas de su empresa de CHINCHORROS HEALTH BABY, para lo cual cuenta con una inversión de \$2.000.000 representados en:	
	4 telares (\$120.000).
	5 sillas (\$50.000).
	3 estantes (\$90.000).
	1 vitrina (\$250.000).
Luego de abrir puertas el negocio en el 2.020, la organización tiene una cuenta de ahorros por la suma de \$1.000.000 y un equipo de cómputo valorado por \$1.100.000.	
Se decidió tomar un crédito el cual fue desembolsado por \$2.500.000 para ser amortizados a 18 meses con interés 2% mensual.	
Para el 2.021 ingresan dos nuevas asociadas PILAR ORTIZ y MARTHA AVELLA cada una con \$2.000.000.	

Tabla 23. Estados Financieros – Elaboración Propia

La empresa proyecta adquirir un vehículo para el transporte y distribución de sus materias primas y mercancías por valor de \$40.000.000.
El precio de venta será ajustado de acuerdo al IPC tomando como base el año 2019.

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S		
BALANCE GENERAL		
A DICIEMBRE 31 DE 2020		
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible		\$ (4.924.319)
Caja	\$ (5.924.319)	
Bancos	1.000.000	
Deudores		34.345.712
Clientes	34.345.712	
Inventarios		18.631.522
Inventarios Productos Terminados	18.631.522	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 48.052.915
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y Equipo		120.000
Telar	120.000	
Muebles y Enceres		390.000
Sillas	50.000	
Estantes	90.000	
Vitrina	250.000	
Equipo de Computo		1.100.000
Computador	1.100.000	
Depreciacion acumulada		(279.000)
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 1.331.000
TOTAL ACTIVO		\$ 49.383.915
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		2.500.000
Bancos Nacionales	2.500.000	
Proveedores		5.826.268
Proveedores nacionales	5.826.268	
Obligaciones laborales		21.233.291
Aportes	3.174.829	
Prestaciones sociales	18.058.461	
Impuestos		1.603.893
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 31.163.452
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		-
TOTAL PASIVO		\$ 31.163.452
PATRIMONIO		
Persona Natural		2.000.000
GUSTAVO SALCEDO		
MARTHA AVELLA		
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
Utilidad del ejercicio		4.330.512
Utilidades de ejercicios anteriores		
Reservas legales		481.168
TOTAL PATRIMONIO		\$ 6.811.680
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 37.975.131

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2021		
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible		\$ 7.695.059
Caja	\$ 6.695.059	
Bancos	1.000.000	
Deudores		37.577.643
Clientes	37.577.643	
Inventarios		22.003.725
Inventarios Productos Terminados	22.003.725	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 67.276.428
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y Equipo		120.000
Telar	120.000	
Muebles y Enceres		390.000
Sillas	50.000	
Estantes	90.000	
Vitrina	250.000	
Equipo de Computo		1.100.000
Computador	1.100.000	
Depreciacion acumulada		(279.000)
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 1.331.000
TOTAL ACTIVO		\$ 68.607.428
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
Proveedores		6.113.744
Proveedores nacionales	6.113.744	
Obligaciones laborales		22.125.089
Aportes	3.308.172	
Prestaciones sociales	18.816.917	
Impuestos		1.496.077
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 29.734.909
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		-
TOTAL PASIVO		\$ 29.734.909
PATRIMONIO		
Persona Natural		6.000.000
GUSTAVO SALCEDO	2.000.000	
MARTHA AVELLA	2.000.000	
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
Utilidad del ejercicio		4.039.407
Utilidades de ejercicios anteriores		4.330.512
Reservas legales		929.991
TOTAL PATRIMONIO		\$ 15.299.910
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 45.034.819

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2022		
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible		\$ 16.380.459
Caja	\$ 15.380.459	
Bancos	1.000.000	
Deudores		42.328.960
Clientes	42.328.960	
Inventarios		33.849.991
Inventarios Productos Terminados	33.849.991	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 92.559.410
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y Equipo		120.000
Telar	120.000	
Muebles y Enceres		390.000
Sillas	50.000	
Estantes	90.000	
Vitrina	250.000	
Equipo de Computo		1.100.000
Computador	1.100.000	
Depreciacion acumulada		(558.000)
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 1.052.000
TOTAL ACTIVO		\$ 93.611.410
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
Proveedores		7.898.565
Proveedores nacionales	7.898.565	
Obligaciones laborales		23.076.468
Aportes	3.450.423	
Prestaciones sociales	19.626.044	
Impuestos		(2.011.811)
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 28.963.222
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		
TOTAL PASIVO		\$ 28.963.222
PATRIMONIO		
Persona Natural		6.000.000
GUSTAVO SALCEDO	2.000.000	
MARTHA AVELLA	2.000.000	
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
Utilidad del ejercicio		(5.431.891)
Utilidades de ejercicios anteriores		8.369.919
Reservas legales		326.448
TOTAL PATRIMONIO		\$ 9.264.476
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 38.227.697

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2023		
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible		\$ 66.379.658
Caja	\$ 65.379.658	
Bancos	1.000.000	
Deudores		48.470.892
Clientes	48.470.892	
Inventarios		68.620.219
Inventarios Productos Terminados	68.620.219	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 183.470.770
ACTIVO FIJO		
Maquinaria y Equipo		120.000
Telar	120.000	
Muebles y Enceres		390.000
Sillas	50.000	
Estantes	90.000	
Vitrina	250.000	
Equipo de Computo		1.100.000
Computador	1.100.000	
Depreciacion acumulada		(837.000)
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 773.000
TOTAL ACTIVO		\$ 184.243.770
PASIVO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
Proveedores		7.824.456
Proveedores nacionales	7.824.456	
Obligaciones laborales		24.022.603
Aportes	3.591.891	
Prestaciones sociales	20.430.712	
Impuestos		50.987.450
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 82.834.509
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones Financieras		-
Bancos Nacionales	-	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		
TOTAL PASIVO		\$ 82.834.509
PATRIMONIO		
Persona Natural		6.000.000
GUSTAVO SALCEDO	2.000.000	
MARTHA AVELLA	2.000.000	
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
Utilidad del ejercicio		137.666.115
Utilidades de ejercicios anteriores		(5.431.891)
Reservas legales		15.622.683
TOTAL PATRIMONIO		\$ 153.856.906
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 236.691.415

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S		
BALANCE GENERAL		
AÑO 2020		
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
<i>Disponible</i>		\$ 74.497.116
Caja	\$ 73.497.116	
Bancos	1.000.000	
<i>Deudores</i>		57.915.446
Clientes	57.915.446	
<i>Inventarios</i>		95.027.799
Inventarios Productos Terminados	95.027.799	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 227.440.361
ACTIVO FIJO		
<i>Maquinaria y Equipo</i>		120.000
Telar	120.000	
<i>Muebles y Enceres</i>		390.000
Sillas	50.000	
Estantes	90.000	
Vitrina	250.000	
<i>Equipo de Computo</i>		1.100.000
Computador	1.100.000	
<i>Depreciacion acumulada</i>		1.116.000
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 2.726.000
TOTAL ACTIVO		\$ 230.166.361
PASIVO CORRIENTE		
<i>Obligaciones Financieras</i>		-
Bancos Nacionales	-	
<i>Proveedores</i>		11.298.224
Proveedores nacionales	11.298.224	
<i>Obligaciones laborales</i>		24.959.484
Aportes	3.731.975	
Prestaciones sociales	21.227.510	
<i>Impuestos</i>		38.885.827
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 75.143.535
PASIVO NO CORRIENTE		
<i>Obligaciones Financieras</i>		-
Bancos Nacionales	-	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		
TOTAL PASIVO		\$ 75.143.535
PATRIMONIO		
<i>Persona Natural</i>		6.000.000
GUSTAVO SALCEDO	2.000.000	
MARTHA AVELLA	2.000.000	
ANDREA SALCEDO	2.000.000	
<i>Utilidad del ejercicio</i>		104.991.734
Utilidades de ejercicios anteriores		137.666.115
<i>Reservas legales</i>		27.288.431
TOTAL PATRIMONIO		\$ 275.946.279
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 351.089.814

Tabla 24. Balance General – Año 2020 – Año 2021- Año 2022- Año 2023- Año 2024- Elaboración Propia

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS (5 AÑOS)

La empresa proyecta una utilidad equivalente al 85% del producto A, 120% del producto B y 70% del producto C, sobre el costo más los gastos ventas y de administración para el año 2016 y para los años siguientes el precio de venta se ajustara de acuerdo a la inflación.

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2020 (Cifras expresadas en pesos Colombianos)		CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2021 (Cifras expresadas en pesos Colombianos)	
	AÑO 2020		AÑO 2021
VENTAS	\$ 309.111.405	VENTAS	\$ 338.198.788
COSTO DE VENTAS	186.315.219	COSTO DE VENTAS	217.712.846
PRODUCTO A	56.508.248	PRODUCTO A	65.950.508
PRODUCTO B	87.670.220	PRODUCTO B	102.905.601
PRODUCTO C	42.136.751	PRODUCTO C	48.856.737
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 122.796.186	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 120.485.942
GASTOS		GASTOS	
NOMINA	38.345.616	NOMINA	33.405.745
PRESTACIONES SOCIALES	29.535.089	PRESTACIONES SOCIALES	30.775.563
PARAFISCALES Y APORTES	38.097.950	PARAFISCALES Y APORTES	39.698.064
ARRIENDO	5.600.000	ARRIENDO	5.835.200
SERVICIOS PUBLICOS	840.000	SERVICIOS PUBLICOS	875.280
DEPRECIACION	279.000	DEPRECIACION	279.000
PUBLICIDAD	2.240.000	PUBLICIDAD	2.417.440
OTROS	1.120.000	OTROS	1.167.040
TOTAL GASTOS	\$ 116.057.656	TOTAL GASTOS	\$ 114.453.332
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 6.738.530	UTILIDAD OPERATIVA	\$ 6.032.610
GASTOS FINANCIEROS	322.957	GASTOS FINANCIEROS	48.303
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.415.573	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.984.307
IMPUESTO RENTA 25%	1.603.893	IMPUESTO RENTA 25%	1.496.077
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 4.811.680	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 4.488.230
RESERVA LEGAL 10%	481.168	RESERVA LEGAL 10%	448.823
UTILIDAD NETA	\$ 4.330.512	UTILIDAD NETA	\$ 4.039.407

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2022 (Cifras expresadas en pesos Colombianos)		CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2023 (Cifras expresadas en pesos Colombianos)	
	AÑO 2022		AÑO 2023
VENTAS	\$ 380.960.643	VENTAS	\$ 506.238.032
COSTO DE VENTAS	181.489.261	COSTO DE VENTAS	184.194.742
PRODUCTO A	69.381.398	PRODUCTO A	75.753.835
PRODUCTO B	60.378.993	PRODUCTO B	107.131.312
PRODUCTO C	51.728.870	PRODUCTO C	61.900.119
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 199.471.382	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 322.043.290
GASTOS		GASTOS	
NOMINA	29.019.650	NOMINA	30.209.456
PRESTACIONES SOCIALES	126.164.197	PRESTACIONES SOCIALES	33.414.968
PARAFISCALES Y APORTES	41.405.081	PARAFISCALES Y APORTES	43.102.689
ARRIENDO	6.086.114	ARRIENDO	6.335.644
SERVICIOS PUBLICOS	912.917	SERVICIOS PUBLICOS	950.347
DEPRECIACION	279.000	DEPRECIACION	279.000
PUBLICIDAD	2.434.445	PUBLICIDAD	2.534.258
OTROS	1.217.223	OTROS	1.267.129
TOTAL GASTOS	\$ 207.518.627	TOTAL GASTOS	\$ 118.093.490
UTILIDAD OPERATIVA	\$ (8.047.245)	UTILIDAD OPERATIVA	\$ 203.949.799
GASTOS FINANCIEROS	-	GASTOS FINANCIEROS	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ (8.047.245)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 203.949.799
IMPUESTO RENTA 25%	(2.011.811)	IMPUESTO RENTA 25%	50.987.450
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ (6.035.434)	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 152.962.350
RESERVA LEGAL 10%	(603.543)	RESERVA LEGAL 10%	15.296.235
UTILIDAD NETA	\$ (5.431.891)	UTILIDAD NETA	\$ 137.666.115

CHINCHORROS HEALTH BABY S.A.S	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	
AÑO 2024	
(Cifras expresadas en pesos Colombianos)	
	AÑO 2024
VENTAS	\$ 565.488.578
COSTO DE VENTAS	287.257.013
PRODUCTO A	85.542.785
PRODUCTO B	131.757.903
PRODUCTO C	69.956.325
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 278.231.565
GASTOS	
NOMINA	31.387.625
PRESTACIONES SOCIALES	34.718.151
PARAFISCALES Y APORTES	44.783.694
ARRIENDO	6.582.734
SERVICIOS PUBLICOS	987.410
DEPRECIACION	279.000
PUBLICIDAD	2.633.094
OTROS	1.316.547
TOTAL GASTOS	\$ 122.688.255
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 155.543.309
GASTOS FINANCIEROS	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 155.543.309
IMPUESTO RENTA 25%	38.885.827
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 116.657.482
RESERVA LEGAL 10%	11.665.748
UTILIDAD NETA	\$ 104.991.734

Tabla 25. Estados de Pérdidas y Ganancias – Año 2020 – Año 2021- Año 2022- Año 2023- Año 2024-
Elaboración Propia

POLITICA DE CUENTAS POR COBRAR AÑO 2020	
DIAS DEL AÑO	360
DIAS COBRADOS	330
DIAS CREDITO	30
PROMEDIO DE VENTAS DIARIAS	858642,7911

POLITICA DE PAGO A PROVEEDORES AÑO 2020	
DIAS DEL AÑO	360
DIAS PAGADOS	330
DIAS CREDITO	30
PROMEDIO DE COMPRAS DIARIO	243528,3896

Tabla 26. Política de cuentas por cobrar – Año 2020 – Elaboración Propia

Tabla 27. Política de pago a proveedores – Año 2020 – Elaboración Propia

7.7 TIR, VPN, TIO

TASA DE INTERÉS DE OPORTUNIDAD (TIO)

La tasa de interés de oportunidad (TIO) del proyecto, es la mínima tasa de interés de rentabilidad que la asociada ANDREA SALCEDO está dispuesta a aceptar como rendimiento en sus nuevas inversiones o como consecuencia de la realización del proyecto el 10%, porque la obtiene en sus actuales inversiones en condiciones razonables de riesgo.

VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Al traer a valor presente neto los flujos de caja proyectados (5 años) a la tasa de interés de oportunidad y sustraerle el valor de la inversión obtenemos los siguientes resultados:

TIO	10%	
PERIODO	FLUJO DE FONDOS	VA
0	\$ (2.000.000)	\$ (2.000.000)
1	\$ (12.061.979)	\$ (10.965.436)
2	\$ (4.676.557)	\$ (3.864.923)
3	\$ (1.851.612)	\$ (1.391.143)
4	\$ 46.995.038	\$ 32.098.243
5	\$ 48.338.029	\$ 30.014.113
TOTAL		\$ 43.890.854

VPN	\$ 43.890.854,01		<p>PARA EL PROYECTO DE CHINCHORROS HEALTH BABY, PROYECTANDO EN UN HORIZONTE DE 5 AÑOS, SE LOGRA OBTENER UNA VPN DE \$43.890.854, POR TANTO SE DEDUCE QUE COMPARANDO EL NEGOCIO CON UNA TIO DEL 10% QUE NOS PODRIA RENTAR EL DINERO EN OTRO NEGOCIO, ESTA IDEA DE NEGOCIO ES MAS RENTABLE Y MAS VIABLE PARA EL INVERSIONISTA, YA QUE ES MAYOR A LA TASA DE OPORTUNIDAD QUE LE PROPORCIONA EL OTRO PROYECTO</p>
TIR	60%		

EL RETORNO DE LA INVERSION DE ESTE NEGOCIO DE CHINCHORROS ES DEL 60%, ES DECIR LA RENTABILIDAD INTERNA DEL PROYECTO EN LOS 5 PERIODOS PROYECTADOS. QUE COMO SE PUEDE OBSERVAR ES MUCHO MEJOR A LA TIO QUE OFRECE EL OTRO PROYECTO

Tabla 28. Valor Presente Neto – Elaboración Propia

Como el Valor Presente Neto del proyecto es mayor que cero la inversión es factible; esto quiere decir que además de generar el 10% que es la tasa de inversionista, devuelve un remanente de \$ 43.890.854.

TASA DE FINANCIACION	17,3%		<p>AL CONTEMPLAR LOS FLUJOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL NEGOCIO, BAJO UNA TASA DE FINANCIACIÓN DEL 17,3% Y UNA TASA DE REINVERSION DEL 12%, SE OBTIENE UNA TIR MODIFICADA MAS ACIDA, MUCHO MAS AJUSTADA A LA REALIDAD CORRESPONDIENTE AL 43,10% QUE DE IGUAL MANERA SIGUE SUPERANDO A LA TIO, POR TANTO EL NEGOCIO SE SIGUE CONSIDERANDO RENTABLE</p>
TASA DE REINVERSION	12,00%		
TIRM	43,10%		

PERIODO	FLUJO DE FONDOS	VA	ACUMULADO
0	\$ (2.000.000)	\$ (2.000.000)	\$ (2.000.000)
1	\$ (12.061.979)	\$ (10.965.436)	\$ (14.061.979)
2	\$ (4.676.557)	\$ (3.864.923)	\$ (18.738.536)
3	\$ (1.851.612)	\$ (1.391.143)	\$ (20.590.148)
4	\$ 46.995.038	\$ 32.098.243	3,44
5	\$ 48.338.029	\$ 30.014.113	
TOTAL		\$ 43.890.854	

EL TIEMPO DE RECUPERACION DE LA INVERSION DE ESTE PROYECTO ESTARA EN EL PERIODO 3,44, Y APARTIR DE AHÍ EL PROYECTO EMPIEZA A GENERAR RENTABILIDAD, ES DECIR QUE ENTRE EL 3° Y 4° AÑO SE OBTIENE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSION

Tabla 29. Flujo de Fondos – Elaboración Propia

8. Conclusiones y Recomendaciones

- ❖ Se realizó un estudio de factibilidad determinando la viabilidad de la creación de la pre cooperativa **CHINCHORROS HEALTH BABY** de producción y comercialización de chinchorros en la ciudad de Sogamoso.
- ❖ Se desarrolló un estudio completo sobre la creación de una nueva empresa con enfoque social, demostrando que, aunque no existe competencia directa es posible generar el gusto y la necesidad en la población objetivo.
- ❖ Se exploró el proceso productivo de la posible pre cooperativa, mostrando que es un proceso completamente artesanal, que no requiere de gran maquinaria y que se puede desarrollar con madres cabeza de hogar.
- ❖ Se mostraron técnicas de publicidad, calidad, selección del mercado y alternativas de competición. Así como también se realizó un análisis de la posible oferta y demanda de los productos, lo cual garantizaría una buena rotación del mismo.
- ❖ Se efectuó un estudio de mercado de la pre cooperativa, demostrando que la idea de negocio es factible aprovechando al máximo los recursos, ya que no solo produce, sino que también generara oportunidades de empleo.
- ❖ Se exploró el mercado analizando la existencia real de clientes para los productos que se van a ofrecer, determinando la baja competencia y la alta demanda del producto al generar una necesidad de él.
- ❖ Se evaluó financieramente el proyecto, a través de un estudio económico de costos y presupuestos determinando que el proyecto es financieramente viable, ya que genera buenos márgenes de rentabilidad y además contribuye con el empleo de la ciudad.

9. Anexos

Anexo 1. Encuesta 1



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA
EL DESARROLLO EMPRESARIAL

ENCUESTA

“GUSTOS, PREFERENCIAS Y ACEPTACIÓN DE LA PRE COOPERATIVA DE
CHINCHORROS HEALTH BABY”

OBJETIVO: *Conocer el nivel de gustos, preferencias y aceptación de los productos de la pre cooperativa de chinchorros Health Baby en una muestra aplicada a los habitantes de la ciudad de Sogamoso entre las edades de 18-50 años.*

Las actividades que aparecen a continuación permitirán establecer tus gustos y preferencias en la compra de chinchorros de la pre cooperativa de Chinchorros Health Baby, que tendrá su sede principal en la ciudad de Sogamoso, y adicionalmente tu disponibilidad en adquirir los chinchorros conociendo que estos brindan enormes beneficios en cuanto a la postura de los niños, fortaleciendo su columna y evitando problemas de salud, todo esto con el fin de realizar un estudio de mercados, por ello sus respuestas son importantes. Desarrolle las preguntas que aparecen a continuación con toda sinceridad, solo es primordial su opinión y las respuestas solo se utilizaran con fines académicos. Marca con una X.

1. Conociendo usted que la pre cooperativa de Chinchorros Health Baby es una entidad Sogamoseña, compraría sus productos para apoyarla: **(CUALITATIVA NOMINAL)**
 - a) Por supuesto
 - b) No es importante

2. De pronto ¿Sabe usted que los chinchorros ayudan a disminuir los problemas de columna causantes de la mala postura desde los primeros meses de edad?: **(CUALITATIVA NOMINAL)**
 - a) Si.
 - b) No.

3. De la siguiente escala como califica usted un producto de tipo artesanal: **(CUALITATIVA ORDINAL)**
 - a) Excelente. c) Regular.
 - b) Bueno. d) Malo. e) No sabe/ no responde

4. ¿Cuál es su nivel de gusto y satisfacción de los Chinchorros, del cual se le ha mostrado físicamente, se le han presentado los beneficios y se le ha invitado a usar?:
(CUALITATIVA ORDINAL)
 - a) Excelente. c) Malo.
 - b) Bueno.

5. ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar para adquirir un Chinchorro que mejora la calidad de vida de su bebe?: _____ **(CUANTITATIVA CONTINUA)**

6. Es importante para usted encontrar los chinchorros en los diferentes almacenes de cadena para hacerle más asequible su compra: **(CUALITATIVA NOMINAL)**
 - a) Si.
 - b) No.

7. Sabiendo usted que la pre cooperativa brinda oportunidades de empleo a madres cabeza de familia en la ciudad de Sogamoso, apoyaría esta iniciativa de jóvenes Sogamoseñas:

(CUALITATIVA NOMINAL)

a) Si

b) No

c) No es importante

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 1. Elaboración Propia.

10. Bibliografía

Calderón, G (2003). *Dirección de Recursos Humanos y Competitividad*. INNOVAR. Revista de ciencias administrativas y sociales.

Camará de comercio de Pasto. (2010). Tomado de <http://www.ccpasto.org.co/index.php/Aspectos-Generales-de-Interes/3-obligaciones-de-los-comerciantes.html>

Código de Comercio Colombiano. (s.f.).

Flores, A. N. (12 de Junio de 2010). *Gerencie.com*. Tomado de <http://www.gerencie.com/establecimientos-de-comercio.html>

Gary, A., & Kloter, P. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.

Guía resumen del Manual de Publicaciones con Normas APA (2020) Séptima Edición Traducción basada en: <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/index> y en American Psychological Association.

Jany, J. N. (2009). *Investigación Integral de Mercados*. Bogotá. Colombia. Mc Graw Hill.

Legislación Cooperativa. Tomado de: http://www.ucc.edu.co/normatividad/Documents/Normatividad/UCC%20Ley_79_1988.pdf

Mejía, Vallejo, P. (2003). *Competencia y estrategia empresarial*. Cali. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Ortiz, H. (2008) *Análisis Financiero Aplicado*. Universidad Externado. Colombia.

Pobreza en Sogamoso. Tomado de:

<http://www.alcaldiamunicipal.com/secretariadesalud/indicesdepobrezaenSogamos>

Rojas, L & Vargas, G. (2009) *Modulo de Introducción a proyectos*. Bogotá. Colombia. Universidad Santo Tomas.

Serna, Gómez, H. (1994) *Gerencia Estratégica*. Bogotá. Colombia. Panamericana Editorial

Vesga, J. Á. (2010). *Curso de Derecho Comercial*. Bogotá. Colombia. Grupo Editorial Ibañez.