

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALMOHADAS CON
MATERIAL TEXTIL RECICLADO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA
SANTANDER

IVAN DARIO OLAYA MORENO
LILIANA LARROTTA BARAJAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2015

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ALMOHADAS CON MATERIAL TEXTIL RECICLADO EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA SANTANDER

IVAN DARIO OLAYA MORENO
LILIANA LARROTTA BARAJAS

Trabajo de grado para optar el título de:
INGENIERO INDUSTRIAL

EDUWIN ANDRES FLOREZ OREJUELA
ESP. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
DIRECTOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2015

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, 20 de Marzo de 2015.

Este proyecto se lo quiero dedicar principalmente a mis padres y hermanas, por apoyarme en todo lo que hago y ayudarme día a día ser mejor persona.

LILIANA LARROTA BARAJAS

Dedico este proyecto a Dios quien día a día me llena de bendiciones, mis padres por su apoyo constante y mi abuela por estar incondicionalmente en mi vida.

IVAN DARIO OLAYA MORENO

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a los profesores que durante nuestra carrera nos inculcaron nuevos conocimientos, al Ingeniero Edwin Flórez nuestro director de proyecto, por su entrega y capacidad de motivarnos hasta último momento.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	22
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	23
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
2. JUSTIFICACIÓN	26
3. OBJETIVOS	28
3.1 OBJETIVO GENERAL	28
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	28
4 MARCO REFERENCIAL	29
4.1 MARCO CONCEPTUAL	29
4.1.1 Acopi	29
4.1.2 Proceso de Transformación	29
4.1.3 Demanda	29
4.1.4 Capacidad Instalada	29
4.1.5 Insumos	29
4.1.6 Operario	29
4.1.7 Proveedor	30
4.1.8 Mercado potencial	30

4.1.9	Localización	30
4.1.10	Costo	30
4.1.11	Precio	30
4.1.12	Valor agregado	30
4.1.13	Calidad	30
4.1.14	Eficiencia	31
4.1.15	Eficacia	31
4.1.16	Promoción	31
4.1.17	Canales de Comercialización	31
4.1.18	Desechos	31
4.1.19	Presupuesto	31
4.1.20	Balance	32
4.1.21	Estado de pérdidas y ganancias	32
4.2	MARCO TEÓRICO	32
4.2.1	Los Componentes del Estudio de Factibilidad: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero.	33
4.2.2	Estudio Técnico	34
4.2.3	Estudio Financiero	34
4.3	MARCO LEGAL	35
4.4	MARCO HISTÓRICO	38
4.5	ESTADO DEL ARTE	40
5	DISEÑO METODOLÓGICO	44

6	ESTUDIO DE MERCADOS	45
6.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO	45
6.1.1	Objetivo General	45
6.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	45
6.2.1	Definición, Usos y especificaciones del producto	45
6.2.2	Bondades del producto:	46
6.2.3	Productos sustitutos:	46
6.2.4	Productos complementarios	46
6.2.5	Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia	46
6.3	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	47
6.3.1	Mercado potencial	47
6.3.2	Mercado Objetivo.	47
6.4	LA DEMANDA	47
6.4.1	Investigación de mercados	47
6.4.2	Descripción del problema de Investigación de mercados.	48
6.4.3	Tabulación y presentación y Análisis de Resultados	52
6.4.4	Nuevos posibles clientes	62
6.4.5	Estimación de la demanda	63
6.4.6	Proyección de la demanda a cinco años.	63
6.5	PROVEEDORES DE RETAZOS DE TELA	65
6.5.1	Análisis de proveedores	65
6.5.2	Relación de proveedores de materias primas	79

6.6	PROVEEDORES DE INSUMOS	80
6.6.1	Ubicación e identificación de distribuidores de insumos	80
6.6.2	Relación de proveedores de insumos	80
6.7	LA OFERTA O COMPETENCIA	80
6.7.1	Necesidades de información. Al analizar la competencia se busca identificar:	81
6.7.2	Tabulación y presentación de resultados de la oferta	82
6.7.3	Relación entre demanda y oferta	89
6.8	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	90
6.8.1	Canales de comercialización	90
6.8.2	Estructura de los canales actuales	90
6.8.3	Ventajas y desventajas de los canales de comercialización	90
6.8.4	Selección de los canales de comercialización	91
6.8.5	Canal de distribución definido	91
6.8.6	Ventajas del canal de distribución escogido	91
6.9	PRECIO	92
6.9.1	Análisis de los precios de la competencia	92
6.9.2	Análisis de los precios de la competencia	92
6.9.3	Estrategias de fijación de precios	92
6.10	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	93
6.10.1	Objetivos	93
6.10.2	Logotipo	94
6.10.3	Lema	94

6.10.4	Slogan	94
6.10.5	Análisis de los medios	95
6.10.6	Selección de los medios	95
6.10.7	Estrategias Publicitarias	95
6.10.8	Presupuesto de publicidad y promoción	95
6.10.9	De lanzamiento	95
6.10.10	De operación	96
6.11	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	96
7.	ESTUDIO TÉCNICO	97
7.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO	97
7.2	ESTADO DE DESARROLLO	98
7.3	TAMAÑO DEL PROYECTO	98
7.3.1	Capacidad del proyecto	98
7.4	LOCALIZACIÓN	100
7.4.1	Macro Localización	100
7.4.2	Micro-Localización	101
7.5	INGENIERÍA DEL PROYECTO	104
7.5.1	Ficha técnica del producto	104
7.5.2	Descripción del proceso productivo	105
7.5.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	106
7.5.4	Recursos	109
7.6	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	114

7.7	Resultados sobre la viabilidad técnica del proyecto	115
8.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	116
8.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	116
8.2	Estrategia Organizacional	121
8.2.1	Constitución de la empresa	121
8.2.2	Visión y Misión	122
8.2.3	Objetivos	122
8.2.4	Políticas	122
8.3	Estructura Organizacional	123
8.3.1	Organigrama	124
8.3.2	Asignación salarial	124
8.4	CONCLUSIONES SOBRE VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	125
9.	ESTUDIO FINANCIERO	127
10.	CONCLUSIONES	135
11.	RECOMENDACIONES	136
	BIBLIOGRAFÍA	137
	ANEXOS	142

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Necesidades de información	49
Cuadro 2. Ficha técnica demanda	50
Cuadro 3. Uso de almohadas	52
Cuadro 4. Materiales relleno de almohada	53
Cuadro 5. Frecuencia compra de almohada	54
Cuadro 6. Lugar de compra de almohadas en la Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	56
Cuadro 7. Cantidad de almohadas compradas la última vez	58
Cuadro 8. Uso de almohadas elaboradas con algodón extraído de los retazos de tela	59
Cuadro 9. Disposición de pago almohadas elaboradas a base de algodón extraído de los retazos de tela	60
Cuadro 10. Fuentes de información para conocer el lanzamiento de nuevos productos	61
Cuadro 11. Demanda anual estimada	63
Cuadro 12. Proyección demanda a cinco años	64
Cuadro 13. Ficha técnica de Proveedores	66
Cuadro 14. Trayectoria en el mercado	67
Cuadro 15. Factor diferenciador de la empresa	69
Cuadro 16. Crédito a los clientes	70
Cuadro 17. Desperdicios de tela en la empresa	71
Cuadro 18. Desperdicios generados a diario	72

Cuadro 19. Tela con más desperdicio en la empresa	73
Cuadro 20. Destino de los retazos de tela	74
Cuadro 21. Precio de venta de los retazos de tela	75
Cuadro 22. Precio de venta de los retazos de tela por kilo	76
Cuadro 23. Frecuencia de venta	77
Cuadro 24. Instituciones de compra de retazos de tela	78
Cuadro 25. Proveedores	79
Cuadro 26. Relación de proveedores de insumos	80
Cuadro 27. Ficha técnica de la Oferta	81
Cuadro 28. Promociones de almohadas en almacenes de muebles	82
Cuadro 29. Promociones de almohadas en almacenes de cadena	83
Cuadro 30. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de muebles	84
Cuadro 31. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de cadena	86
Cuadro 32. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de muebles	87
Cuadro 33. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena	88
Cuadro 34. Precio de venta actuales locales comerciales	92
Cuadro 35. Micro localización	101
Cuadro 36. Cercanía a mayoristas	101
Cuadro 37. Valor del arrendamiento	102
Cuadro 38. Espacio del local	102
Cuadro 39. Cercanía a proveedores	103
Cuadro 40. Alternativas	103

Cuadro 41. Resultados alternativas	104
Cuadro 42. Ficha técnica	104
Cuadro 43. Diagrama de flujo de producción de la almohada	107
Cuadro 44. Diagrama de flujo de producción de la almohada 2	108
Cuadro 45. Maquinaria	110
Cuadro 46. Costo materia prima	113
Cuadro 47. Prestaciones Sociales	118
Cuadro 48. Análisis DOFA	121
Cuadro 49. Asignación salarial “Eco Almohadas S.AS”	124
Cuadro 50. Prestaciones sociales	125
Cuadro 51. Estado de resultados	128
Cuadro 52. Balance general	130
Cuadro 53. Flujo de caja libre	132
Cuadro 54. Cálculo de la tasa de descuento	133
Cuadro 55. VPN, TIR, TIRM	133

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Estudio de factibilidad	44
Figura 2. Almohada	46
Figura 3. Tasa de crecimiento en ventas	48
Figura 4. Uso de almohada	53
Figura 5. Materiales para almohada	54
Figura 6. Frecuencia compra de almohadas	55
Figura 7. Existencia de empresas productoras o comercializadoras de almohadas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	57
Figura 8. Cantidad de almohadas adquiridas en la última compra	58
Figura 9. Uso de almohadas elaboradas con algodón extraído de los retazos de tela	59
Figura 10. Disposición de pago almohadas elaboradas a base de algodón extraído de los retazos de tela	61
Figura 11. Fuentes de información para conocer el lanzamiento de nuevos productos	62
Figura 12. Proyección de personas que demandarían el producto según la muestra analizada	65
Figura 13. Trayectoria en el mercado	68
Figura 14. Factor diferenciador de la empresa	69
Figura 15. Crédito a los clientes	70
Figura 16. Desperdicio de tela en la empresa	71
Figura 17. Desperdicios generados a diario	72

Figura 18. Tela con más desperdicio en la empresa	73
Figura 19. Destino de los retazos de tela	74
Figura 20. Precio de venta de los retazos de tela	75
Figura 21. Precio de venta de los retazos de tela por kilo	76
Figura 22. Frecuencia de venta	78
Figura 23. Instituciones de compra de retazos de tela	79
Figura 24. Promociones de almohadas en almacenes de muebles	83
Figura 25. Promociones de almohadas en almacenes de cadena	84
Figura 26. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de muebles	85
Figura 27. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de cadena	86
Figura 28. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de muebles	88
Figura 29. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena	89
Figura 30. Esquema canal seleccionado para la comercialización de las almohadas ecológicas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.	91
Figura 31. Logotipo Eco Almohadas	94
Figura 32. Almohada con algodón reutilizado	97
Figura 33. Ubicación empresa de almohadas	100
Figura 34. Diagrama de operaciones	106
Figura 35. Máquina	110
Figura 36. Diseño de la planta	114
Figura 37. Organigrama empresa	124

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Formato de encuesta de factibilidad del proyecto	142
Anexo B. Formato de encuesta dirigidas a empresas	145
Anexo C. Formato de encuesta de observación	147
Anexo D. Descripción y perfil	148
Anexo E. Trabajo de campo	154
Anexo F. Imagen del producto	157

RESUMEN

TITULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALMOHADAS CON MATERIAL TEXTIL RECICLADO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA SANTANDER”

AUTORES: IVAN DARIO OLAYA MORENO
LILIANA LARROTTA BARAJAS

PALABRAS CLAVES: Almohada, Retazos, Bucaramanga, Factibilidad, Ecología.

DESCRIPCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad de producir y comercializar almohadas elaboradas a partir del algodón extraído de los retazos de tela, aprovechando el poco uso que la Industria textil le da a este recurso en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

El estudio de mercados parte de una investigación que permite conocer el mercado objetivo y potencial de la empresa, proporcionando información que se necesita para establecer las estrategias que emplearán las almohadas ecológicas en el sector.

Con el estudio técnico se analiza la de la ubicación de las instalaciones, proveedores, tamaño de la empresa, y recursos que serán empleadas en la elaboración de las almohadas alcanzando los estándares en calidad. El estudio administrativo le permite a la empresa funcionar de una manera organizada y enmarcada dentro de los reglamentos legales.

La viabilidad financiera determina el monto de la inversión necesaria, estados financieros, presupuesto de ingresos y egresos, y rentabilidad del proyecto mediante el análisis de razones financieras.

ABSTRACT

TITLE: "FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A PRODUCTION COMPANY AND DISTRIBUTOR OF PILLOWS A BASE REMOVED FROM COTTON fabric scraps BUCARAMANGA IN THE CITY AND METROPOLITAN AREA".

AUTHOR: IVAN DARIO OLAYA MORENO
LILIANA LARROTTA BARAJAS

KEYWORDS: Pillows, quilts, Bucaramanga, feasibility, Ecology

DESCRIPTION

The following project has the purpose to determine the feasibility of the production and marketing of pillows made of extracted of cotton fabric remnants. Talking advantage of the little use that the textile industry gives to this resource in Bucaramanga and its metropolitan area.

The market research start with an investigation that allows acknowledge of the potential and target market of the company, providing information needed to set the strategies that will be implemented on the development of the ecological pillows.

The technical study analyzes the facilities location, suppliers, company size and resources that will be used in the development of the pillows, always reaching the highest quality standards. The administrative study allows the company to operate in an organized way and be framed with the legal regulations.

The financial viability determines the amount of investment required, the financial statements, the projections of revenues and expenditures and the project profitability based on the analysis of the financial ratios.

INTRODUCCIÓN

La industria textil fue la primera en desarrollarse, representando desde sus inicios hasta la actualidad un rubro importante en el desarrollo económico y social de los diferentes países del mundo. Con el paso del tiempo se han venido presentando cambios en este sector debido a las necesidades y exigencias que a diario surgen al interior y exterior de las organizaciones.

Los retazos de tela son tiras o cortes que quedan después de un proceso de elaboración o confección de prendas de vestir, material escogido por la empresa para la elaboración de relleno de almohadas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

La demanda de almohadas y productos textiles para el hogar se encuentra actualmente en constante aumento ya que es una industria que va de la mano con la reactivación y consolidación del sector de la construcción, hoy en día las almohadas juegan un papel importante en cada hogar debido a las diferentes características que posee entre ellas comodidad, suavidad y apoyo.

Aprovechando estas ventajas, se contempla la idea de crear una empresa amigable con el medio ambiente organizada administrativa y legal, cuyos procesos son establecidos de manera clara y sobre los cuales se proyecta el presupuesto, costos y gastos de fabricación obteniendo como resultado rentabilidad del proyecto; su diferenciación radica en aspectos como: Innovación frente a productos actuales, precio de venta al público, máxima calidad en el producto final y sobretodo aceptación por parte de la población.

La elaboración de este proyecto se plantea como respuesta a las exigencias del mercado actual en el que predominan productos ecológicos, elaborados con material reciclado mediante un proceso cuyos trabajos se han programado para evitar fallas y desperdicios tanto en tiempo como en materiales, la actividad de la empresa está basada en dos principios fundamentales como son: La responsabilidad y el buen servicio al cliente obteniendo de esta manera con el tiempo una ampliación en su mercado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos tiempos el planeta tierra ha venido presentando cambios ambientales, una de las principales causas se debe a la inadecuada disposición final que el hombre le ha dado a los residuos sólidos. Los residuos sólidos son cualquier objeto, material, sustancia o elemento sólido resultante del consumo o uso de un bien que el generador abandona, rechaza o entrega¹.

En Colombia se producen diariamente 27300 toneladas de basura y al año 10'037.500 toneladas el 70% y 80% de esta basura es reciclable, razón suficiente para iniciar procesos de reciclaje en cada uno de los hogares (Instituciones) y así reducir la necesidad de crear más rellenos sanitarios².

Soad Helene Assaf Carrascal, Karen Samira Assaf Carrascal estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, realizaron un artículo para la revista Digital Apuntes de Investigación, en relación a ciertos inconvenientes de tipo legal, ambiental y de salud que se han venido presentando en el relleno sanitario el Carrasco de la ciudad de Bucaramanga. Actualmente el Carrasco recibe aproximadamente 750 toneladas al día de residuos sólidos, provenientes del Área Metropolitana de Bucaramanga y otros municipios,³ lo que quiere decir que la vida de los residuos que a diario son utilizados, termina en un relleno causando a su vez más problemas; sí las empresas y la sociedad en general dieran un destino final diferente a los desechos o desperdicios que aparentemente ya “no sirven”, tal vez estas cifras disminuirán y a su vez los problemas ambientales.

Aunque la industria textil representa un aporte significativo al Producto Interno Bruto –PIB, convirtiéndolo en un sector que contribuye en el desarrollo económico y social el país⁴, sus actividades implican un sin número de operaciones donde se

¹SIRPA, Reynaldo. Contaminación ambiental [en línea]. [citado 25 junio 2014]. Disponible en internet: <<http://www.academia.edu/5412149/Contaminacion>>.

² PARADA DÍAZ, Orlando; y de ROUX RENGIFO, Carlos Vicente. Proyecto de acuerdo 113 (2011), por medio del cual se establecen los centros de disposición de residuos domiciliarios peligrosos para Bogotá, D.C. En: Acta sucinta (30, agosto, 2010). Consejo de Bogotá D.C: Certificado SGS y gestión de la calidad NTCGP 1000:2004 sector público, 2011. 11 p.

³ ASSAF CARRASCAL, Soad Helene; y ASSAF CARRASCAL, Karen Samira. Relleno sanitario el carrasco y la violación de derechos fundamentales y colectivos. En: Revista digital Apuntes de investigación. Septiembre, 2012. vol. 3. 7 p.

⁴ DANE - COLOMBIA, Comunicación de prensa: Producto interno bruto – primer trimestre de 2013. En: Bogotá: Oficina de prensa DANE, 16 p.

generan daños al medio ambiente por el alto consumo de agua, energía, reactivos químicos⁵.

Toda actividad industrial deteriora el medio ambiente a través de sus operaciones, productos y servicios. Esto incluye no sólo a la extracción y explotación de recursos naturales que el medio ambiente nos provee, sino la eliminación al mismo tiempo de aquellos desechos que resultan de tales actividades, por ejemplo en la industria de vestuario y textiles a diario se generan retazos de tela que no aún no están siendo aprovechados.

Según un estudio realizado en el año 2012 por la Subdirección Ambiental Metropolitana SAM, al relleno sanitario el Carrasco de la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana ingresan 9.128 toneladas de material textil al año representando un porcentaje de 3,3% del total de residuos sólidos que llegan al relleno sanitario. Existen organizaciones en la ciudad de Bucaramanga que adelantan actividades de reciclaje, las cuales aprovechan según el acuerdo Metropolitano 012 de 2013 y el decreto municipal 0096 del 2013, son considerados como material reciclable y/o aprovechable los residuos inorgánicos como: Papel, vidrio, metal, cartón y plástico, la Industria textil debe aprovechar los residuos o desperdicios que quedan después de los procesos industriales, con el fin de contribuir a la conservación de la vida y del planeta⁶.

Los desperdicios que se generan en la industria textil son retazos de tela que quedan después de la elaboración de prendas de vestir. Para la mayoría de empresas estos residuos no representan algún valor, ya que aparentemente su función ha terminado. Hoy en día las nuevas generaciones buscan disminuir el impacto de su industria en el medio ambiente, confeccionando con dicho material (retazos de tela).

Un posible planteamiento para este desperdicio generado durante años en la industria textil, sería reutilizar los retazos de tela en elaboración de almohadas de algodón. Los retazos de tela aún mantienen propiedades físicas que pueden ser aprovechadas en un nuevo proceso, para extraer el algodón que tienen y así crear un producto amigable con el medio ambiente.

En la actualidad las almohadas elaboradas en algodón son costosas y quienes tienen acceso a ello son personas de estratos de altos. Si bien a la hora de tomar un descanso la almohada juega un papel importante en la mayoría de hogares.

⁵ HUPPERTS, Pierre. Industria textil. En: Virtualpro, procesos industriales. Abril, 2007. vol. 1. 63-39 p.

⁶ SUAREZ RANGEL, Nubia. Asunto: respuesta proposición N° 43 de fecha 03-07-2013, radicado 2042. Area metropolitana de Bucaramanga, Bucaramanga – Floridablanca – Girón – Piedecuesta. DAMB-D-2943. Bucaramanga: 17 de julio del 2013. 10.p

En conclusión reutilizar los residuos que quedan después de un proceso industrial y convertirlos en materia prima de un nuevo proceso es un paso importante para crear conciencia en un mundo cambiante.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores que determinan la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de almohadas con material reciclado en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana?

2. JUSTIFICACIÓN

La globalización es un fenómeno reciente, que no es ajeno a ninguna zona de la geografía universal, deja al descubierto beneficios y oportunidades para las empresas que integren mejores ofertas en calidad y precio, es decir aquellas que logren ser más competitivas en los paradigmas de la “nueva economía”.

Para los países en vía de desarrollo la globalización puede representar temor, debido a sus efectos y riesgos, ya que puede amenazar el empleo y con ello las condiciones de vida.

Sin embargo el año 2013 los indicadores económicos en Santander dejaron resultados positivos en relación con un aumento significativo en términos de tamaño del mercado, especialmente en el Área Metropolitana de Bucaramanga que mostró un crecimiento en su gasto per cápita de 10,8%⁷, hecho que beneficia la creación de empresas para el año 2014, contribuyendo a mejorar los niveles de empleo.

Surge entonces la idea de realizar un plan de negocios para crear una empresa que produzca y comercialice almohadas con el algodón extraído de los retazos de tela, para de esta manera influir en la economía de la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana, incluyendo mano de obra no cualificada preferiblemente de la población vulnerable,⁸ como es el caso de los vendedores ambulantes; entre ellos madres cabeza de hogar que a diario se suben a los buses a “trabajar”, situación que deja mucho que decir de una ciudad que día está creciendo. También con esta idea se crea conciencia ecológica en los consumidores, ciudadanos no sólo de la región sino de cualquier parte del mundo.

De acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, PNMA (2003), la producción más limpia se define como “La aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva e integrada a procesos, productos y servicios para incrementar la eficiencia en general, y reducir los riesgos para los seres humanos y el ambiente”⁹. A su vez la producción más limpia puede ser aplicada a los procesos utilizados en cualquier industria, a los procesos mismos y a varios servicios ofrecidos en la sociedad.

⁷ CÁMARA DE COMERCIO - COLOMBIA, Indicadores económicos de Santander. (Diciembre, 2013). Bucaramanga: Febrero de 2014. 1.p

⁸ EL TIEMPO. Jaime Moreno. Cifra de pobreza en Bucaramanga genera polémica [en línea]. Martes 29 Abril 2014. [Citado 14 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://m.eltiempo.com/colombia/oriente/cifra-de-pobreza-en-bucaramanga-genera-polemica/11938744/1>>.

⁹⁹ QUINTERO, Ricardo Smith; y RESTREPO MESA, María del Pilar. Producción más limpia y buenas prácticas ambientales en las Mipyme del municipio de Itagüí. Itagüí: diciembre de 2007. 169 p.

La empresa de almohadas con material extraído de los retazos de tela que quedan en la industria textil desde su inicio esta de la mano con el actual Plan de Desarrollo Departamental Santander En Serio, El Gobierno de la Gente, 2012 - 2015, “el cual hace un llamado al fomento y apoyo al sector productivo en la implementación de la producción más limpia y al acceso a mercados verdes”¹⁰.

Utilizar en una empresa los retazos de tela que quedan después de elaboración de prendas de vestir, para luego fabricar almohadas con el algodón extraído de dichos retazos, no solo aportará beneficios ambientales, también generará ventajas económicas para los habitantes de la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana. Debido a que la materia prima de este proceso es de fácil acceso y por qué no decir económica, se ofrecerá un producto con bajos costos, lo que significa que su precio se adaptará con mayor facilidad a la población vulnerable que vive en condiciones diferentes a otras de la región.

No obstante la mano de obra de la empresa dado que sus labores son operativas es posible recurrir a mano de obra no cualificada, brindándoles oportunidad de trabajo a las personas que en la actualidad no tienen un empleo formal. Con esto la empresa aportará al desarrollo social de la región contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas que día a día se esfuerzan por conseguir lo del diario y que en la mayoría de los casos generan inseguridad en la comunidad.

Sin lugar a duda los productos novedosos hoy son la herramienta principal para el desarrollo de la economía de un país debido a que “la competencia es grande, la gente se mueve, inventa cosas, invade mercados”¹¹. Es por esto que a través de procesos amigables con el medio ambiente y la correcta apropiación de la tecnología se genera tendencias que involucran valor agregado en la producción del bien o prestación del servicio. Elaborar un producto que esté al alcance económico de la comunidad y que su vez lleve un mensaje infiltrado genera una influencia que beneficia a las futuras generaciones.

¹⁰ SANTANDER, Asamblea departamental. Ordenanza N° 013 (23, Abril, 2012). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo, SANTANDER EN SERIO, EL GOBIERNO DE LA GENTE, 2012-2015. Bucaramanga: 2012. 256.p

¹¹ MORALES, Hollmann. A puro pulso. Bogotá: Círculo de Lectores, 1996. 250.p

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de almohadas con materiales textiles desechados por las empresas, en la ciudad de Bucaramanga (Santander).

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los posibles clientes, proveedores y competidores en el sub-sector de las almohadas en Bucaramanga a través del estudio de mercados.
- Identificar la maquinaria, flujo de proceso, costos de producción, e infraestructura requerida de una empresa de almohadas mediante un estudio técnico en la ciudad de Bucaramanga (Santander).
- Definir la estructura organizacional y aspectos legales de una empresa de almohadas mediante un estudio administrativo y organizacional en la ciudad de Bucaramanga (Santander).
- Determinar los rubros financieros principales del proyecto que permitan conocer posteriormente su viabilidad financiera y económica.

4 MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO CONCEPTUAL

4.1.1 Acopi: “Asociación colombiana de medianas y pequeñas”¹².

4.1.2 Proceso de Transformación: “Conjunto de actividades que reciben insumos y entrega productos de valor para el cliente o la comunidad”¹³.

4.1.3 Demanda: “Disposición de un agente económico para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado”¹⁴.

4.1.4 Capacidad Instalada: “Se refiere a la capacidad de producción que su proceso operativo tiene ya sea su negocio de servicio o producción. La capacidad instalada es una combinación de los tiempos de procesamiento por maquina/persona, combinaciones de operaciones paralelas o secuenciales y la cantidad de equipo/personas disponibles para realizar el trabajo”¹⁵.

4.1.5 Insumos: “Todos los factores productivos que cooperan en la producción, pueden ser las materias primas, la energía consumida, algunos bienes intermedios, etc.”¹⁶.

4.1.6 Operario: “Se entiende por operador u operadores a aquel trabajador que por lo general se encarga de realizar algún tipo de actividad relacionada con maquinarias o tecnología de cualquier modelo”.

¹² MAPEO DE PROMOTORES DE RSE. Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (ACOPI) [en línea]. [citado 17 junio 2014]. Disponible en internet: <mapeo-rse.info/promotor/asociaci%C3%B3n-colombiana-de-medianas-y-peque%C3%B1as-industrias-acopi>.

¹³ MIRANDA M., Juan J. El desafío de la gerencia de proyectos. En: Gestión de proyectos. 4 ed Bogotá: MM Editores Mayo, 2004. 436 p.

¹⁴ ECONOMIA48. Demanda [en línea]. [citado 14 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm>>.

¹⁵ INTERCONSULTING GROUP. capacidad instalada vs demanda [en línea]. [citado 14 abril 2014]. Disponible en internet: < <http://hondublog.wordpress.com/2010/05/10/capacidad-instalada-vrs-demanda/> >.

4.1.7 Proveedor: “Persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta”¹⁷.

4.1.8 Mercado potencial: “Es el límite superior del producto es decir representa la demanda máxima que puede tener el producto en el momento presente o la que se puede lograr en un lapso de tiempo futuro”¹⁸.

4.1.9 Localización: “Conjunto de técnicas, métodos y modelos que permiten determinar con criterio económico la ubicación óptima de la empresa o unidad económica de producción”¹⁹.

4.1.10 Costo: “Erogación o desembolso en efectivo, en otros bienes, en acciones o en servicios, que incrementan su valor en los inventarios”²⁰.

4.1.11 Precio: “Se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio”²¹.

4.1.12 Valor agregado: “Es el mayor valor creado en el proceso productivo por efecto de la combinación de factores. Se obtiene como diferencia entre el valor de la producción bruta y el consumo intermedio”²².

4.1.13 Calidad: “Es el grado en el que un conjunto de características cumple con los requisitos”²³.

¹⁷ E-CONOMIC. Definición de proveedor [en línea]. [citado 20 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>>.

¹⁸ Ibíd.

¹⁹ ECONOMIA48. Teoría de la localización [en línea]. [Citado 10 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.economia48.com/spa/d/localizacion-teoria-de-la/localizacion-teoria-de-la.htm>>.

²⁰ CÁRDENAS CUTIÑO, Gustavo Alfonso; y DAZA RAMÍREZ, Marco Tulio. Diccionario de contabilidad y sistemas de información. Zapopan – Jalisco – México: Universidad de Guadalajara, 2004. 272.p

²¹ GERENCIE. Precio [en línea]. [Citado 10 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.gerencie.com/precio.html>>.

²² DANE - COLOMBIA, ICER - Informe de Coyuntura Económica Regional Santander (2012). Bucaramanga: DANE - Banco de la república, Agosto de 2013. 93.p

²³ MARIMON, Frederic; y CASADESÚS, Martí. ¿La ISO 9000 seguirá siendo válida en la nueva era de la gestión de la calidad? EN: Revista DYNA ingeniería e industria. 2006. p 11-14.

4.1.14 Eficiencia: “La relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo, se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos”²⁴.

4.1.15 Eficacia: “Valora el impacto de lo que hacemos, del producto o servicio que prestamos. No basta con producir con 100% de efectividad el servicio o producto que nos fijamos, tanto en cantidad y calidad, sino que es necesario que el mismo sea el adecuado; aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en el mercado”²⁵.

4.1.16 Promoción: “Son todas las actividades que se realizan para difundir la existencia del producto, con fines persuasivos, e incentivar la compra”²⁶.

4.1.17 Canales de Comercialización: “Son actualmente la forma más económica y eficiente para llevar sus productos o servicios al cliente final”²⁷.

4.1.18 Desechos: “Los desechos son desperdicios o sobrantes de las actividades humanas. Se clasifican en gases, líquidos y sólidos; y por su origen, en orgánicos e inorgánicos”²⁸.

4.1.19 Presupuesto: “Es un **plan de operaciones y recursos** de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios”²⁹.

²⁴ GERENCIE. Eficiencia [en línea]. [Citado 10 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.gerencie.com/precio.html>>.

²⁵ CARBALLAL DEL RÍO, Esperanza. Productividad, conceptos modernos de productividad [en línea] el prisma [Citado 3 diciembre 2009] Disponible en internet <http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/productividadconceptos/>.

²⁶ CORDERO, Mario. Las 7 “P” del mercadeo digital [en línea]. [Citado 14 Marzo 2014]. Disponible en internet: <<http://revistadata.export.com.gt/2013/11/las-7-p-del-mercadeo-digital/>>.

²⁷ FERNANDEZ, Sánchez. Canales de Comercialización [en línea]. Agosto de 2010. [Citado el 14 de abril de 2014]. Disponible en internet: <<http://francofernandezsanchez.blogspot.com/2010/08/canales-de-comercializacion.html>>.

²⁸ CGP+L, Centro Guatemalteco de Producción más Limpia. Guía de Buenas Prácticas Ambientales para el Sector Textil de Guatemala. Guatemala: CGP+L, Agosto del 2008. 46 p.

²⁹ EMPRENDE PYME. ¿Qué es un presupuesto? [en línea]. [Citado 12 Abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>>.

4.1.20 Balance: “Muestra el patrimonio con el que cuenta la empresa en una fecha determinada; de ahí lo acertado de asemejarlo a una fotografía de la riqueza empresarial”³⁰.

4.1.21 Estado de pérdidas y ganancias: “Muestra cómo se movió el dinero de la empresa o del dueño durante un periodo contable, que generalmente es de un año, para al final producir una utilidad que es la esencia de todo negocio”³¹.

4.2 MARCO TEÓRICO

Las empresas son organizaciones claves en cualquier sistema económico. Es a través de ellas que se puede satisfacer las múltiples necesidades de una sociedad, pero además, son el motor en la generación de riqueza, de empleo, y otros impactos sociales benéficos. Sin descartar los impactos negativos, cuando las mismas no se inscriben dentro de su responsabilidad económica, social y ambiental.

Existen diversas definiciones de Empresa. Una de ellas enuncia que una empresa es un “Conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se halle inmersa”³²

De tal forma, que un sistema capitalista o de economía de mercado, el fin de las empresas principalmente ha sido el ánimo de lucro o de máximo rendimiento. Mientras que en las economías colectivistas, el fin ha consistido en cumplir objetivos asignados a un plan más general, de ámbito nacional, regional o local.

La creación de una empresa es un proceso que ha tenido una especial relevancia para la economía y los gobiernos, por el beneficio que aportan. Para quien quiera emprender una idea empresarial, la pregunta clave es: ¿qué negocio pongo! Básicamente se considera que existen dos formas de generar ideas empresariales:

- Acudir a la capacidad, experiencia o conocimiento específico que tenga quien quiere establecer el negocio, que las haya adquirido bien por cursos o estudios

³⁰ FERNÁNDEZ, Solero Amador; ROMANO APARICIO, Javier; y CERVERA OLIVER, Mercedes. Balance [en línea] [Citado 12 Marzo 2014]. Disponible en internet: <<http://www.contabilidad.tk/balance-122.htm>>.

³¹ GALEON.com. Estado de Pérdidas y Ganancias (P y G) y su explicación [en línea]. [Citado el 12 de Marzo de 2014]. Disponible internet: <<http://contanegocios.galeon.com/PyG.htm>>.

³² ECONOMIA48. Empresa [en línea]. [citado 14 abril 2014]. Disponible en internet: <<http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>>

formales que haya realizado, por trabajos que haya tenido o por observación directa a otros.

- Identificar la existencia de necesidades, que bien pueden ser de personas o de empresas, que no encuentran quien se las satisfaga adecuadamente. Ello se puede hacer mediante observación física, conversaciones o investigaciones, de publicaciones, contactos personales y empresariales, etc³³.

Esta secuencia de pasos para consolidar una idea de negocio, continua con la evaluación de la idea sobre el posible negocio. Es común pensar aquí que la única manera de evaluar una idea es probándola, sin detenerse a hacer estudios más avanzados para lanzarla al mercado. Otros empiezan haciendo números, proyectándola a tres años o más años, encontrando que puede o no funcionar. Pero “Para evaluar ideas debemos tener otras alternativas para compararla, hay que proyectar su materialización, ver si es factible su conversión en actividad propia de un negocio”³⁴. Tarea que no es fácil debido a los múltiples factores que entran en juego en el proceso.

En ese sentido es que toma relevancia los estudios de factibilidad. Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”³⁵. El estudio de factibilidad es “el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”³⁶. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

4.2.1 Los Componentes del Estudio de Factibilidad: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero. El estudio de mercado “es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto”³⁷. Se le considera por tanto el punto de partido para la evaluación de proyectos, pues “detecta situaciones que condicionan los demás estudios”³⁸. Son diversos y muy importantes los aspectos que se tienen cuenta en este tipo de

³³ GERENCIE. Creación de empresas; ¿de dónde surgen las ideas para establecerlas? [en línea]. [Citado 23 Julio 2014]. Disponible en internet: <<http://www.gerencie.com/creacion-de-empresas-de-donde-surgen-las-ideas-para-establecerlas.html>>.

³⁴ URBANO, David; PULIDO, David Urbano; GARRIDO, Nuria Toledano. Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: Editorial UOC, 2008. 202 p.

³⁵ MIRANDA M., Juan J. Gestión de proyectos. 4 ed. Bogotá: MM Editores Mayo, 2004. 436 p.

³⁶ Ibíd., p. 19.

³⁷ ORJUELA CÓRDOVA, Soledad; y SANDOVAL MEDINA. Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos. Chile: Universidad de Chile - Facultad de Ciencias Económicas, 2002. p.21.

³⁸ Ibíd., p. 21

estudio: el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, el precio, los canales de distribución y la promoción y la publicidad.

Una de las finalidades del estudio de mercado, es “tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo”³⁹. Pero también algo muy importante, “va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a lo que desea comprar el cliente”⁴⁰. Toda esta información es clave para decisiones cruciales en torno al proyecto, como el tipo de consumidor al cual va a ir dirigido el servicio, el tamaño de las instalaciones que se hará de hacer en forma inmediata y las proyectadas hacia el futuro, de acuerdo al crecimiento esperado de la empresa, entre otras. De ahí que sea un paso que no se puede por ningún motivo obviar.

4.2.2 Estudio Técnico. El estudio técnico es otro de los temas clave para definir “el cómo se producirá aquello que se piensa vender y al cual se le ha encontrado un mercado en el estudio de mercados”⁴¹. En otras palabras, se refiere a los aspectos que se deben tener en cuenta en la elaboración del producto o la prestación del servicio y todo lo que ello implica.

Los aspectos que se tienen en cuenta en un estudio técnico son: la ubicación de la empresa o instalaciones, cuáles serán las fuentes de materia prima, las maquinarias y procesos necesarios, cuál son las posibilidades tecnológicas existentes en el mercado, el factor humano que se requiere y la ingeniería del producto o servicio. Información esencial para desarrollar el estudio organizacional y financiero del proyecto.

4.2.3 Estudio Financiero. En el estudio financiero, sus objetivos son “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”⁴². En otras palabras, consiste en identificar y ordenar los ítems relacionados con inversiones, costos e ingresos que se puede determinar gracias al a información que aporten los estudios anteriores.

³⁹ CRECE's, Federales de la secretaria de economía y centros regionales de competitividad empresarial. Estudio de mercado [en línea] 2005. [citada 23 Julio 2014]. Disponible en internet: <<http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>>.

⁴⁰ Ibid., p. 2

⁴¹ Ibid., p. 3

⁴² NAVARRO, Pablo. Teoría del Estudio Financiero [en línea]. [Citada 23 Julio 2014]. Disponible en internet: <<http://ecaths1.s3.amazonaws.com>>.

“La estructura metodológica del estudio financiero deberá entregar tres tipos de información”⁴³.

- La primera se debe lograr a partir del análisis de las diferentes inversiones que se deben considerar en la construcción del flujo de caja.
- En la segunda, el evaluador deberá analizar el concepto económico del capital de trabajo y los principales métodos que existen para su cuantificación, en conjunto con algunos convencionalismos que pesan sobre esta particular inversión.
- Finalmente, deberá entregar la metodología para la construcción del flujo de caja proyectado, analizando el efecto tributario de algunos egresos no efectivos y otros convencionalismos.

4.3 MARCO LEGAL

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Así mismo, en el Artículo 58 la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.

La propiedad intelectual también es declarada por la Constitución en el Artículo 61, el que señala: “[...] el Estado protegerá la propiedad intelectual por tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley”. Es complementada con el numeral 24 del Artículo 150, que establece que compete al Congreso: “[...] regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual [...]”, y con el Artículo 189, que dice: “[...] corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa conceder patente de privilegio temporal a los autores de invenciones o perfeccionamientos útiles, con arreglo a la Ley”⁴⁴.

⁴³ DNP, Departamento nacional de planeación – COLOMBIA. Estudio financiero. El Manual Metodológico General para la Identificación, Preparación de proyectos madres [en línea]. [Citado 23 Julio 2014] Disponible en internet: <<https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/DIFP/Bpin/Manual%20Metodol%20Gral%20Identificac%20preparac%20proys%20madre.pdf>>.

⁴⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, en ejercicio de las facultades extraordinarias que le confiere el numeral 15 del artículo 20 de la Ley 16 de 1968, y cumplido el requisito allí establecido. Diario oficial. Bogotá D.C., 1972. no. 33.339. 141.p

La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley mi pyme. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”⁴⁵, como un reconocimiento al papel de las instituciones en el desarrollo empresarial.

El acceso a los mercados financieros también es tratado por la Ley mi pyme, mediante el Artículo 6 de la Ley 35 de 1993, en el cual se fija las normas para regular la actividad financiera, bursátil y aseguradora. En dicho artículo se faculta al gobierno nacional para determinar temporalmente la cuantía de recursos que el sistema financiero debe prestar o invertir en los diferentes sectores o actividades económicas.

La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado. Su marco institucional está compuesto por las entidades adscritas a la Red Nacional de Emprendimiento entre las cuales se encuentran el Sena, Departamento Nacional de Planeación, Colciencias y Acopi, entre otros importantes establecimientos. A nivel región, habrá una Red Regional para el Emprendimiento, entre cuyos delegados se podrán encontrar instituciones como la Gobernación Departamental, el Sena, la Cámara de Comercio y la alcaldía, entre otros⁴⁶.

La Ley 29 de 1990 o Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico. Es la ley soporte del establecimiento de incubadoras de empresas y de parques tecnológicos en Colombia. La ley señala el marco dentro del cual el Estado y sus entidades se pueden asociar con particulares en “actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnología”.

La Ley de Ciencia y Tecnología es desarrollada mediante los decretos 393, 591 y 585 de 1991, que reglamentan las modalidades de asociación y los tipos de proyectos que pueden ser incluidos como actividades científicas y tecnológicas.

⁴⁵ COLOMBIA, CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 590 (10. julio, 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas. Diario oficial. Bogotá D.C., 2000. no. 44.078. 16.p

⁴⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1014 (26, enero, 2006). Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1192 de 2009. De fomento a la cultura del emprendimiento. Diario oficial. Bogotá D.C., 2006. no. 46.164. 12 p.

Los trámites para la creación de una empresa se dividen en trámites registrales, específicos y laborales. Los trámites registrales son aquellos a través de los cuales la empresa deja constancia de sus actos mediante determinados documentos. Se dividen en trámites que se realizan hasta el momento de la inscripción en el registro correspondiente, y los requeridos para iniciar la actividad económica. Los trámites específicos corresponden a la ubicación física de la empresa y a la actividad económica. Los trámites laborales hacen referencia a todo lo relacionado con la contratación de personal⁴⁷.

La ley 152 de 1994, o ley orgánica del plan de desarrollo tiene como propósito establecer procedimientos y mecanismos para la elaboración, aprobación, ejecución, seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo.⁴⁸

En el sector textil-confección se ha venido efectuando ciertas prácticas de reciclaje con el fin de reutilizar este material y aprovechar sus beneficios. Actualmente existen tres formas de reutilización: Triturarlos y convertirlos en fibra, ser redistribuidos en su estado natural y ser cortados en pedazos de tela (retazos). Colombia con proyectos como este también puede marcar la diferencia desarrollando ideas en el reciclaje de textiles y confecciones así como Alemania, Japón, Reino Unido y los EE.UU⁴⁹.

La Ley General Ambiental de Colombia o Ley 99 de 1993. Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, además de otras disposiciones.⁵⁰

Decreto 1713 de 2002. Reglamenta lo relacionado con el manejo integral de los residuos sólidos. Define el reciclaje como el proceso mediante el cual se aprovechan y transforman los residuos sólidos recuperados y se devuelve a los materiales su potencialidad de reincorporación como materia prima para la fabricación de nuevos productos. El reciclaje puede constar de varias etapas: procesos de tecnologías limpias, reconversión industrial, separación, recolección selectiva acopio, reutilización, transformación y comercialización.⁵¹

⁴⁷ URBANO, David; PULIDO, David Urbano; GARRIDO, Nuria Toledano. Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: Editorial UOC, 2008. 202 p

⁴⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 152 (15, julio, 1994). por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo. Diario oficial. Bogotá D.C, 1994. no. 41.450. 14.p

⁴⁹ PROEXPORT COLOMBIA. El sector textil- confección en la era del reciclaje [en línea]. [Citado 17 julio 2014]. Disponible en internet: <proexport.com.co/sites/default/files/EL_SECTOR_TEXTIL_CONFECCION_EN_LA_ERA_DEL_REICICLAJE_0.pdf>.

⁵⁰ COLOMBIA. Normatividad ambiental para Colombia. [En línea]. [Citado 01 Agosto 2014]. Disponible en internet: <<http://www.corpamag.gov.co/vernormas.php>>.

⁵¹ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA Decreto 1713 (6, agosto, 2002). Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en

4.4 MARCO HISTÓRICO

La industria textil es una de las actividades económicas fundamentales a nivel mundial, siendo para muchos países una fuente esencial de riqueza y empleo. En Colombia, igualmente la industria textil es una de las más representativas y tradicionales, con una historia que comienza en 1907, con la creación de grandes empresas como Fabricato, Tejicondor, Compañía Colombiana de Tejidos y Coltejer. A mitad del siglo, más precisamente en 1956, se creó Leonisa; y hacia los años 60, empresas muy representativas como Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa.

En la década de 1980 sobresalieron los planes económicos y políticos para el sector, con el fin de incluirlo la economía mundial, incrementar los niveles de calidad y productividad, y pasar de la competitividad local a la competitividad global. Como resultado de este proceso en 1987 se crea el Instituto para la Exportación y la Moda – Inexmoda, con el fin de ser la base para la internacionalización de la economía. En 1989 nacen las ferias Colombia moda y Colombia tex de las Américas, siendo las principales ferias de la región y la plataforma para el desarrollo del negocio e intercambio. A finales de la década de 1980, se dio el surgimiento de numerosas instituciones educativas que incluyeron programas sobre moda en sus programas académicos, con el fin de profesionalizar el sector y crear una relación entre academia e industria, sobresaliendo la Colegiatura, Universidad Pontificia Bolivariana, Los Andes, Instituto Tecnológico Pascual Bravo, Arturo Tejada, Universidad Autónoma del Caribe y la Academia Superior de Artes.

Desde la década de 1990 hasta la actualidad, la historia de la industria ha estado marcada por la búsqueda de la competitividad, diversificación de mercados y la creación de un sector de clase mundial; donde han sobresalido iniciativas de promoción a la competitividad. Las principales manifestaciones de esto han sido los diferentes tratados de libre comercio, donde se encuentran: Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Chile, Estados Unidos, Canadá, Unión Europea, Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador y Perú); igualmente sobresalen preferencias arancelarias con Centroamérica y el Caribe. Finalmente, adicional de la importancia del relacionamiento internacional, el sector ha buscado su fortaleza interna a través de los Clúster y la inclusión en programas de transformación productiva⁵².

relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos. Diario oficial. Bogotá D.C, 1994. no. 44.893. 14 p.

⁵² SECTORIAL, Portal Financiero, Económico Y Empresarial. Historia del Negocio Textil en Colombia [en línea]. 3 de Diciembre de 2011. [Citado 14 abril 2014]. Disponible en internet <https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=186:historia-del-negocio-textil-en-colombia&catid=40:informes-especiales&Itemid=208>.

Con relación a la inclusión del reciclaje en la industria textil, su historia es relativamente reciente. Por lo general, el reciclaje se asociaba con el papel, el cartón, el plástico, el vidrio, y las industrias relacionadas con dichos productos o materias primas. “Pero gracias al esfuerzo de algunas tiendas minoristas y ONG, la industria textil-confección en algunos países se ha puesto al día con esta tendencia”⁵³. Existen varias formas de reciclar textiles y confecciones, las cuales se mencionaran a continuación:

- Producción de un textil o prenda de vestir a partir de materiales reciclados: El material más comúnmente utilizado es el de las botellas de polietileno tereftalato, más conocido por sus siglas en inglés PET, del cual se fabrica especialmente “Fleece”² (tela comúnmente utilizada en la confección de chaquetas deportivas para hacer trekking o caminatas).

- Reutilización de textiles y confecciones: Los textiles y confecciones pueden ser reutilizados de tres formas diferentes:

- a.** Triturarlos y convertirlos en fibras: La lana, por ejemplo, se usa para formar hilos de baja calidad o materiales aptos para aislamiento acústico. El algodón por su parte también se utiliza para aislamiento acústico o para fabricar trapos de limpiar. De igual manera, los desechos resultantes del proceso de fabricación de telas de algodón, de poliéster y nailon, de mezclas de fibras naturales y sintéticas, y de telas pesadas de nailon pueden ser triturados y reutilizados en la manufactura de hilos y fibras.

- b.** Ser redistribuidos en su estado natural: Consiste en la venta y/o donación de textiles y confecciones usados (pero en buen estado) para que sigan siendo utilizados. Estas prendas pueden ser vendidas a ciertas organizaciones de caridad; a comerciantes de textiles como Rag collectors, que luego exportan la ropa a países de Europa del este, África y Asia; o pueden donarse a ONG’s como la Cruz Roja, Emmaus International y Salvation Army. Esta práctica se ha beneficiado de tendencias como el Fast-fashion⁴ que en países desarrollados resultan en el desecho de prendas de vestir en buen estado, pero que ya no son parte de la última colección.

- c.** Ser cortados en pedazos de tela (retazos): Para luego ser confeccionados creando nuevos textiles o prendas de vestir: esta práctica ha dado cabida a un nuevo tipo de moda llamado “ecofashion”. Un buen ejemplo de esta tendencia es

⁵³ PROEXPORT COLOMBIA. El Sector textil confección en la era del reciclaje [en línea]. [Citado 14 abril 2014]. Disponible en internet: <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/EL_SECTOR_TEXTIL_CONFECCION_EN_LA_ERA_DEL_RECICLAJE_0.pdf>. 18-04-2014>.

la marca Junky del Reino Unido que desde hace 11 años confecciona prendas de vestir a partir de ropa usada⁵⁴.

Los países pioneros en el reciclaje de textiles y confecciones: Alemania, Japón, el Reino Unido y los EE.UU se destacan como los países que han incursionado en el reciclaje en la industria textil confección. Alemania desecha aproximadamente 1,9 millones de toneladas de ropa usada al año de las cuales 42% es recolectada para ser reciclada. Japón, produce 1 millón de toneladas de prendas de vestir usadas al año, de las cuales 12% son reutilizadas. En el Reino Unido, de los 1,1 millones de toneladas de ropa que desechan al año reciclan o reutilizan 27%. Los EE.UU. de los 2,5 millones de libras que ropa desechada al año, destinan 1,2 millones para organizaciones de caridad y 500 millones de libras son recicladas.

4.5 ESTADO DEL ARTE

Para la elaboración del estado del arte se han utilizado ensayos, proyectos y artículos de diferentes universidades desarrollados en los últimos años. Cada una con sus enfoques directos pero indirectamente relacionados entre sí para dar una amplia perspectiva del proyecto a elaborar.

Para dar base al presente proyecto, se enfocará el tema al reciclaje, debido a que principalmente representa un valor agregado al producto.

Un claro ejemplo de este trabajo que realiza actualmente la comunidad Marron de Grande Giral en el municipio de Maragojipe, ubicado en el Reconcavo Baiano , a 130 Kilómetros del salvador, ellos realizan actividades para recuperar la tela que es chatarra , convirtiéndola en parches de muy bajo costo en forma de ropa, accesorios, bolsos, ropa de cama, mochilas, etc. Todo esto elaborado con retazos de tela y prendas elaboradas manualmente o con máquina de coser. Este proceso de artesanía representa parte de la economía para la comunidad⁵⁵.

Por lo visto anteriormente a estos trozos de tela producidos por el proceso de fabricación de vestuario no se le ha dado otro uso diferente a remendarlos para producir ropa u otros accesorios.

⁵⁴ PROEXPORT COLOMBIA. El Sector textil confección en la era del reciclaje [en línea]. [Citado 18 abril 2014]. Disponible en internet: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/el_sector_textil_confeccion_en_la_era_del_reciclaje_0.pdf. 18-04-2014.

⁵⁵ SCIELO, Brazil. Artesanía y desarrollo local: el caso de la Comunidad Quilombola de Giral Grande, Bahia [en línea]. [Citado 16 junio 2014]. Disponible en internet: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-70122011000200003&lng=en&nrm=iso.

Escorcia y G Duque realizaron un proyecto en La universidad de Los Andes en el año 2009, donde se realiza una investigación al “comportamiento del sector textil y confección en Colombia”, “el cual identifica el comportamiento de sector textil de los últimos años y cuáles son los factores que inciden en tal comportamiento. Así se analiza la tendencia y comportamiento de los proveedores”⁵⁶.

El sector textil en Colombia es una industria muy importante en el país y es responsable por el 9% del producto interno bruto. “Por medio de estudios este proyecto da una amplia perspectiva de las fábricas, mostrando que Antioquia maneja el 53% de la industria textil, Bogotá el 40% y el resto del país el 7%”⁵⁷. Se basan en estudios del DANE en donde se analizan factores como el crecimiento del sector, el crecimiento real de la producción, ubicaciones principales, costos del sector y cambios del sector.

Complementando el tema del reciclaje en el mismo año, Daniela López Rivera estudiante de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín presentan un trabajo en el cual afirman que el reciclaje es una de las alternativas más comunes y eficientes para reducir el volumen de los residuos sólidos. El concepto consiste en volver a utilizar materiales desechados y que aún se encuentran aptos para elaborar otros productos o re fabricar los mismos. El reciclaje planea reutilizar, buscando como finalidad producir menos basura y reducir los gastos de los recursos agotables⁵⁸.

A parte de la importancia que el reciclaje tiene frente al medio ambiente, también tiene un impacto económico muy llamativo ya que puede llegar a ser muy rentable si se maneja de una manera inteligente, ordenada y con buen capital de inversión para el reciclaje interno. El trabajo toma varias perspectivas para analizar los impactos, donde empiezan por los impactos políticos, seguido de los sociales, a su vez culturales, ecológicos y económicos.

Para el año 2010 se analiza un trabajo realizado por Sergio Aguilar titulado “curvas para la industria textil”⁵⁹. Donde por medio de una herramienta llamada la curva “s” se busca encontrar soluciones tecnológicas para tener ventajas competitivas frente al mercado y los competidores. Para ello, primero dan a conocer la situación

⁵⁶ ESCORCIA, A; y DUQUE, G. Comportamiento del sector de textiles y confecciones en Colombia. Bogotá D.C: Universidad de los Andes, 2005. 5 p.

⁵⁷ LEAL RESTREPO, Ana Beatriz. Productividad del sector textil, propuesta de creación de un clúster para el sector. Bogotá: Universidad del Rosario, 2013. 39 p.

⁵⁸ LÓPEZ RIVERA, Daniel; RHENALS MONTOYA, Paula; TANGARIFE ZAPATA, María; VEGA ORDOÑEZ, Katherine; RENDÓN CASTRILLÓN, Leidy; VÉLEZ SALAZAR, Yesid; y RAMÍREZ CARMONA, Margarita. Tratamiento de residuos de Poliestireno expandido utilizando solventes verdes. En: revista Ingenier UPB. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2013. 13 p.

⁵⁹ AGUILAR, Sergio; F. ÁVALOS, Andrés; P. Giraldo, Diana; QUINTERO, Santiago; W. ZARTHA, Jhon; y CORTÉS, Farid. La curva en S como herramienta para la medición de los ciclos de vida de productos. En: Revista Journal of technology Management & Innovation. Chile: Universidad Alberto Hurtado, 2012. 12.p

tecnológica de las industrias textiles y a su vez dan salida a aquellas técnicas de manufactura que no satisfacen las exigencias de la vida diaria; así como también investigan nuevos métodos para aprovechar fibras. Básicamente esta herramienta es enfocada a la ingeniería textil, la cual se caracteriza por utilizar diversas tecnologías que impulsan los productos, procesos y servicios.

Para lograr el objetivo mencionado toman dos acciones, un esfuerzo multifacético y aumento para potenciar la tecnología. También analizan la empresa desde los puntos de vista organizativa y cultura innovadora. El trabajo concluye con un enfoque hacia el gran campo del reciclaje, ya que se encuentra en las denominadas oportunidades, utilizando como complemento el uso de tecnologías para hacer más eficiente y eficaz el trabajo a realizar.

En el año 2013 en la ciudad de Bogotá, Beyamire Sánchez Melo y Magda Torres Jiménez de la universidad EAN, realizan un proyecto para la especialización en Gerencia de Proyectos llamado “Creación de una empresa de fabricación y comercialización de productos textiles para el hogar”⁶⁰. El proyecto desarrolla estrategias de mercado, y proyecciones financieras para la creación de una empresa, cuya actividad económica tiene como enfoque la fabricación de productos textiles como almohadas, cojines y protectores de colchón.

Para llevar a cabo su objetivo este proyecto realiza una investigación de mercados donde analizan el sector, el mercado y la competencia; utilizando como herramienta las encuestas. También realizan estrategias de distribución, promoción, comunicación y un plan de compras. Realizan un estudio técnico, la estructura organizacional complementándose de un organigrama y una matriz DOFA y un estudio financiero.

En el 2005 Liseth Arevalo Gallardo estudiante de la Universidad industrial de Santander Bucaramanga, gestión empresarial realiza un proyecto de grado llamado “factibilidad para la creación de una fundación para el reciclaje y el fomento de la cultura ambiental en la población vulnerable de montería”⁶¹. Este proyecto es una base en el tema del reciclaje, ya que aporta un panorama nacional y posibles soluciones, también enfatiza en la problemática que se vive en Colombia con respecto a la contaminación y el manejo que se le da a los residuos sólidos; ya que un residuo sólido es la parte que queda de la descomposición o destrucción de una cosa, y este material no representa ningún valor, ni tampoco genera una utilidad para el dueño. Es decir lo que para una empresa o industria son insumos y materia prima, para otros son solo residuos. El proyecto realiza un estudio de mercados donde involucra la descripción del producto, la demanda

⁶⁰ SÁNCHEZ MELO, Beyanira; y TORRES JIMÉNEZ, Magda. creación de una empresa de fabricación y comercialización de productos textiles para el hogar. Bogotá: Universidad EAN, 2013. 84 p.

⁶¹ AREVALO GALLARDO, Lizeth. Factibilidad para la creación de una fundación para el reciclaje y el fomento de la cultura ambiental en la población vulnerable de montería. Bucaramanga: Universidad Industrial De Santander, 2005. 114 p.

actual y futura, la oferta actual y futura, la comercialización y el plan de comunicación.

Para el año 2010 se analiza un trabajo titulado “curva s para la industria textil”. Donde por medio de una herramienta llamada la curva “s” se busca encontrar soluciones tecnológicas para tener ventajas competitivas frente al mercado y los competidores. Primero dan a conocer la situación tecnológica de las industrias textiles y a su vez dan salida a aquellas técnicas de manufactura que no satisfacen las exigencias de la vida diaria; así como también investigan nuevos métodos para aprovechar fibras. Básicamente esta herramienta es enfocada a la ingeniería textil, la cual se caracteriza por utilizar diversas tecnologías que impulsan los productos, procesos y servicios.

Para lograr el objetivo mencionado toman dos acciones, un esfuerzo multifacético y aumento para potenciar la tecnología. También analizan la empresa desde los puntos de vista organizativa y cultura innovadora. El trabajo concluye con un enfoque hacia el gran campo del reciclaje, ya que se encuentra en las denominadas oportunidades, utilizando como complemento el uso de tecnologías para hacer más eficiente y eficaz el trabajo a realizar.

La línea del reciclaje es algo que ya no va a parar y se le seguirá buscando más beneficios, fomentando la participación integral y la cultura de la separación previa de materiales. En el año 2012 Dosa López Elizabeth y Rojas Silva Ximena estudiantes de la universidad industrial de Santander Bucaramanga, realizan un proyecto para la facultad de ingenierías fisicoquímicas llamado “Estudio para la elaboración de materiales compuestos de resina poliéster reforzadas con telas de algodón post-consumo”⁶². Este proyecto de grado reutiliza los residuos textiles como retazos de tela para a su vez tratarlos con resina poliéster y otros materiales químicos, creando un material compuesto económico. Esto se debe a que la industria textil es uno de los contribuyentes de la contaminación hídrica y atmosférica, en Colombia representan más o menos el 3% de la composición de residuos sólidos, por tal razón los insumos y su medio para conseguirlos son compatibles con el proyecto.

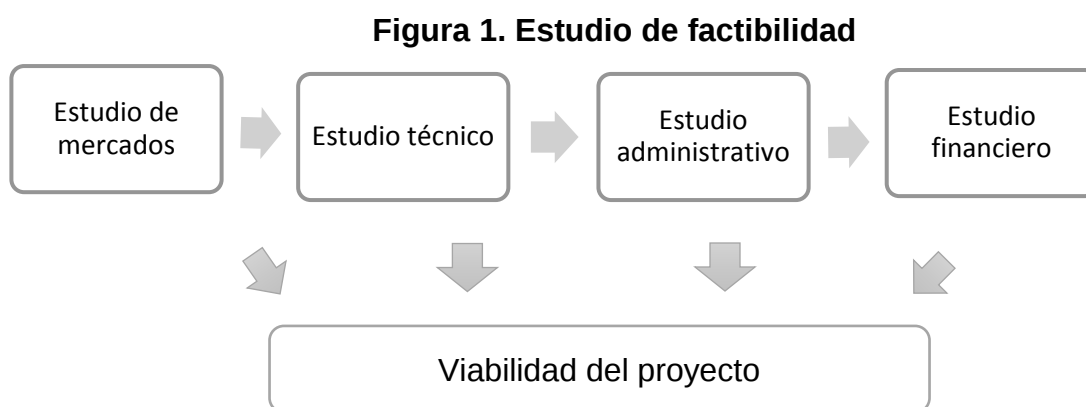
⁶²DOSA LÓPEZ, Elizabeth; y ROJAS SILVA, Laura Ximena. Estudio para la elaboración de materiales compuestos de resina poliéster reforzada con telas de algodón post –Consumo. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 2012. p. 43.

5 DISEÑO METODOLÓGICO

Debido al enfoque del proyecto, se realizará un estudio de tipo exploratorio, utilizando métodos cuantitativos y cualitativos.

Los estudios cualitativos proporcionan una cantidad de información valiosa, en este caso se realizará reuniones con expertos para determinar tendencias del mercado. Los estudios cuantitativos se utilizan para la exposición de los datos provenientes de encuestas.

La metodología a utilizar será la de un estudio de factibilidad que pretende un análisis global enmarcando la definición y desarrollo de los siguientes estudios:



Fuente: Elaboración propia.

Por medio del estudio de mercados se realizarán dos encuestas y una observación directa, con el fin de conocer los posibles clientes, proveedores y competidores de la empresa. En el estudio técnico se requiere identificar la maquinaria, el flujo de proceso, costos de producción, e infraestructura y así definir en el estudio administrativo la estructura organizacional y los aspectos legales de la empresa.

Finalmente se definen los aspectos financieros para determinar la viabilidad del proyecto.

Para la realización de dichos estudios se utilizaron diferentes herramientas tangibles y no tangibles (Portátil, internet, fotocopias, libros, traslados, etc.), los cuáles fueron presupuestados anteriormente y se utilizó el 100% de dicha ejecución.

6 ESTUDIO DE MERCADOS

6.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO

6.1.1 Objetivo General. Determinar los posibles clientes, proveedores y competidores en el subsector de las almohadas en Bucaramanga a través del estudio de mercados.

6.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

6.2.1 Definición, Usos y especificaciones del producto

- **Definición:** Almohada, Saco de tela, generalmente rectangular, relleno de un material blando, como espuma o plumas, que sirve para apoyar la cabeza cuando se está tumbado en la cama.⁶³ El bien a producir planteado en el presente proyecto es la almohada elaborada con algodón extraído de retazos de tela. . Novedosa y cómoda para las personas que prefieren productos económicos amigables con el medio ambiente. Con una funda, forro externo para proteger el material y brindar mayor comodidad.

- **Usos:** Es el complemento perfecto a la hora de tomar un descanso en cualquier momento del día o la noche, por lo cual su principal uso es brindar comodidad en todo momento a cualquier persona.

Las almohadas independientemente de su tamaño grandes, medianas o pequeñas, o de cualquier tipo de material, siempre serán las compañeras ideales a la hora de tomar un descanso, Viajar es otro factor para tener en cuenta y una almohada desempeña un rol importante en la comodidad. No se puede pasar por alto la constitución física de la almohada ya que dependiendo de ella (tamaño, peso, material), brinda diferentes sensaciones dependiendo de los gustos y preferencias de las personas.

- **Especificaciones del producto:** A continuación se describirá detalladamente el producto que se ofertará en el mercado; existirán inicialmente una referencia de 1 tamaño cuál será empacado por un profesional:

⁶³ THE FREE DICTIONARY. Concepto de almohada [En línea], [citado 1 julio 2014] Disponible en internet:<<http://es.thefreedictionary.com/almohada>>.

La almohada ecológica contará con un relleno del algodón extraído de los retazos de tela principalmente, adicional a este material se colocará una espuma que le dará forma y confort a cada almohada.

La almohada estará forrada con una tela poliéster de diversos estilos para complacer los gustos de los consumidores y para mayor seguridad e higiene finalmente se forrará con un plástico traslucido que le permitirá llegar en buen estado al consumidor final.

Sus dimensiones son: 58 cm * 39 cm

Figura 2. Almohada



Fuente: Elaboración propia.

6.2.2 Bondades del producto: Se enfoca en el uso y cuidado de residuos sólidos, que son desechados por algunas empresas de confección de prendas de vestir después del proceso de transformación, pero que aún contienen propiedades físicas que serán aprovechadas para un realizar un nuevo proceso.

6.2.3 Productos sustitutos: El cojín puede ser el único producto sustituto que tiene la almohada.

6.2.4 Productos complementarios. La almohada es un producto para el hogar, su ubicación está en las habitaciones específicamente en las camas.

6.2.5 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. Las personas de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana que adquirirían este producto lo harían por las siguientes razones:

- Innovador: Teniendo en cuenta que en la localidad no existe alguna empresa dedicada a esta actividad.
- Económico: El precio de este tipo de almohadas tipo de almohadas es más bajo frente a la competencia.
- Tiempo de entrega: El producto es de entrega inmediata

6.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

6.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial de la empresa dedicada a la elaboración de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela estará dirigido a los hogares o familias de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

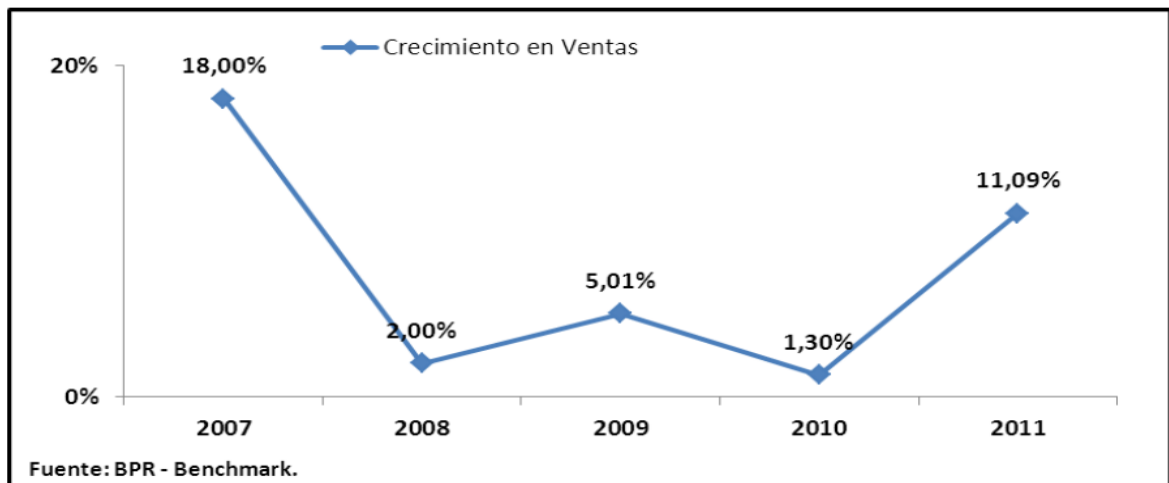
6.3.2 Mercado Objetivo. El mercado objetivo de almohadas con relleno de algodón a partir de los retazos de tela está constituido por los 285,516 hogares de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana (Floridablanca, Girón y Piedecuesta).

6.4 LA DEMANDA

6.4.1 Investigación de mercados. Para realizar el estudio de mercados se tiene en cuenta las cifras del año 2011 de las ventas del sector de muebles de hogar e Colombia, las cuales son alentadoras y han mejorado significativamente durante el último año. El cierre de 2011 terminó con una expansión de 11,09%, anual después de haber registrado una tasa de crecimiento de 1,30 % en 2010⁶⁴.

⁶⁴ UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA, Reportes sectoriales, Maderas y muebles.

Figura 3. Tasa de crecimiento en ventas



Fuente: BPR – Benchmark. | Reportes Sectoriales

6.4.2 Descripción del problema de Investigación de mercados. La ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana actualmente cuentan con una economía que se encuentra en constante crecimiento, debido a las diferentes empresas que hay y que llegan a la localidad haciendo que la demanda de los diferentes productos se supla de alguna u otra forma. Con respecto a la comercialización de almohadas se encuentra limitada, debido a que las personas en la mayoría de los casos optan por comprarlas en los sitios más cercanos o de fácil acceso, como los centros comerciales lo que hace que su precio sea costoso, el fabricante deja en manos la venta a los distribuidores mayoristas para que estos lleguen a los centros comerciales y demás establecimientos.

Los productos textiles como las almohadas, son indispensables en cada uno de los hogares colombianos.

Entonces, respondiendo a esta demanda, se observa que en el mercado local no hay innovación en el tipo de materia prima a utilizar en la elaboración de almohadas, por lo cual se realiza un estudio de mercados que demuestre la aceptación de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela por medio de las características del producto, la frecuencia de compra, la demanda potencial y demás, que permita conocer la viabilidad de la creación de la empresa, además de los diferentes factores a tener en cuenta en el estudio técnico del proyecto y su factor ecológico el cuál lo hace diferente.

- Necesidades de información

Cuadro 1. Necesidades de Información

Necesidad de Información	Fuente	Primaria	Secundaria
Conocer el número de empresas que producen y comercializan almohadas	Cámara de Comercio de Bucaramanga.	x	
Necesidad de Información	Fuente	Primaria	Secundaria
Conocer la demanda de almohadas a base de algodón de los retazos de tela	Encuesta dirigida a los habitantes de Bucaramanga.	x	
Estudiar los precios de los productos ofrecidos	Artículos de Internet Periódico		X
Establecer los canales de comercialización y los factores limitantes.	Libros Internet		X
Estudio de comportamiento de los clientes de la empresa	Artículos en Internet Libros		x

Fuente: Elaboración propia.

- **Ficha Técnica**

Cuadro 2. Ficha Técnica demanda

Tipo de Investigación	Explorativa: Para tener una mejor idea del panorama y del escenario del problema, se ha realizado un pequeño sondeo, es decir una investigación exploratoria piloto en la localidad de Bucaramanga y su área metropolitana, mediante el uso de pequeñas encuestas, las cuáles permitirán determinar las tendencias de compra, gustos, preferencias y hábitos de los posible clientes de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela y el rango de la edad de las mismas. Descriptiva: Nos permite identificar los diferentes factores que se deben tener en cuenta como la conducta en el espacio haciendo posible la asociación de las variables.
Método de Investigación	Se realizará una observación directa a los hombres y mujeres que frecuentan los establecimientos que comercializan las almohadas para conocer sus preferencias relacionadas con el producto, a los puntos de venta, la frecuencia de compra, para poder determinar las ventajas y desventajas del producto frente a la competencia. También se aplicará un análisis que nos permita cumplir con los objetivos propuestos por medio del comportamiento a la hora de adquirir este tipo de productos.
Fuentes de información	Primaria: Se realizará una encuesta para obtener información directa a personas integrantes de hogar que vivan en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, mediante el uso de un cuestionario formal con preguntas en un orden determinado. Secundarias: Para la realización de este estudio se consultarán referencias a partir de: Departamento Nacional de Estadística, DANE,

	Cámara de Comercio de Bucaramanga, Proyectos de grado, Internet.
--	--

Cuadro 2. (Continuación)

Instrumentos para la recolección de la información	Cuestionario estructurado: Fuente de investigación que contiene una serie de preguntas encaminadas a conseguir información que permita cumplir con el objetivo principal de la investigación de mercados. Las preguntas que se encuentran en el cuestionario son concisas, las palabras utilizadas son de fácil comprensión para obtener información veraz y autentica.
Técnica de Investigación	Encuesta dirigida a la población objetivo.
Modo de aplicación	Directa
Definición de la población	Según la información tomada del DANE de las estimaciones y proyecciones de número de hogares nacional, departamental y municipal de hombres y mujeres de Bucaramanga y su área metropolitana a quienes se les aplicarán encuesta es de 285,516 hogares. La población objeto de investigación se divide en de la siguiente manera: Bucaramanga: 135,243 hogares Floridablanca: 67,870 hogares Piedecuesta: 37,396 hogares Girón: 45,007 hogares
Proceso de muestreo	En este estudio se realizará un muestreo probabilístico aleatorio simple con asignación proporcional. Se va a utilizar la formula finita. La muestra poblacional será determinada mediante la aplicación de la siguiente fórmula: Dónde: N= Población = 285,516 número de hogares en Bucaramanga base de datos de la web DANE información estadística 2014. Z: Nivel de confiabilidad del 95% e:Error estimado 8% p: Probabilidad de éxito 50% q: Probabilidad de no éxito o fracaso 50% n: Muestra (encuestas) $n = \frac{z^2 \times N(p)(q)}{(e^2)(N - 1) + (z^2)(p)(q)}$

	$n = \frac{(1,96^2) \times (285,516)(0,5)(0,5)}{(0,08^2)(285,516-1) + (1,96^2)(0,5)(0,5)} = 98,540 \approx 99$
--	--

Cuadro 2. (Continuación)

Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
Tiempo de aplicación	Del 06- 10 Octubre de 2014.

Fuente: Elaboración propia.

6.4.3 Tabulación y presentación y Análisis de Resultados. La información presentada en el presente análisis se recopiló a través de un trabajo de campo dónde se les preguntó a 99 habitantes de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, con profesiones que va desde las amas de casa, empleadas de empresas públicas y privadas, estudiantes de establecimiento de secundaria y universitario, docentes, líderes comunitarias, comerciantes, entre otras. Con esta información se permitirá conocer la viabilidad del producto en el mercado, y la creación de la empresa propuesta.

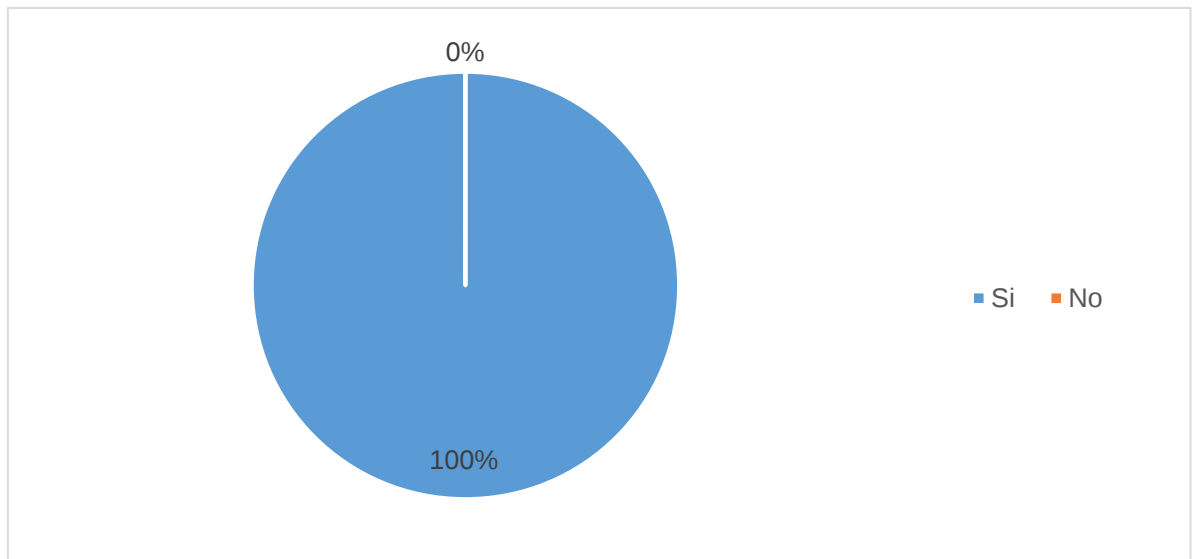
- **Uso de la almohada a la hora de tomar un descanso**

Cuadro 3. Uso de almohadas

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	99	100%
No	0	0
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Uso de almohada



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. Esta pregunta está dirigida a confirmar la gran aceptación que tiene un producto como la almohada entre la población en general, el 100% de las personas encuestadas manifiestan que han utilizado almohadas, este indicador nos permite concluir que el producto a desarrollar en este estudio de mercados es un producto conocido como tal; lo que genera expectativa con su componente pero saber que es un producto con aceptación es un factor positivo para el estudio.

- **Materiales para relleno de almohada**

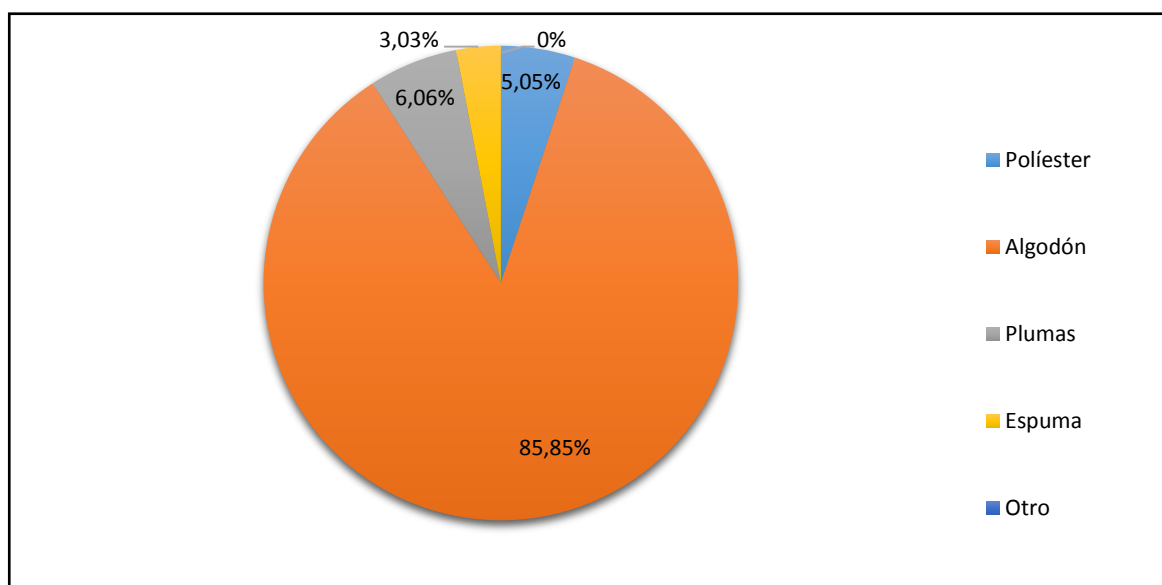
Cuadro 4. Materiales relleno de almohada

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Poliéster	5	5,05%
Algodón	85	85.85%
Plumas	6	6.06%
Espuma	3	3,03%

Otro ¿Cuál?	0	0
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Materiales para almohada



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. Entre los materiales más representativos para el relleno de almohadas, el algodón es el material que más prefieren para su almohada. Esa cifra nos lleva a concluir que este material no es un componente desconocido; siendo un factor importante y positivo al momento de lanzar las nuevas almohadas.

- **Frecuencia de compra de almohada**

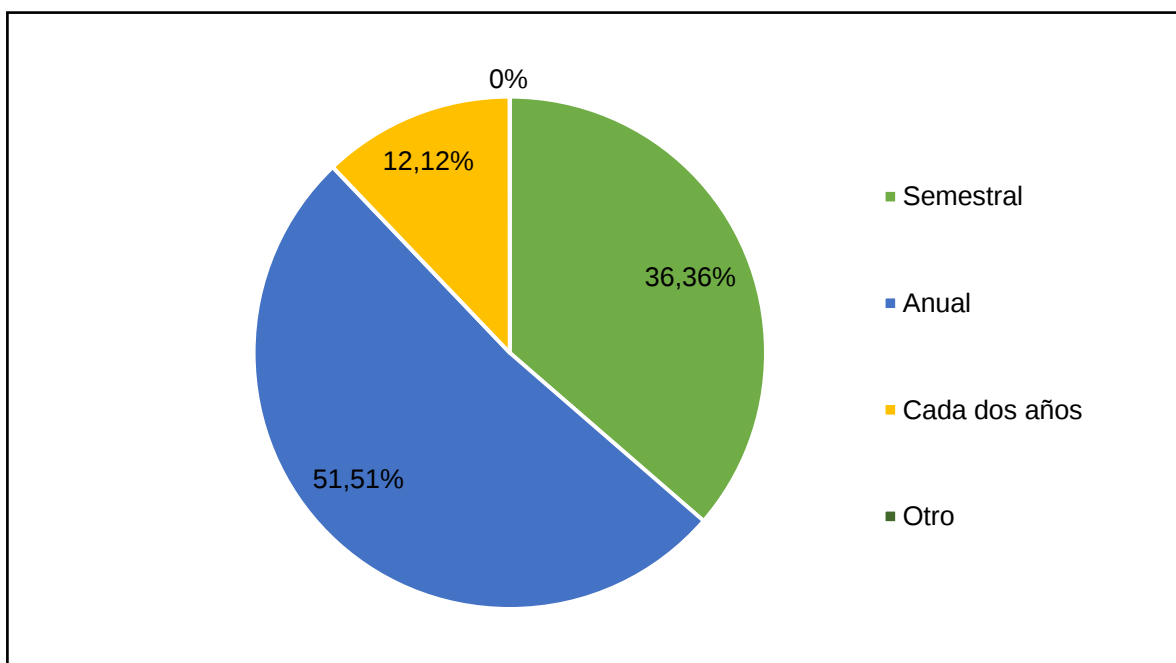
Cuadro 5. Frecuencia compra de almohada

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Semestral	36	36,36%
Anual	51	51,51%
Cada dos años	12	12,12%
Otro ¿Cuál?	0	0%

TOTAL	99	100%
-------	----	------

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Frecuencia compra de almohadas



Fuente: Encuesta aplicada

-Análisis. Esta pregunta va dirigida no solo para identificar la frecuencia de compra de almohadas por parte de los consumidores sino que además se convierte en una herramienta que facilita el cálculo de la demanda del producto y por ende del servicio de comercialización del mismo. El 51,51% de las personas encuestadas manifiestan que cambian su almohada cada año, el 36,36% cada seis meses y el 12,12% cada dos años. Es importante mencionar que las almohadas que comúnmente se comercializan están bajo el concepto de almohada o cojín. Este proyecto pretende identificar la almohada a base de algodón extraído de retazos de tela no sólo como una almohada sino como una opción ecológica de consumo, lo cual determina mejorar estos indicadores de bienestar para el medio ambiente con esto las personas tomarán conciencia y empezarán a comprar este producto.

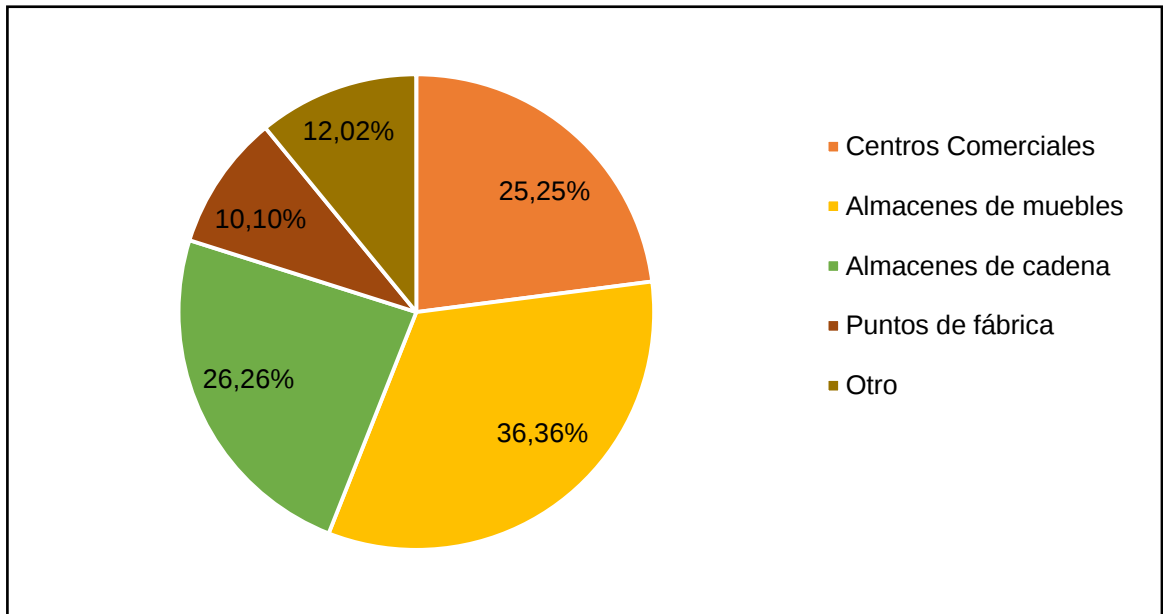
- Lugar de compra de almohadas en la Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Cuadro 6. Lugar de compra de almohadas en la Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Centros Comerciales	25	25,25%
Almacenes de muebles	36	36,36%
Almacenes de Cadena	26	26,26%
Puntos de fábrica	10	10,10%
Otro ¿Cuál?	2	2,02%
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Existencia de empresas productoras o comercializadoras de almohadas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana



Fuente: Encuesta aplicada

-Análisis. A la población encuestada se le presenta esta pregunta con la intención de identificar los sitios donde venden almohadas, sin especificar características ni precios determinados.

Según los datos obtenidos, los almacenes de muebles son el sitio de compra de almohadas para la mayoría de las personas con una participación del 36,36%, le sigue los almacenes de cadena con un 26,26% de la muestra, continua en su orden los Centros Comerciales con un 25,25%. Los puntos de fábrica también tienen una cifra representativa entre los encuestados con un 10,10%, otros puntos de venta como los vendedores que van por los barrios ofreciendo almohadas representan un 2,02%.

De los sitios de venta presentados, no hay alguno que ofrezca en su portafolio la alternativa de almohadas ecológicas.

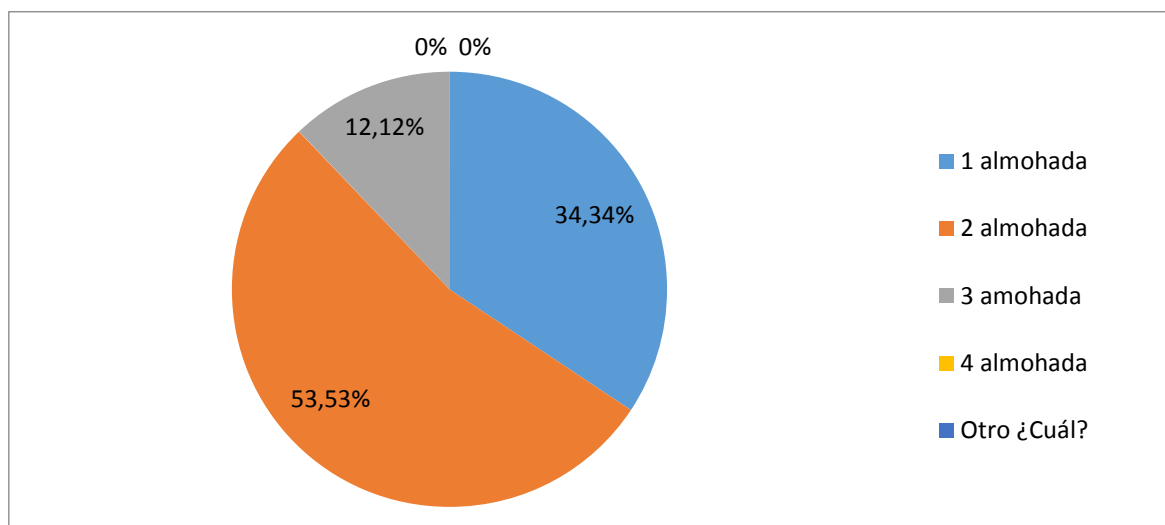
- Cantidad de almohadas adquiridas en la última compra

Cuadro 7. Cantidad de almohadas compradas la última vez

INTERVALO	RESPUESTA	PORCENTAJE
a.1	34	34,34%
b.2	53	53,53%
c.3	12	12,12%
d.4	0	0%
e. Otro ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Cantidad de almohadas adquiridas en la última compra



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. Con esta pregunta se quiere conocer el número de almohadas promedio adquiridas por los consumidores en la última compra y así determinar la cantidad de almohadas a vender. El 53,53 % de las personas compraron 2 almohadas, el 34,34% compraron una sola almohada y el 12,12% compraron 3 almohadas.

El número promedio de almohadas adquiridas en la última compra es de 1.77.

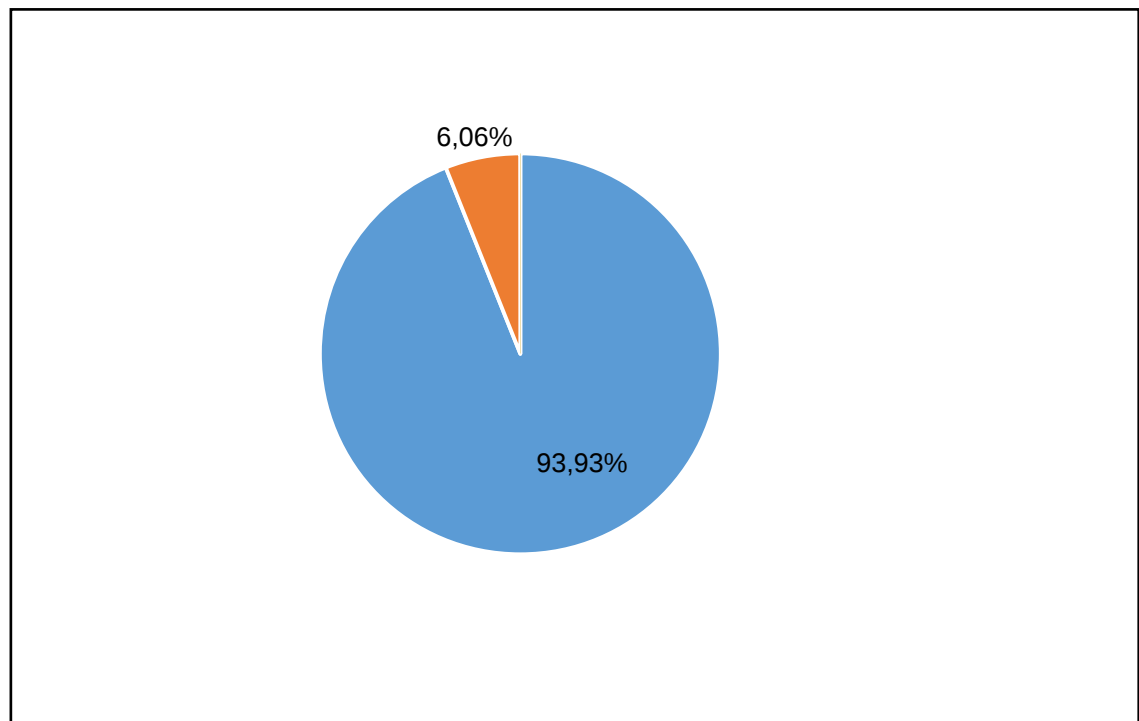
- **Uso de almohadas elaboradas con algodón extraído de los retazos de tela**

Cuadro 8. Uso de almohadas elaboradas con algodón extraído de los retazos de tela

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	93	93,93%
No	6	6,06%
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Uso de almohadas elaboradas con algodón extraído de los retazos de tela



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. El 93,93% de la población encuestada está dispuesta a usar como una nueva alternativa una almohada ecológica a base de algodón extraído de los

retazos de tela, esta disponibilidad a consumir un producto nuevo para ellos que satisfaga las expectativas como clientes hará que este estudio sea una herramienta de diagnóstico que dirija los esfuerzos hacia la creación de una empresa competitiva.

De igual forma las respuestas de rechazo por esa nueva alternativa (6 personas) que representan un 6,06% se presentaron por factores de salud (Alergias, malestares).

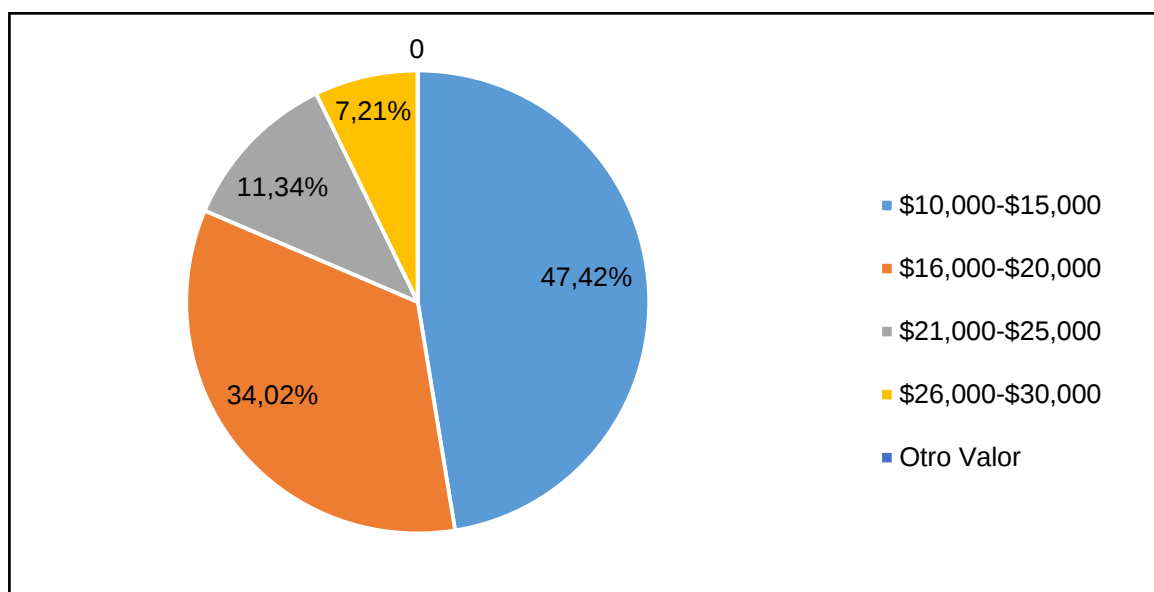
- Disposición de pago almohadas elaboradas a base de algodón extraído de los retazos de tela

Cuadro 9. Disposición de pago almohadas elaboradas a base de algodón extraído de los retazos de tela

INTERVALO	PORCENTAJE
10,000 a 15,000	47,42%
16,000 a 20,000	34,02%
21,000 a 25,000	11,34%
26,000 a 30,000	7,21%
Otro ¿Cuál?	0%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Disposición de pago almohadas elaboradas a base de algodón extraído de los retazos de tela



Fuente: Elaboración propia.

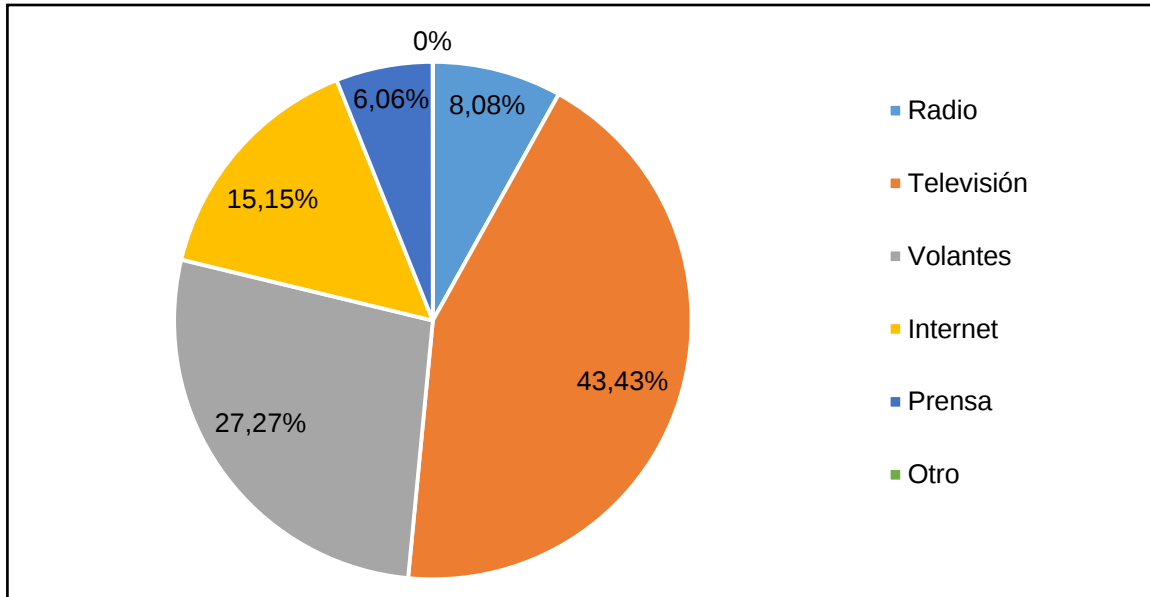
- **Fuentes de información para conocer el lanzamiento de nuevos productos**

Cuadro 10. Fuentes de información para conocer el lanzamiento de nuevos productos

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Radio	8	8,08%
Televisión	43	43,43%
Volantes	27	27,27%
Internet	15	15,15%
ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Prensa	6	6,06%
Otro ¿Cuál?	0	0
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. Fuentes de información para conocer el lanzamiento de nuevos productos



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. Para esta pregunta, se ofrecen varias opciones de respuesta. Ante propuesta del lanzamiento de nuevos productos, la población encuestada desea conocerlos en primera instancia a través de la televisión, considerando este medio publicitario de carácter masivo como una alternativa de difusión para productos que incursionan en los mercados exigentes, con un 43,43%. Le sigue los volantes (medio impreso) con un 27,27% siendo un medio de difusión hoy en día al alcance de diversas edades y variados gustos. La publicidad por internet con un 15,15 % como un medio que permite el conocimiento amplio de productos sin límites geográficos generando así expansión de los mismos. El medio radial cuenta con una participación del 8,08%. En menor instancia esta la prensa con un 6,06%.

6.4.4 Nuevos posibles clientes. En una segunda fase se le preguntó a 7 almacenes de muebles (4 ubicados en la ciudad de Bucaramanga y 3 en Piedecuesta), Si estarían dispuestos a adquirir nuestras almohadas ecológicas y la respuesta fue afirmativa dependiendo de la puntualidad y responsabilidad de las entregas.

Para este caso se utilizó un muestreo por conveniencia, se seleccionó los almacenes de muebles que actualmente están accesibles o disponibles, para participar en dicho estudio, debido al tamaño de la población.

La frecuencia de compra de nuestros productos es cada quince días y los pagos se realizarán cada 25 días y el número promedio de almohadas adquiridas es de 70 almohadas.

6.4.5 Estimación de la demanda. Analizando los resultados obtenidos al responder la pregunta número 8 (dónde se indaga al jefe de hogar si estaría dispuesto a usar una almohada elaborada con algodón extraído de los retazos de tela). El 93,93% de los encuestados respondieron definitivamente que Sí.

A la pregunta 5 dónde se indaga por la periodicidad de compra de la almohada, se obtuvo un porcentaje del 51,51% anual, y el promedio de la cantidad de almohadas compradas en un año es de 1.77 almohadas.

Con estos datos se calcula la demanda anual de almohadas de algodón del mercado objetivo:

Cuadro 11. Demanda anual estimada

	Número de hogares	Porcentaje de consumidores	Promedio de almohadas compradas anual	Porcentaje de compra anual	Demanda anual estimada
Almohadas de algodón	285,516	93,93%	1.77	51,51%	244.51 almohadas /año

Fuente: Elaboración propia.

6.4.6 Proyección de la demanda a cinco años. La proyección de la demanda se realizará con base en la tasa de crecimiento poblacional, siendo este un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de sus necesidades de su pueblo.

La capital del departamento de Santander se ha convertido en un polo de atracción debido al aumento de las actividades productivas y turísticas, lo cual ha traído beneficios para el sector comercial.

La ciudad de Bucaramanga no sólo ha impulsado el crecimiento económico también el crecimiento demográfico de los municipios del área metropolitana de Bucaramanga ha aumentado, con una tasa de crecimiento demográfico o crecimiento poblacional del 0,94% anual, para el periodo 2005- 2020.

Para esta proyección se toma como base el año 0, que corresponde al 93,81% de hogares del mercado que definitivamente si usarían la almohada ecológica, luego:

Demanda hogares año 0 = $285,516 * 93,93\%$

= 268.185 hogares

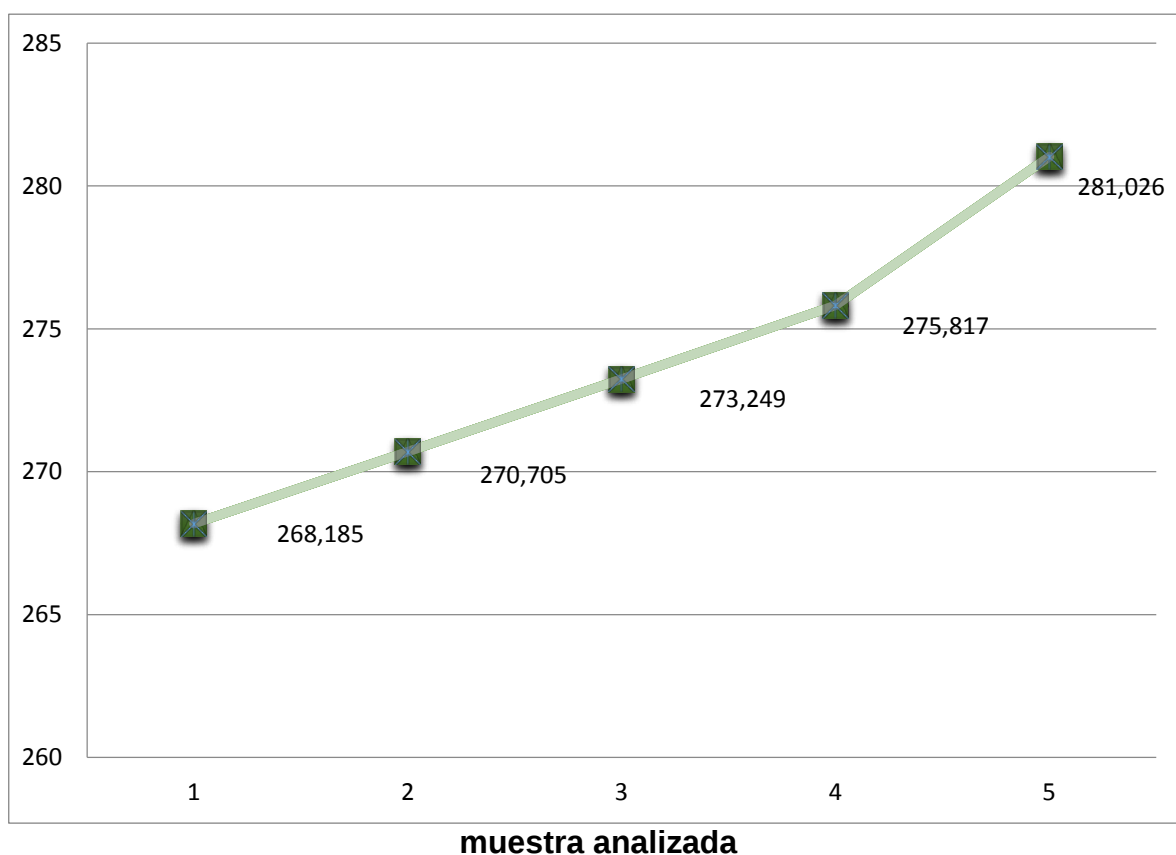
El valor del cálculo anterior, multiplicado por la tasa de crecimiento poblacional 0,94% permite proyectar la demanda a cinco años, en número de hogares, que definitivamente si usarían las almohadas ecológicas.

Cuadro 12. Proyección demanda a cinco años

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Hogares	268.185	270,705	273,249	275,817	278.409	281,026
Promedio de almohadas compradas anual	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77
Porcentaje de compra anual	51,51%	51,51%	51,51%	51,51%	51,51%	51,51%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Proyección de personas que demandarían el producto según la



Fuente: Elaboración propia.

6.5 PROVEEDORES DE RETAZOS DE TELA

6.5.1 Análisis de proveedores

- **Identificación y ubicación de proveedores de materias primas e insumos.** Para realizar este estudio de proveedores se solicitó en la base de datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, información básica y renovada 2013-2014 del área metropolitana de Bucaramanga del subsector de confección de prendas de vestir (Empresas medianas y pequeñas) con el fin de obtener información necesaria para el proyecto a través de encuestas electrónicas.

- **Necesidades de información de proveedores**

-Número de empresas pequeñas y medianas activas y renovadas de Bucaramanga y su área metropolitana del subsector de prendas de vestir.

-Precio de la materia prima (retazos de tela).

-Frecuencia de venta de la materia prima.

-Servicio de crédito a los clientes.

- **Ficha técnica Proveedores**

Cuadro 13. Ficha técnica de Proveedores

Tipo de Investigación	Explorativa: Por medio de este tipo de investigación se puede identificar los principales establecimientos que producen retazos de tela, materia prima para la elaboración del producto. La frecuencia y hábitos de compra, de esta manera también se tornarán concluyente permitiendo seleccionar las alternativas de mercado, las exigencias de los establecimientos comerciales a la hora de adquirir este tipo de productos.
Fuentes de información	Primaria: Para determinar la viabilidad de mercado que pueda tener nuestro producto, se aplicará una encuesta, con el fin de adquirir información sobre las empresas que entrarán a ser los proveedores determinando el grado de participación en el mercado local.
Instrumento	Cuestionarios, cuya finalidad es la obtener el objetivo de la investigación de mercados implementando herramientas concisas, fáciles de comprender con el fin de propiciar respuestas acertadas a cada una de ellas.
Modo de aplicación	Personal y telefónica.
Definición de la población (elemento, unidad de muestreo)	De acuerdo al mercado objetivo se tendrá en cuenta el número de establecimientos o locales comerciales dedicados a esta actividad de comercialización de almohadas obtenidas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Cuadro 13. (Continuación)

Tipo de muestreo	Muestreo irrestricto aleatorio simple con asignación proporcional (No hubieron restricciones, se seleccionaron al azar las empresas a estudiar, y se trabajó como un solo grupo).
Marco espacial	Bucaramanga y su área metropolitana
Marco temporal	II semestre de 2014
Nivel de confiabilidad	95%
Margen de error	10%

Fuente: Elaboración propia.

• **Tabulación y presentación y Análisis de Resultados.** La información presentada en el presente análisis se recopiló a través de un trabajo de campo dónde se le preguntó a 12 empresas (10 empresas pequeñas, 2 empresas medianas), de la ciudad de Bucaramanga. Con esta información conoceremos la disponibilidad de materia prima del producto en el mercado.

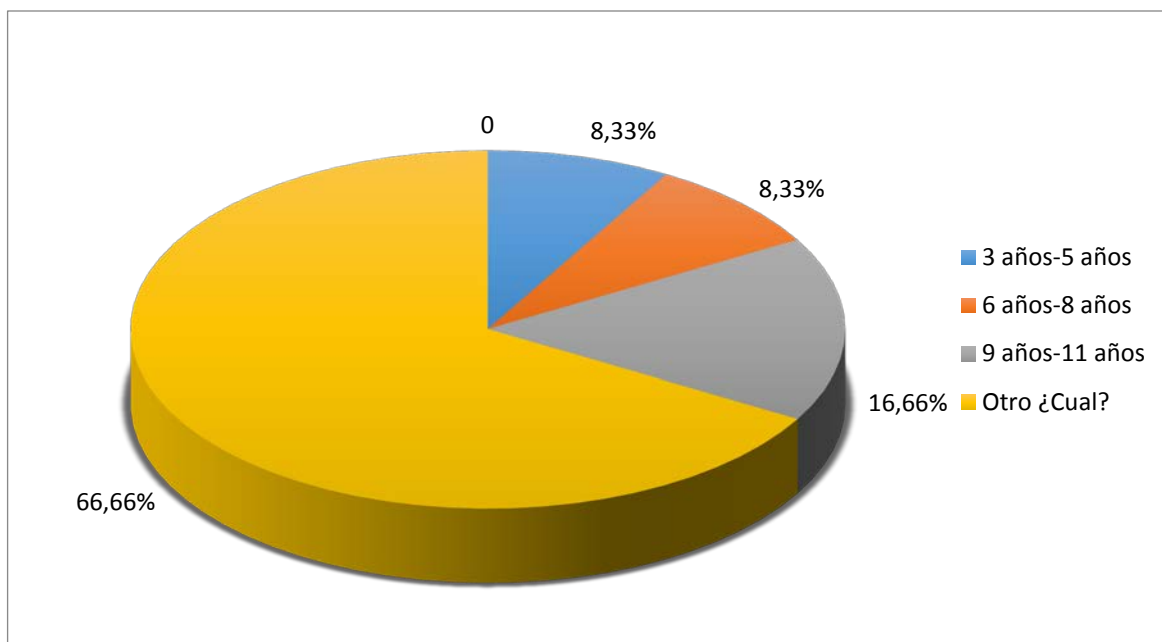
-Tiempo en el mercado como empresa de confección de prendas de vestir de la ciudad de Bucaramanga.

Cuadro 14. Trayectoria en el mercado

INTERVALO	RESPUESTA	PORCENTAJE
0 - 2 años	0	0%
3 años- 5 años	1	8,33%
6 años-8 años	1	8,33%
INTERVALO	RESPUESTA	PORCENTAJE
9 años- 11 años	2	16,66%
Otro ¿Cuál?	8	66,66%
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Trayectoria en el mercado



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. En esta pregunta se analiza el tiempo que lleva la empresa en el mercado, con el fin de generar confianza en el consumidor. El 66,66% de las empresas entrevistadas tienen más de 12 años en el mercado, lo que significa que ya cuentan con una cultura de impulso alcanzada desde su origen. El 16,66% de las empresas llevan de 9 a 11 años en el mercado y 8,33% de las empresas de 3 a 8 años.

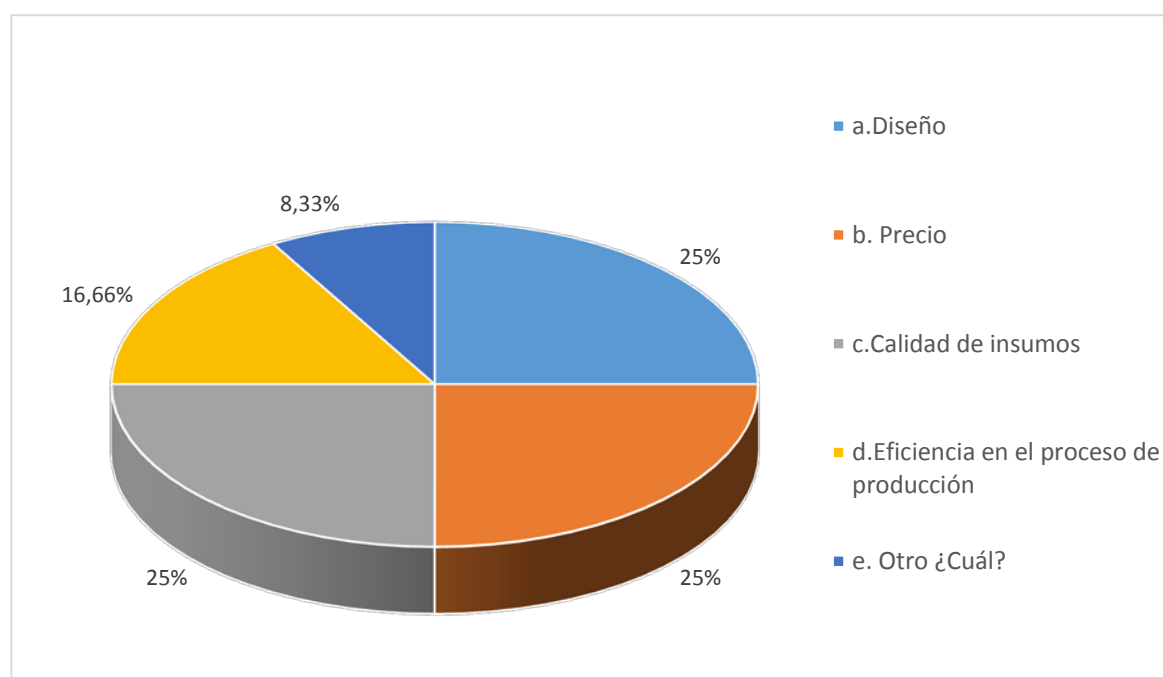
-Factor diferenciador de la empresa frente a otras de la región

Cuadro 15. Factor diferenciador de la empresa

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Diseño	3	25%
Precio	3	25%
Calidad de insumos	3	25%
Eficiencia en el proceso de producción	2	16,66%
Otro ¿Cuál?	1	8,33%
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Factor diferenciador de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. Con esta pregunta se busca encontrar los factores que otorgan valor a las empresas del sector textil de Bucaramanga y su área metropolitana, con un 25% el diseño, Precio y calidad de insumos se encuentran como principales factores que diferencian a cada una de las empresas entrevistadas. El siguiente factor Eficiencia en el proceso de producción con un 16,66%. Finalizando con otro factor el servicio post – venta tiene un 8,33%.

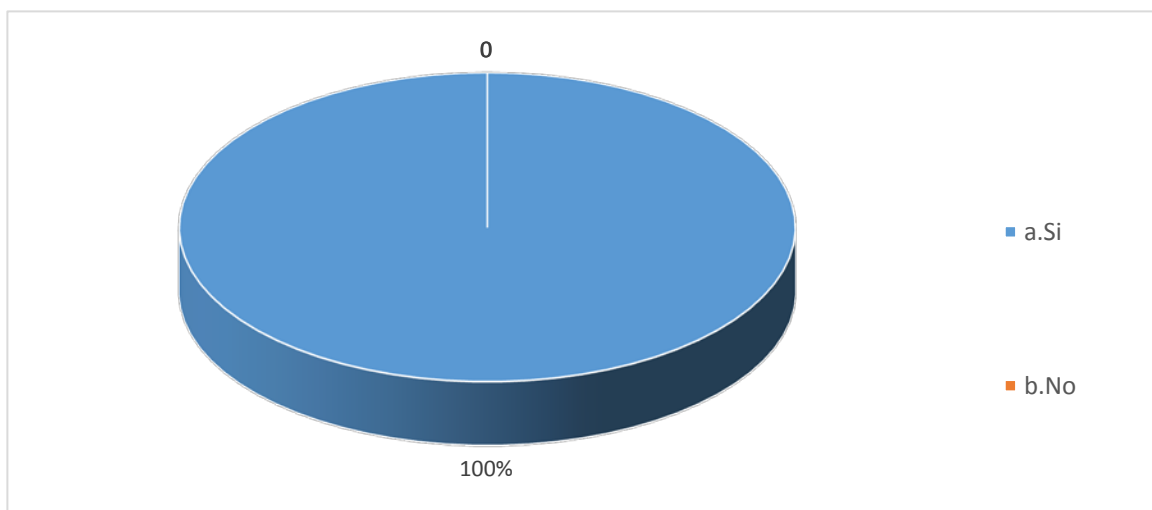
-Servicio de crédito a los clientes de la empresa

Cuadro 16. Crédito a los clientes

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	12	100%
No	0	0
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Crédito a los clientes



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. El 100% de las empresas entrevistas cuentan con el servicio de crédito lo que significa que este servicio está disponible para sus futuros clientes cuando lo crean necesario, es decir según sus políticas o requerimientos.

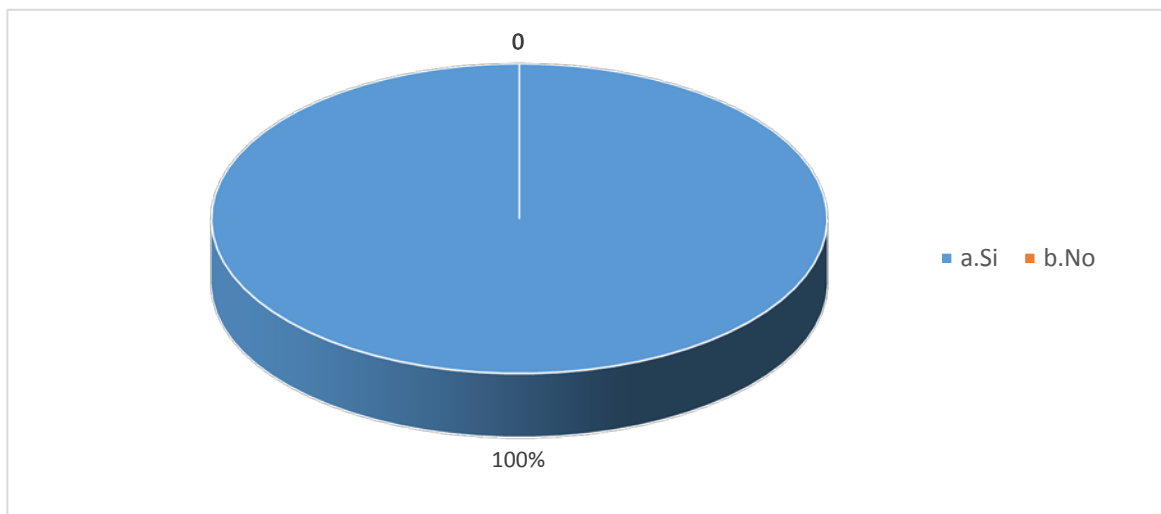
-Producción de desperdicio de tela a diario

Cuadro 17. Desperdicios de tela en la empresa

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	12	100%
No	0	0
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Desperdicio de tela en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. En esta pregunta se desea conocer la disponibilidad de la materia prima consultando a las empresas que lo suministrarán la producción de dicho material . El 100% de estas empresas generan a diario desperdicios.

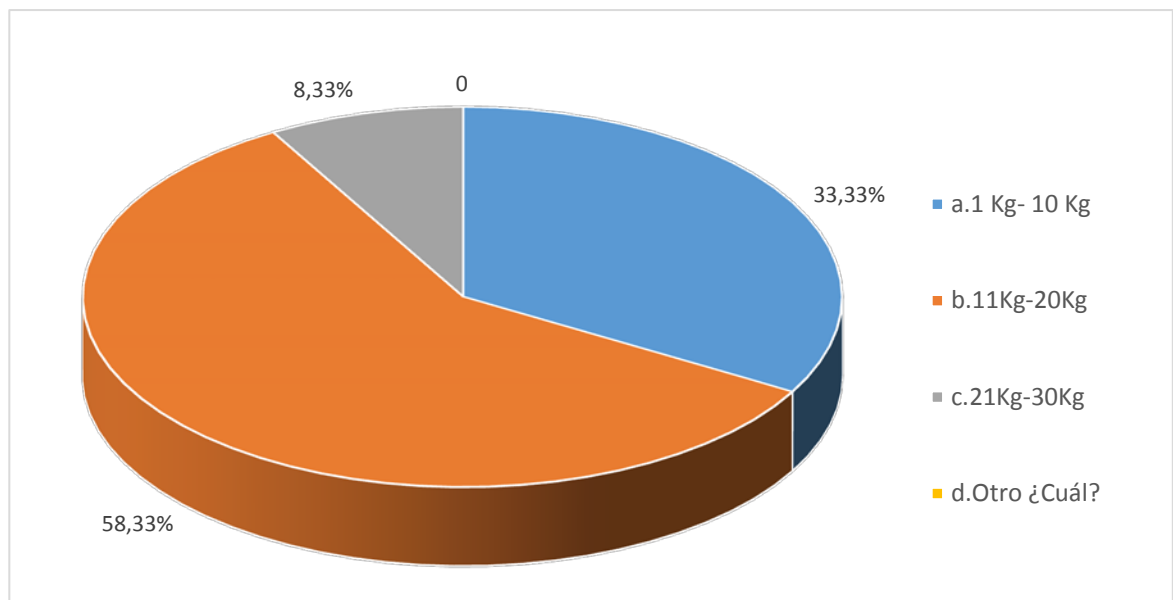
-Cantidad de desperdicio generado

Cuadro 18. Desperdicios generados a diario

INTERVALO	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 Kg- 10 Kg	4	33,33%
11Kg- 20 Kg	7	58,33%
21Kg- 30 Kg	1	8,33%
Otro ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. Desperdicios generados a diario



Fuente: Entrevista aplicada

-Análisis. Conocer la cantidad de retazos de tela que se generan a diario en las empresas que suministrarán la materia prima para la empresa es muy importante para el abastecimiento de la producción de almohadas. El 58,33% de las empresas generan desperdicios entre 11 kilogramos y 20 kilogramos a diario, cantidad considerable para lograr los objetivos acrodados, el 33,33% generan retazos de tela entre 1 kg a 10kg y el 8,33% entre 21kg a 30 kg.

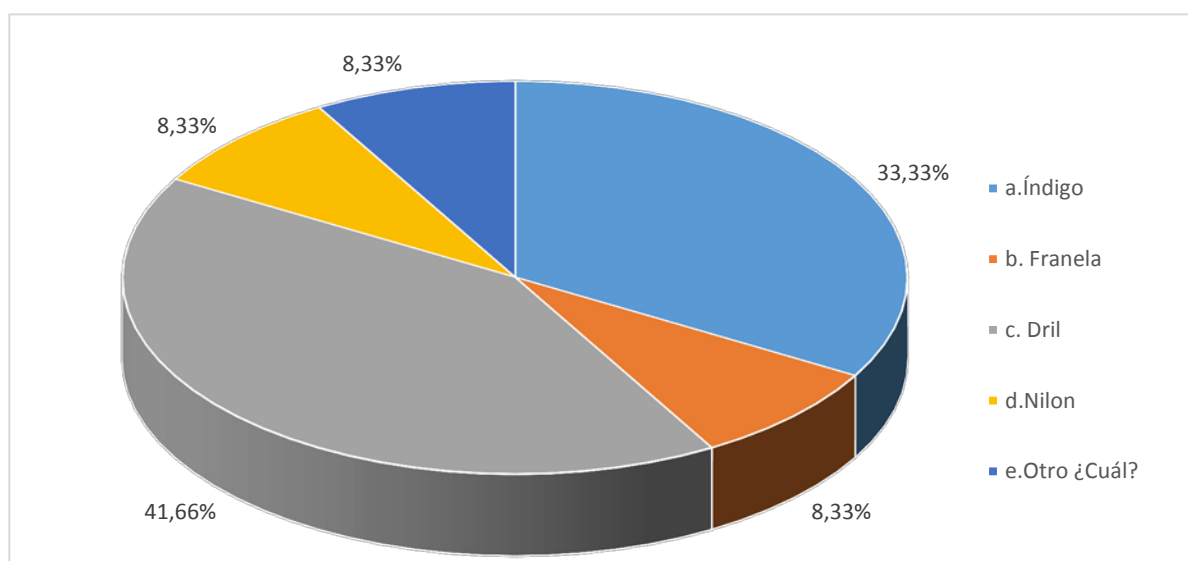
- **Tela con más desperdicio en la empresa**

Cuadro 19. Tela con más desperdicio en la empresa

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Índigo	4	33,33%
Franela	1	8,33%
Dril	5	41,66%
Nilón	1	8,33%
Otro ¿Cuál?	1	8,33%
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 18. Tela con más desperdicio en la empresa



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. El análisis de esta pregunta es clave para el desarrollo de los objetivos de la empresa de almohadas de almohadas, el material de estas almohadas es 100%. El 41,66 % de las empresas de confección de prendas de vestir de Bucaramanga generan desperdicios de tela de Drill, lo que es bueno para la empresa de almohadas ya que esta tela tiene más algodón que las demás. El 33,33% de los desperdicios pertenece a índigo y el 8,33% pertenece a materiales como franela, Nilon y popelinas y dracon.

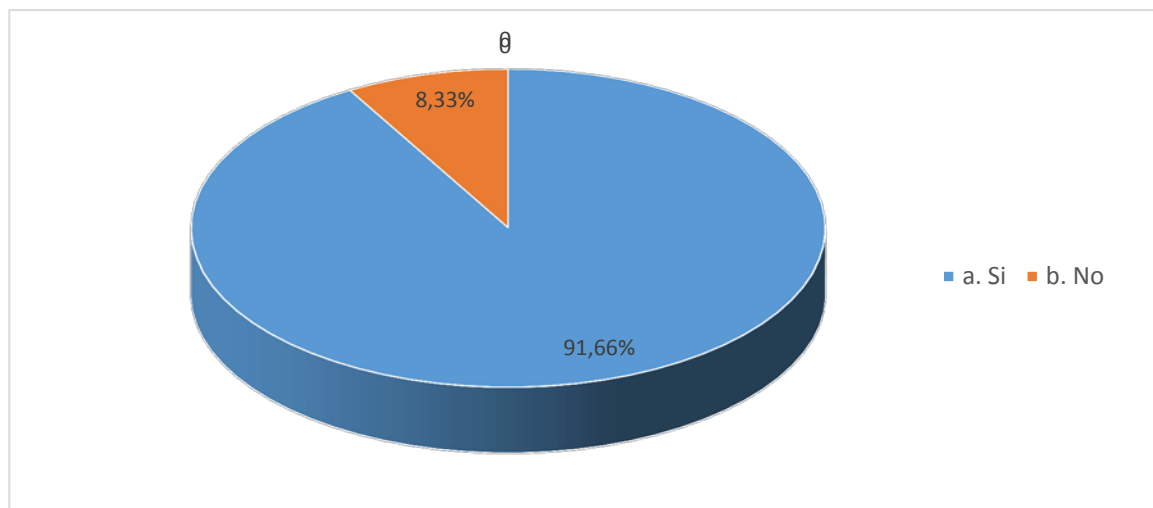
- **Destino final de los retazos de tela**

Cuadro 20. Destino de los retazos de tela

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Se venden	11	91,66%
Se reciclan	1	8,33%
Se desechan	0	0
Se regalan	0	0
Otro ¿Cuál?	0	0
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Destino de los retazos de tela



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. En esta pregunta se conoce el destino final que las empresas de confección de prendas de vestir le dan a los retazos de tela, el 91,66% de estas empresas los venden, y solo el 8,33 % los reciclan. Con esto se conoce el destino final de estos residuos que son materia prima para la empresa de almohadas ecológicas.

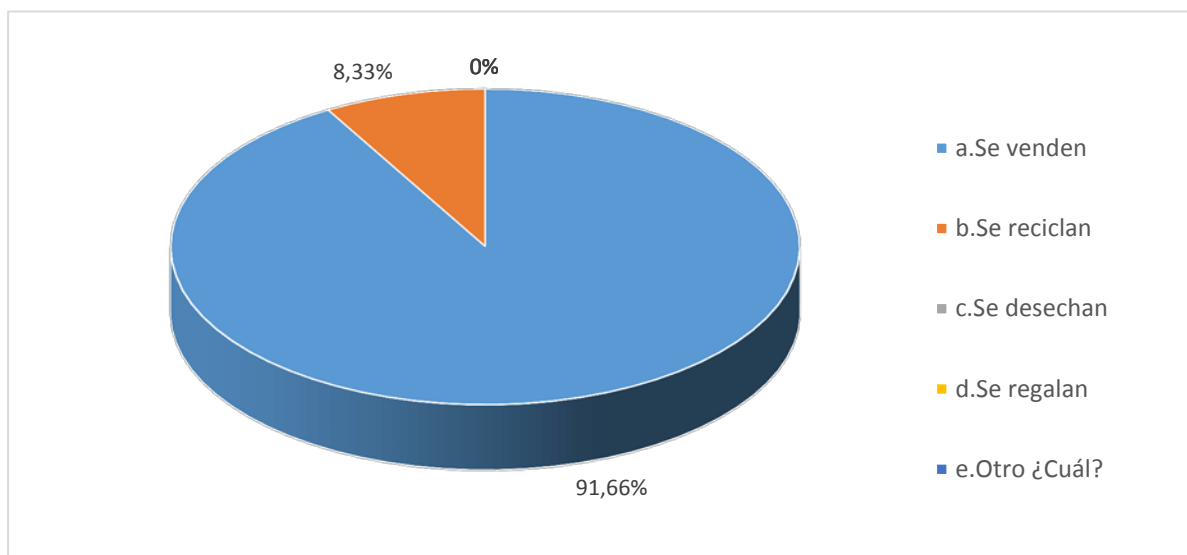
- **Precio de venta de los retazos de tela**

Cuadro 21. Precio de venta de los retazos de tela

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	11	91,66%
No	1	8,33%
Total	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 20. Precio de venta de los retazos de tela



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. El 91,66% de las empresas de confección de prendas de vestir conocen el precio de venta por kilo de los retazos de tela y en cambio el 8,33% de estas no. Factor importante para el proceso de costos de la empresa de almohadas.

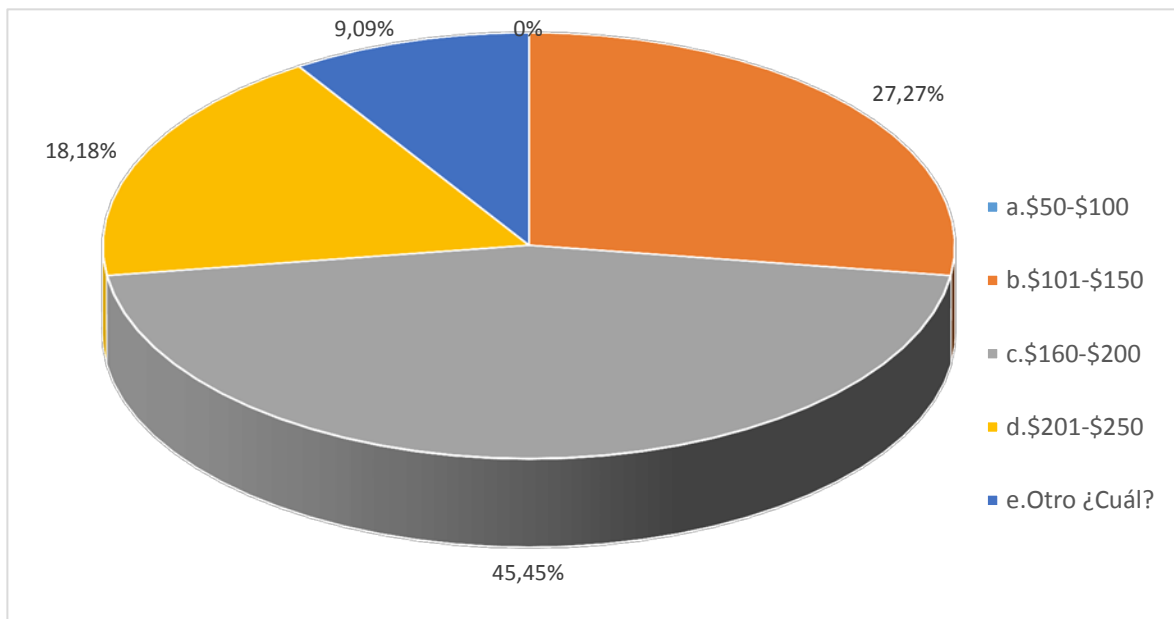
- Precio de venta de los retazos de tela por kilo

Cuadro 22. Precio de venta de los retazos de tela por kilo

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$50- \$100	0	0%
\$101-\$150	3	27,27%
ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$160-\$200	5	45,45%
\$201-\$250	2	18,18%
Otro ¿Cuál? Rta \$500	1	9,09%
TOTAL	11	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 21. Precio de venta de los retazos de tela por kilo



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis

\$50 - \$ 100 ----- 0

\$101 - \$150 ----- 3

\$160 - \$200 ----- 5

\$201 - \$250 -----2

Otro ¿Cuál? ----- 1

Promedio:

$$\frac{\$75*0+\$125.5*3+\$180*5+\$225.5*2+\$500*1}{11}$$

Precio promedio = \$202.5

Desviación

S = \$ 98,78

Para un intervalo de confianza del 95%, para el verdadero promedio del precio es el siguiente:

$$[144,12 \leq \mu \leq 260,87]$$

El precio del kilo de los retazos de tela está entre \$ 144,12 y \$ 260,87

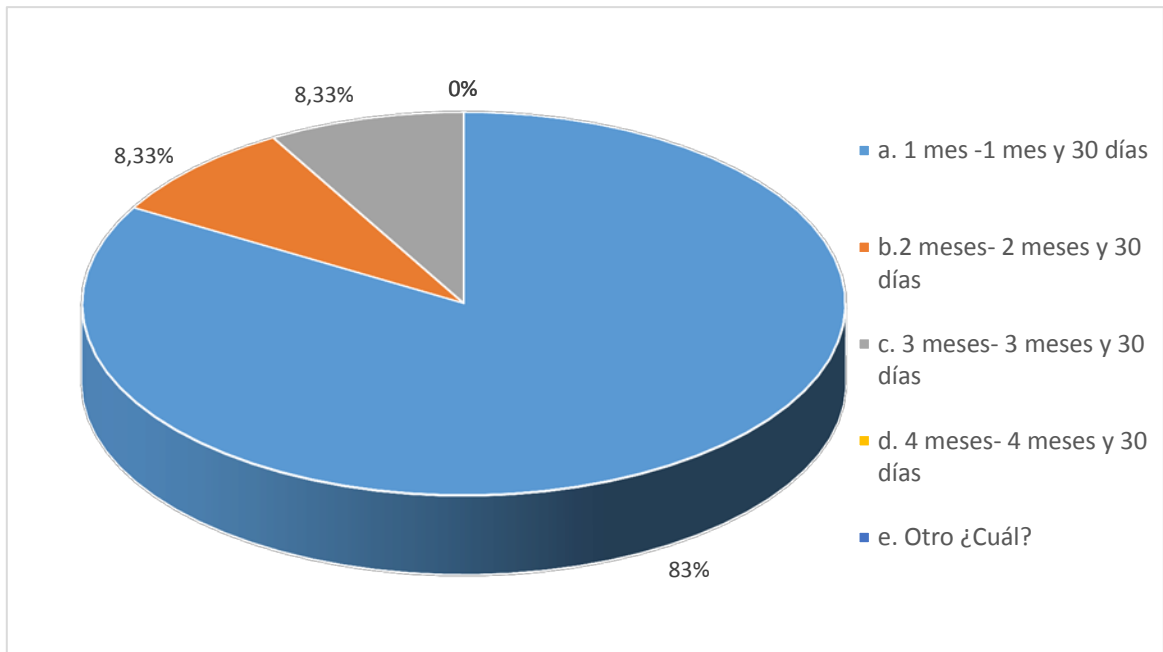
- **Frecuencia de venta**

Cuadro 23. Frecuencia de venta

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 mes - 1 mes y 30 días	10	83,33%
2 meses - 2 meses y 30 días	1	8,33%
3 meses - 3 meses y 30 días	1	8,33%
4 meses-4 meses y 30 días	0	0%
Otro ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 22. Frecuencia de venta



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. El tiempo en que se generan la suficiente materia prima para la empresa de almohadas es importante para su adquisición. El 83% de las empresas venden gran cantidad de retazos de 1 mes a mes y medio, y el 16,66% de dos a tres meses y medio.

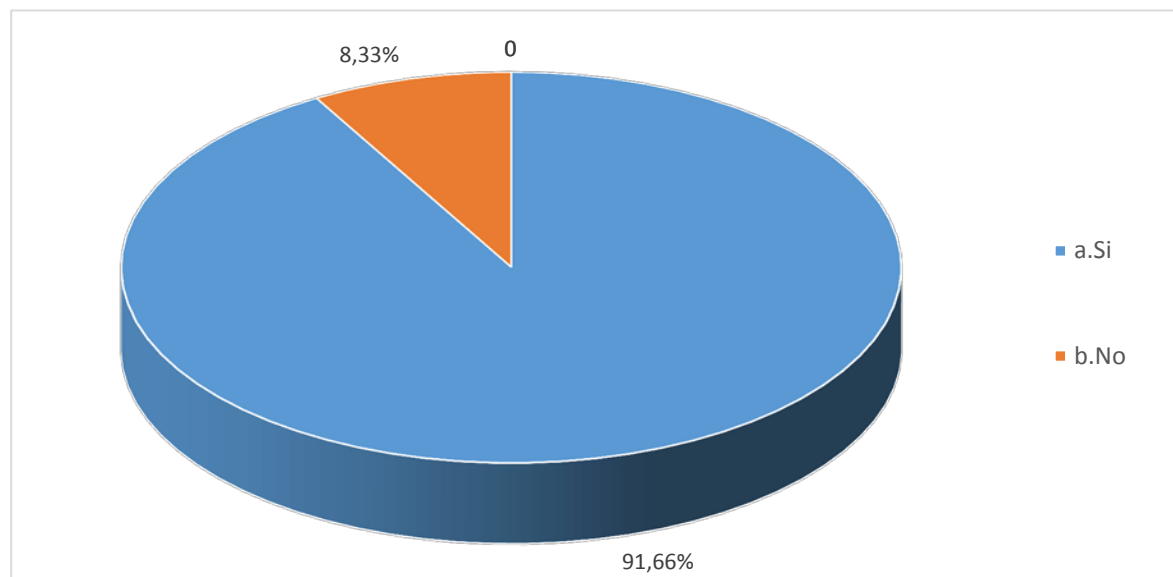
- **Instituciones que compran retazos de tela en Bucaramanga**

Cuadro 24. Instituciones de compra de retazos de tela

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	11	91,66%
No	1	8,33%
ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
TOTAL	12	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. Instituciones de compra de retazos de tela



Fuente: Elaboración propia.

-Análisis. En esta pregunta se desea conocer que empresas también adquirirían la misma materia prima que la empresa de almohadas recicladas adquirirá, El 91,66% de las empresas de confección de prendas de vestir saben cuáles son las empresas que se encargan de comprar los retazos de tela y el 8,33 no tiene conocimiento de dichas empresas.

6.5.2 Relación de proveedores de materias primas. Los proveedores que están en la capacidad de suministrar la materia prima (Retazos de tela), son:

Cuadro 25. Proveedores

PROVEEDORES	UBICACIÓN
Fabyany S.A.S	Cr 22 # 54 – 49 Barrio Nuevo Sotomayor
La cabaña del Jean	Calle 35 # 18 – 65 Barrio Centro
Unplugeed	Cr 38 # 44- 68 Torre 3 Apto 407 Ed. El Mogal
Creaciones bordino	Cr 17 A # 56 -31
Creaciones melissita y picassito LTDA	Cr 13 # 37- 63

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar, existen diferentes proveedores de retazos de tela, en Bucaramanga, con disposición de la misma todo el año.

6.6 PROVEEDORES DE INSUMOS

6.6.1 Ubicación e identificación de distribuidores de insumos. En Bucaramanga y su área metropolitana existen diferentes tipos de establecimientos y empresas dedicadas a la producción de insumos requeridos para el empaque de almohadas, como autores del proyecto se realizó un sondeo de proveedores, para establecer los mejores insumos en cuanto a calidad, diseño de productos, precio, atención al cliente y cumplimiento.

6.6.2 Relación de proveedores de insumos

Cuadro 26. Relación de proveedores de insumos

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	UBICACIÓN
• DOTAHERLOGO SA	Tela, hilos	Cr 14 # 37 -69
• PLASTIVIDRIOS • CARLPLAS	Plásticos	Cr 16 # 33-27 Bucaramanga Tel.6334488
• ESPUMA SANTANDER	Espuma	Km Vía Al mar 1 - 95

Fuente: Elaboración propia.

6.7 LA OFERTA O COMPETENCIA

Actualmente no se encuentra ninguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Para este análisis se utilizarán fuentes primarias como la investigación por observación directa en los principales almacenes de muebles, que ofrecen las almohadas de algodón normales de Bucaramanga y su área metropolitana.

6.7.1 Necesidades de información. Al analizar la competencia se busca identificar:

- ¿Qué tipos de almohadas está vendiendo la competencia?
- Precio promedio de las almohadas de algodón
- Características especiales de las almohadas de algodón
- Estrategias y promociones que utiliza la competencia

Cuadro 27. Ficha técnica de la Oferta

Tipo de Investigación	Exploratoria: Por medio de este tipo de investigación se puede identificar los principales establecimientos que comercializan las almohadas, de esta manera también se tornará concluyente permitiendo seleccionar las alternativas de mercado, las exigencias de los establecimientos comerciales a la hora de adquirir este tipo de productos.
Método de Investigación	Observación directa. Obtener información sobre las estrategias de los almacenes de muebles a la hora de vender las almohadas, las promociones, los precios y los tipos de almohadas que están vendiendo.
Fuentes de información	Primaria: Datos obtenidos mediante la observación y análisis a empresas dedicadas a la comercialización de almohadas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
Técnica de Investigación	Observación directa. Se realizará para obtener información de la competencia.
Instrumento para la recolección de la información	Cuestionarios no estructurados
Modo de aplicación	Directa: Se visitará cada uno de los establecimientos comerciales.

Cuadro 27. (Continuación)

Definición de la población (elemento, unidad de muestreo)	De acuerdo al mercado objetivo se tendrá en cuenta los establecimientos o locales comerciales dedicados a esta actividad de comercialización de almohadas.
Proceso de muestreo	Almacenes de cadena y de muebles de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
Marco muestral	No se realiza muestreo
Alcance	Bucaramanga y su área metropolitana
Tiempo de aplicación	Semana del 21 de Octubre de 2014

Fuente: Elaboración propia.

6.7.2 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. En la ciudad de Bucaramanga

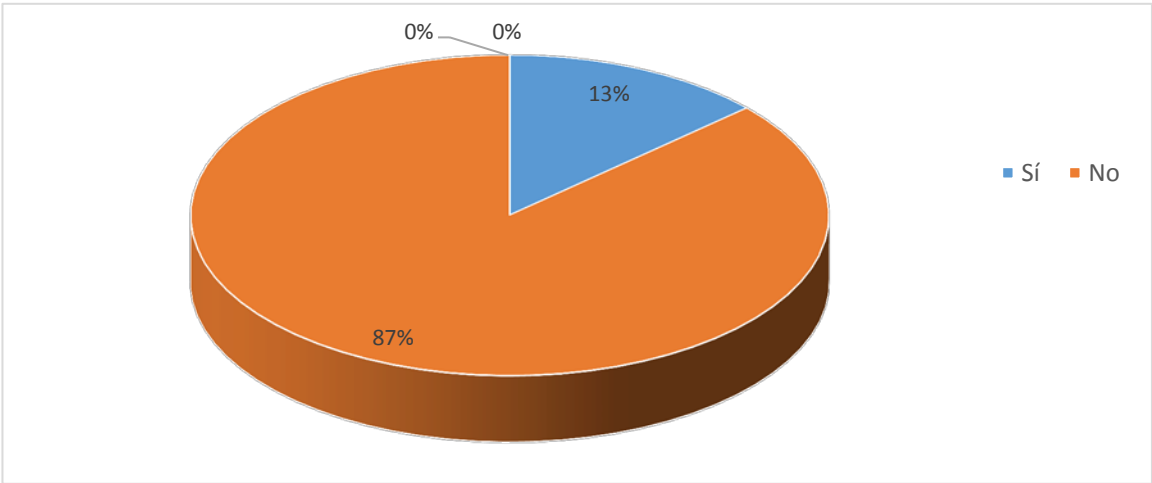
- **Promociones de almohadas**

Cuadro 28. Promociones de almohadas en almacenes de muebles

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	2	13,33%
No	13	86,66%
TOTAL	15	100%

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

Figura 24. Promociones de almohadas en almacenes de muebles



Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis. Con esta pregunta se busca conocer que promociones de almohadas tienen la principal competencia de la empresa en el momento, se encuentra que el 87% no tienen promociones. El 13% de los almacenes de muebles observados si tienen promociones como descuentos en compras de contado.

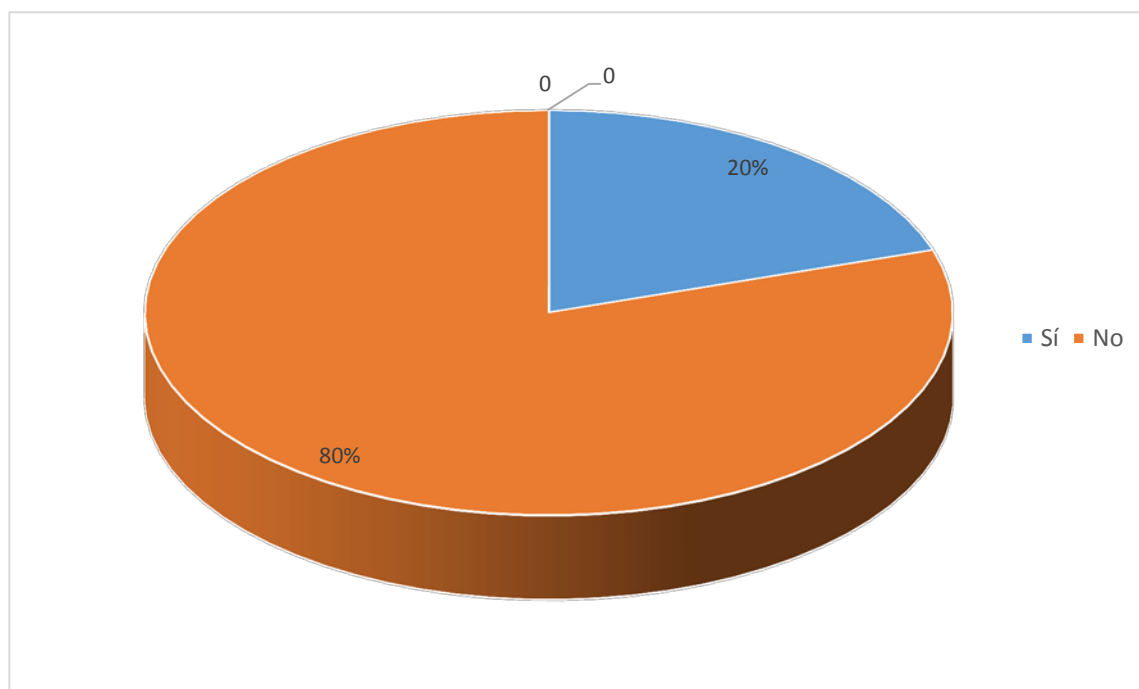
- **Promociones de almohadas en almacenes de cadena (Éxito, Jumbo, Homecenter, Falabella y Supermercados más por menos).**

Cuadro 29. Promociones de almohadas en almacenes de cadena

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Sí	1	20%
No	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

Figura 25. Promociones de almohadas en almacenes de cadena



Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis. En los almacenes de cadena el 80% en el momento no tienen promociones de almohadas es decir de 5 almacenes visitados 4 de ellos tienen almohadas sin promociones o descuentos. El 20% tiene promociones como set x 2 almohadas, es decir, pague 1 y lleva 2 al precio de 1.

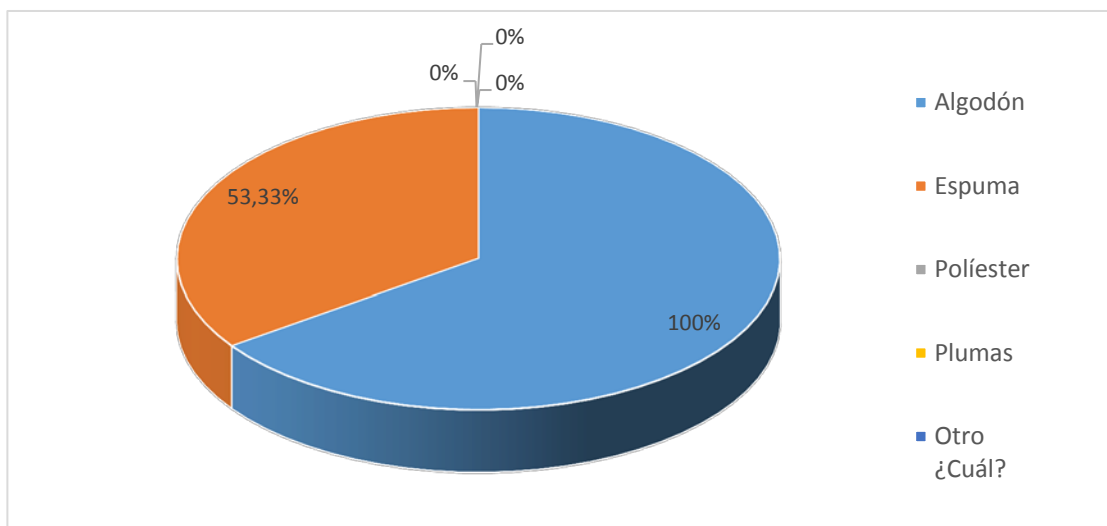
- **Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de muebles**

Cuadro 30. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de muebles

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Algodón	15	100%
Espuma	8	55,33%
Poliéster	0	0%
Plumas	0	0%
Otro ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	15 - 8	100% - 53,33%

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto.

Figura 26. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de muebles



Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis. En esta pregunta se desea conocer el porcentaje de almacenes de muebles que ofrecen los diferentes tipos de almohadas principalmente la almohada de algodón.

El 100% de los almacenes de muebles visitados ofrecen almohadas de algodón y sólo un 55,33% de estos mismos logra ofrecer también almohadas de espuma.

- Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de cadena

Cuadro 31. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de cadena

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
Algodón	5	100%
Espuma	4	80%
Poliéster	5	100%
Plumas	1	20%
Otro ¿Cuál?	1	20%
TOTAL	12	

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

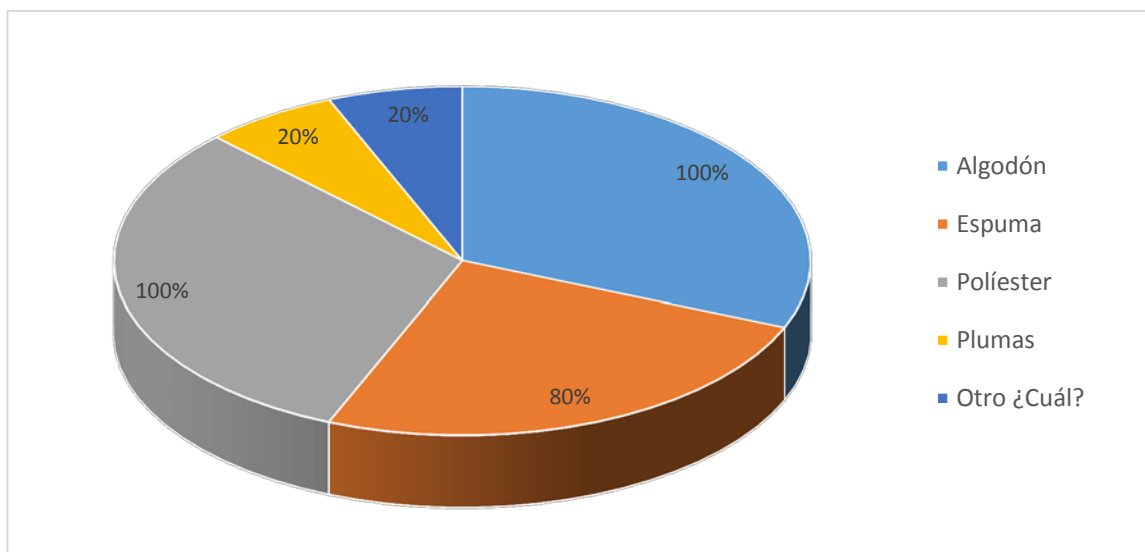


Figura 27. Tipos de almohadas ofrecidas en los almacenes de cadena

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis. En esta pregunta se analiza la segunda competencia fuerte para la empresa como lo son los almacenes de cadena, ¿Qué tipos de almohadas ofrecen?

Todos los almacenes de cadena observados venden almohadas de algodón, Poliéster, el 80% de estos también venden almohadas de espuma y el 20% de estos mismos venden almohadas de plumas y de otro material como almohadas anti fluidos.

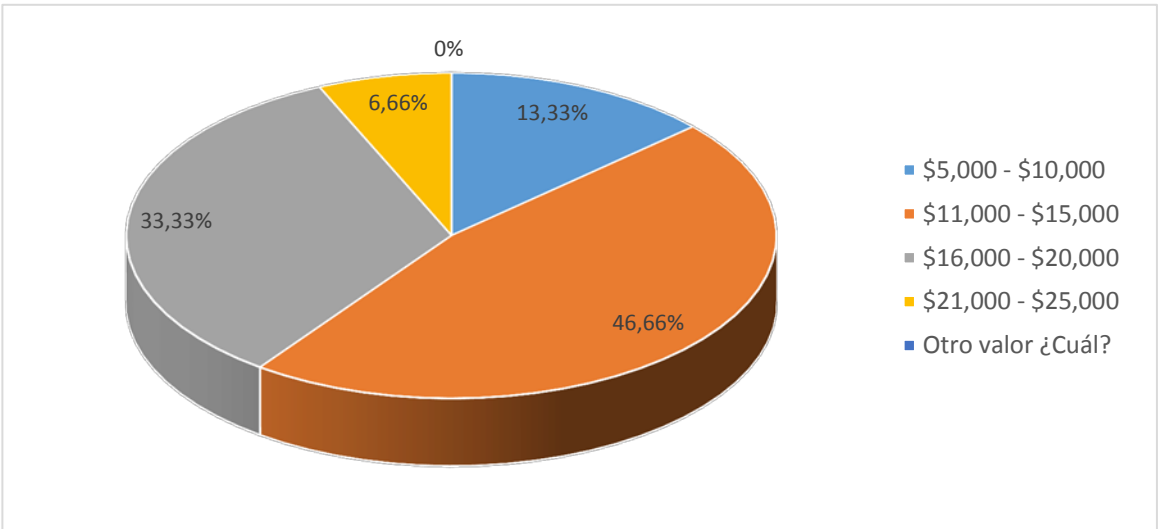
- **Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de muebles**

Cuadro 32. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de muebles

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$5,000 - \$10,000	2	13,33%
\$11,000 - \$15,000	7	46,66%
\$16,000-\$20,000	5	33,33%
\$21,000 - \$ 25,000	1	6,66%
Otro valor ¿Cuál?	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

Figura 28. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de muebles



Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis. Con esta pregunta se quiere conocer el precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena como principal competencia para la empresa de almohadas, en su orden el 46,66% de los almacenes de muebles entre \$11,000 y \$15,000 continuando el 33,33% venden las almohadas entre \$21,000 y \$25,000. El 13,335 ofrecen las almohadas de algodón a un precio entre \$5,000 y \$10,000. Y el 6,66% de estas empresas venden las almohadas entre \$21,000y \$25,000.

- **Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena**

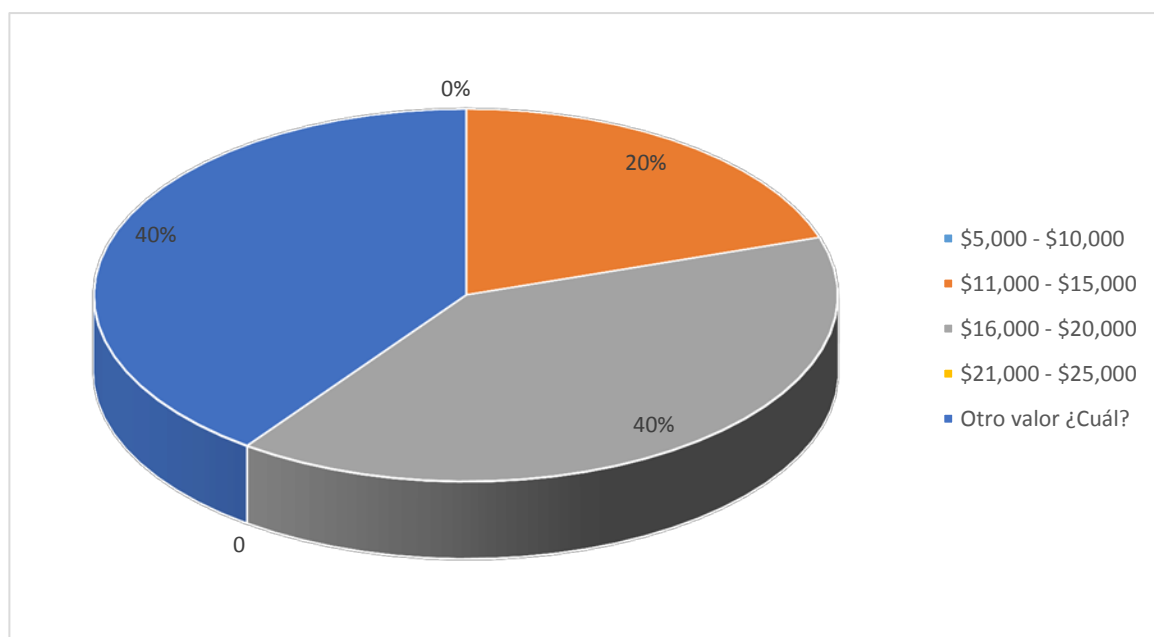
Cuadro 33. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena

ITEM	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$5,000 - \$10,000	0	0%
\$11,000 - \$15,000	1	20%
\$16,000-\$20,000	2	40%

\$21,000 - \$ 25,000	0	0%
Otro valor ¿Cuál?	2	40%
TOTAL	5	100%

Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

Figura 29. Precio de venta de las almohadas de algodón en los almacenes de cadena



Fuente: Observación directa por los autores del proyecto

-Análisis- En cambio el 40% de los almacenes de cadena observados ofrecen almohadas desde \$16,000 a \$110,690. El 20% ofrecen almohadas de algodón entre \$11,000 y \$15,000.

6.7.3 Relación entre demanda y oferta. La necesidad de elaborar productos cada vez más diferenciados para satisfacer el mercado actual, que exige constantemente está exigiendo y a la espera de mejoras y novedades, ha hecho que se ingrese al mercado de las almohadas una oferta del producto de la industrialización de los retazos de tela para extraer su algodón para la fabricar almohadas para cada uno de los hogares de las familias bumanguesas.

Sin embargo el consumidor promedio bumangués, no tiene muchas referencias del uso de los retazos de tela en el mercado local, debido a que los retazos de tela sólo son tiras que quedan después de fabricación de las prendas de vestir. De esta forma la oferta de las almohadas ecológicas en el mercado regional es nula o

cero, ya que no existe actualmente en el mercado este tipo de almohadas y la demanda del producto esta crecimiento debido a factores ya mencionados como la construcción de viviendas y el cuidado de la salud, con esto la marca logrará un posicionamiento importante en el consumidor final.

Cabe destacar que se entraría a competir en el mercado de las almohadas, que como se expuso es un producto con innovación.

6.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

6.8.1 Canales de comercialización. Con el fin de lograr la adecuada comercialización y ofrecimiento del producto a ofertar por la nueva empresa, se ha realizado un análisis de los canales de comercialización que hay en el mercado y los factores limitantes en el ofrecimiento de las almohadas.

6.8.2 Estructura de los canales actuales. Intervención de intermediarios que recurren a los productores para poner a disposición de consumidor final el bien o producto, cumpliendo con las expectativas y necesidades. También se utiliza el canal directo, en el cuál el productor entrega directamente el producto al consumidor final, recurriendo a puntos de venta y distribución propios.

En la actualidad los canales de distribución que se emplean en el mercado de las almohadas son básicamente los siguientes:

- Productor- Distribuidor mayorista- Centros Comerciales
- Productor- Distribuidor mayorista- Distribuidor minorista-Consumidor final
- Productor- Distribuidor- Almacenes de Cadena
- Productor-Fábricas de muebles.

6.8.3 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización. Se logró identificar las siguientes ventajas y desventajas en el sector:

- **Ventajas**

- ✓ Se llega a un mayor número de consumidores especialmente en las fábricas de muebles con menos esfuerzo que al utilizar un canal directo Productor-Consumidor Final.
- ✓ Son canales de distribución cortos lo que no genera daños en el producto, logrando llegar en buenas condiciones al consumidor final.
- ✓ Se logra la distribución del producto a un mayor número de fábricas de muebles, alcanzando una distribución intensiva, ideal para nuevos productos.

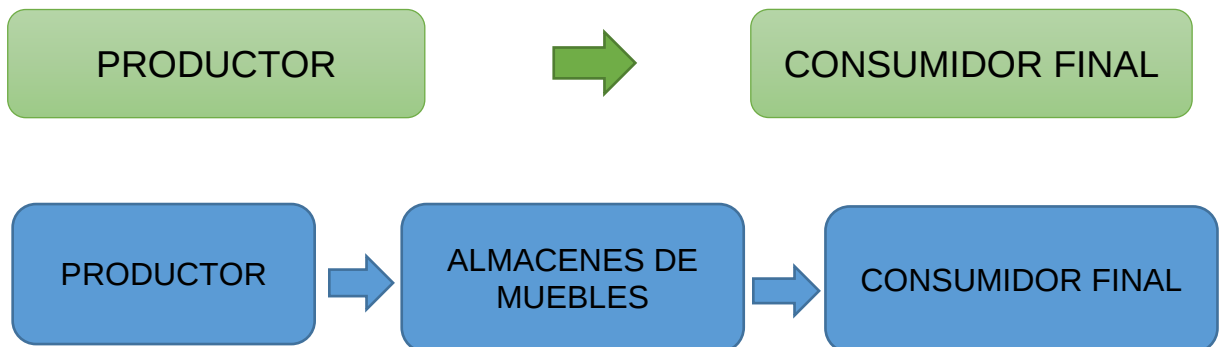
- **Desventajas**

✓ Las almohadas ecológicas por ser un producto nuevo en el mercado en sus inicios se dificultará su comercialización, debido a que aún no se ha establecido un producto así en el mercado regional y nacional.

6.8.4 Selección de los canales de comercialización. Los parámetros que se utilizarán para la selección del canal de distribución son la minimización de costos como uno de los principales objetivos de la empresa.

6.8.5 Canal de distribución definido. Para este caso se seleccionarán dos canales de comercialización, con el fin de abarcar suficiente mercado. Los canales de comercialización seleccionados nos permiten disminuir el número de intermediarios y con ello costos, se ha considerado como mejores opciones la cadena de fabricante a Consumidor Final (Hogares de la ciudad de Bucaramanga), y Fabricante – Almacenes de muebles- Consumidor final.

Figura 30. Esquema canal seleccionado para la comercialización de las almohadas ecológicas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.



Fuente: Elaboración propia.

6.8.6 Ventajas del canal de distribución escogido. Son canales cortos, por lo tanto el precio de la almohada hacia el público no sufrirá grandes cambios

respecto al precio, en cuanto a calidad el producto no sufrirá daños o defectos por traslados. La empresa productora y comercializadora de almohadas ecológicas, se ahorrará trámites y trabajo en la distribución de su producto, puesto que realizará entregas directas.

6.9 PRECIO

6.9.1 Análisis de los precios de la competencia. Con el fin de conocer un posible precio de las almohadas ecológicas, se analizará los precios de las almohadas que actualmente se encuentran en el mercado de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana y a partir de los resultados obtenidos, se calculará el precio promedio ponderado de venta en dichos establecimientos comerciales.

6.9.2 Análisis de los precios de la competencia

Cuadro 34. Precio de venta actuales locales comerciales

N°	LOCAL COMERCIAL	VALOR VENTA DE ALMOHADAS		
		Algodón	Espuma	Siliconada
1	Cedros y más	\$15,000	\$25,000	\$35,000
2	Almacenes Jumbo	\$12,000	\$44,600	\$54,900
3	Homecenter	\$12,000	\$ 35,000	\$42,000
PROMEDIO PONDERADO		\$13,000		

Fuente: Elaboración propia.

Como se observó en la tabulación de la información obtenida en el estudio de mercado encontramos gran variedad de precios teniendo en cuenta el material que posea la almohada.

6.9.3 Estrategias de fijación de precios. En esta etapa aún no se logra determinar el precio de lanzamiento del producto, pero se realiza un análisis de algunos aspectos a tener en cuenta; para establecer el precio del producto.

Para establecer el precio del producto se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Costos de producción
 - Precios de los retazos de tela,
 - Gastos de la empresa,
 - Impuestos de Industria de Comercio así como el impuesto a las ventas, gastos de distribución,
 - Promoción y publicidad,
 - Análisis de precios de la competencia y precios de los productos sustitutos
- margen de utilidad a la empresa

Todos estos factores son fundamentales en la determinación para establecer un precio para el producto. En el estudio financiero se determinó un precio venta por unidad de \$7,800.

6.10 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Antes de proponer los objetivos de la publicidad y promoción que se implementará en la empresa productora y comercializadora de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela, se presentará la razón social de la organización, nombre escogido por unanimidad de los proponentes del proyecto como ECO ALMOHADAS debido a que su proceso de producción está relacionado con el cuidado al planeta.

6.10.1 Objetivos

- Dar a conocer una marca que se identifique con el producto y la empresa desde el inicio de sus operaciones.
- Utilizar medios para la promoción al público como volantes, tarjetas, radio entre otras.
- Posicionar la marca a través de los diferentes sitios donde actualmente venden almohadas como centros comerciales con el fin de llegar a más clientes.
- Persuadir al consumidor para que responda favorablemente frente a la idea y así crear lealtad hacia la marca.

6.10.2 Logotipo

Figura 31. Logotipo Eco Almohadas



Fuente: Autores del proyecto

6.10.3 Lema. La empresa, busca lograr una imagen que motive a los clientes a comprar, reconociendo la marca mediante el uso frecuente de su lema como:

“Almohadas...Tus sueños con compromiso...!!!”

La figura de la imagen representa para la empresa la unión y enfoque que serán las principales direcciones para proyectar compromiso, rentabilidad, crecimiento y responsabilidad. La letra e que está dentro de la imagen con su color VERDE OSCURO : Significa vida, naturaleza, armonía, equilibrio y estabilidad, en la organización uno de los compromisos es contribuir con el medio ambiente ayudando a reducir los índices de contaminación que se producen con esta materia prima en el ecosistema, el color VERDE CLARO Simboliza la riqueza que vendrían siendo las utilidades de la empresa transmitiendo alegría y felicidad y último el color NEGRO: Significa prosperidad, importancia y alerta ofreciendo para la empresa beneficios económicos. Las palabras ECO ALMOHADAS que están en la parte de abajo de la imagen proponen fuerza para emprender prosperidad en el mercado de almohadas.

6.10.4 Slogan

Almohadas...Tus sueños con compromiso...!!!

En el lema de la empresa se puede observar el mensaje de responsabilidad que la empresa le ofrece al mercado, identificando una necesidad a la mano del medio

ambiente. El color amarillo en el fondo de la frase busca resaltar e iluminar el mensaje para que la marca sea recordada, el color azul de las letras hace una combinación perfecta.

6.10.5 Análisis de los medios. Teniendo en cuenta el mercado objetivo y los resultados que arrojaron el trabajo de campo se implementará un medio de fácil adquisición que comunique a los futuros clientes la publicidad del producto.

6.10.6 Selección de los medios. Para la empresa Eco Almohadas, inicialmente unos de los medios a utilizar son las vallas publicitarias en los puntos clave y los volantes o folletos, debido a que representa bajos costos y gracias a sus diseños y colores logran resaltar a la vista de las personas.

Las redes sociales juegan un papel importante en la actualidad es por ello que este medio se aprovechará para enviar toda la publicidad necesaria a la mayor parte de empleados, estudiantes, empresarios, entre otros de la localidad que día a día se conectan a estas redes.

Por otro lado se utilizarán las emisoras de radio de la ciudad ya es un medio de alta cobertura y lealtad por parte de la población.

6.10.7 Estrategias Publicitarias. Para iniciar el reconocimiento de la marca por parte de los clientes en la entrada del establecimiento se instalará un aviso dónde aparecerá el nombre de la empresa y su respectivo lema.

Los volantes: Serán distribuidos en toda la ciudad de Bucaramanga, Centros Comerciales y las medidas serán de 9 cm x 12.5 cm de largo. Los cuáles contendrán parte de la información de la empresa los horarios de atención, servicios y producto.

6.10.8 Presupuesto de publicidad y promoción. La publicidad permite incursionar en el mercado e incrementar el número de clientes y ventas. Para la puesta en marcha de la empresa se realizará un presupuesto de publicidad proyectado en un período de dos meses.

6.10.9 De lanzamiento. Para esta etapa se colocará un afiche en el establecimiento alusivo al producto también se realizará una animación con sonido

- Volantes \$300,000
- Afiche \$250,000
- Animación y ambientación \$500,000
- Transporte 250,000

El total del costo de publicidad de lanzamiento es de \$1.300.000

6.10.10 De operación. Dentro de la empresa se realizarán obsequios y rifas para las personas se animen y así conozcan más de la marca. A los empleados se les entregan gorras y camisetas.

6.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- Según los datos arrojados por la encuesta dirigida a los hogares de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, existe un porcentaje alto de personas que estarían dispuestos a comprar las almohadas, con ello la empresa tiene un mercado que espera un producto amigable con el medio ambiente.
- En la ciudad de Bucaramanga la mayoría de empresas de confección de prendas de vestir, venden los retazos de tela a un precio promedio de \$202.5, dato que beneficia la producción de almohadas.
- La mayoría de almacenes de muebles ofrecen almohadas de algodón sin características especiales, las almohadas ecológicas llegarán al mercado ofreciendo bienestar y respeto al medio ambiente.

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

La empresa utiliza los retazos de tela de empresas textiles para fabricar almohadas, las cuales por medio de un sistema novedoso y amigable con el medio ambiente, busca reutilizar aquellos retazos consecuencia de los procesos en la producción textil en algodón como materia prima para la elaboración de las almohadas. Estos productos son utilizados en los hogares por todos los miembros de la familia, para cubrir aquellas necesidades básicas de las personas como lo es el descanso.

Para la fabricación de los productos se busca seleccionar a los proveedores, con el fin de garantizar la materia prima con una buena calidad e higiene.

Las almohadas se presentan con estilos y telas llamativas. La empresa busca con sus productos, permitir al cliente adquirir una almohada de buena calidad a un bajo precio, mientras contribuye al medio ambiente.

Los productos son empacados individualmente en bolsas transparentes, y son embalados por medias docenas para su fácil comercialización. Los productos serán ofrecidos a través de vendedores que lleguen a los clientes mayoristas los cuales serían los encargados de vender al detal.

Figura 32. Almohada con algodón reutilizado



Fuente: Elaboración propia.

Almohada con relleno de algodón reutilizado, espuma, tela poliéster – algodón con variedad de colores y diseños y en presentación de la siguiente medida: 58cm x 39cm.

7.2 ESTADO DE DESARROLLO

En el mercado se ofrecen tradicionalmente almohadas elaboradas con tela Dacron y el forro de color blanco. La empresa, presenta un valor agregado el precio y la reutilización de materiales como materia prima, lo cual lo hace amigable al medio ambiente. También ofrece una variedad de colores decorativos con diseños decorativos.

La empresa se caracteriza por estar dedicada a elaborar productos con un enfoque ambiental y de fácil acceso para estratos medio-bajo.

7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

7.3.1 Capacidad del proyecto

- **Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.** La empresa tendrá para el primer año una proyección como capacidad total diseñada de 76608 almohadas en un año.

Esta proyección se basó en los siguientes cálculos:

La capacidad máxima de la máquina es de 800kg de materia prima por día de trabajo (8 horas); al momento de procesar, por cada 2kg de materia prima, se obtiene 1kg de algodón. Es decir que la maquina procesa 400kg de algodón diarios.

Una almohada requiere 1,5kg.

$$\frac{400kg}{1,5kg} = 266,666 = 266 \text{ almohadas/día}$$

Es decir que en un día de trabajo (8 horas) se elaboran 266 almohadas.

$$266 * 6 = 1596 * 4 = 6384 * 12 = 76608 \text{ almohadas/año}$$

Las 266 almohadas se multiplicaron por 6 que son los días trabajados en la semana, ya que la empresa trabajara de lunes a sábados. Después se multiplico por 4 que son las semanas del mes y después por 12 que son los meses del año. Esto quiere decir que la empresa trabajaría con el 100% de la capacidad total diseñada.

En el estudio de mercados se puede analizar que existe una demanda para el primer año de 270,705 hogares, valor que se multiplica por dos porque según la encuesta realiza este es el número promedio de almohadas que usualmente compran los posibles clientes de la empresa, lo cual se analiza que la capacidad total diseñada representa un 17,28% de dicha demanda estimada.

- **Capacidad instalada.** La capacidad instalada para este proyecto será de 57600 almohadas, es decir que se tendrá el 75,18% de la capacidad total diseñada.

La máquina procesa 800kg para obtener 400kg diarios de algodón; es decir que se obtienen 50kg de algodón cada hora.

$$\frac{400}{8} = 50 \text{ kg/hora}$$

La capacidad instalada va a trabajar con 2 horas de tiempo muerto. Es decir que la producción por año será:

$$50 * 6 = \frac{300}{1,5} = 200 * 6 = 1200 * 4 = 4800 * 12 = 57600 \text{ almohadas/año}$$

$$76608 \rightarrow 100\%$$

$$57600 \rightarrow x$$

$$x = 75,18\%$$

En cuanto a la demanda establecida por el estudio de mercados, tenemos una demanda de 244.512 almohadas, en donde nuestra capacidad proyectada abarca un 34,333% con las 76.608 almohadas proyectadas. Con un Cumplimiento de un 75,18%.

$$244.512 \rightarrow 100\%$$

$$76.608 \rightarrow x$$

$$x = 31,33\%$$

- **Capacidad utilizada y proyectada.** La capacidad utilizada y proyectada se basa en un criterio propio, el cual busca encontrar tanto técnicamente como financieramente lo más viable posible. Para ello se analiza en relación con la capacidad instalada y el porcentaje conveniente, el cual será de un 45%.

$$57600 * 45\% = 25920 \text{ almohadas/año}$$

Para cumplir la proyección de producción anual en la capacidad instalada se deben elaborar diariamente 90 almohadas.

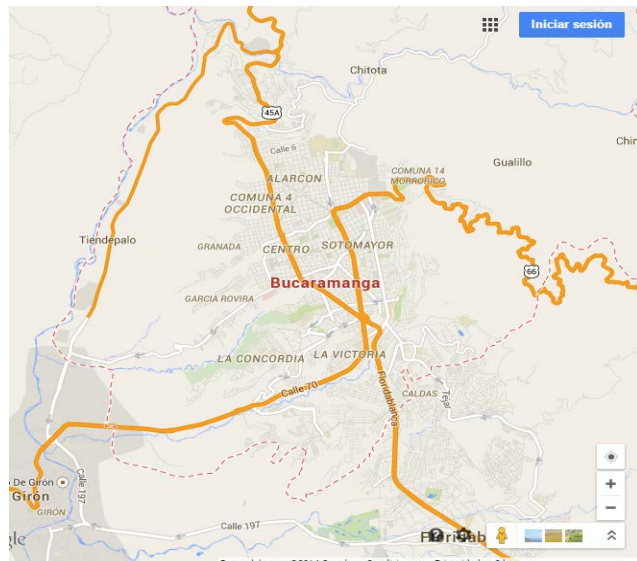
$$\frac{25920}{12} = \frac{2160}{4} = \frac{540}{6} = 90 \text{ almohadas/año}$$

7.4 LOCALIZACIÓN

7.4.1 Macro Localización. La empresa de elaboración y producción de almohadas estará ubicada en Colombia en el departamento de Santander en el área metropolitana de Bucaramanga, por su ubicación geográfica, ya que es de fácil acceso para compras de materias primas, a proveedores, como a clientes e intermediarios que deseen comercializar el producto.

Las fábricas de textiles y de confección, los cuales serán los proveedores de materia prima, se encuentran ubicados en su gran mayoría en el centro de Bucaramanga y sus alrededores, por esta razón es conveniente que la empresa se encuentre lo más central posible.

Figura 33. Ubicación empresa de almohadas



Fuente: GOOGLE MAPS. Bucaramanga, Santander [en línea]. 2014. [Citado 20 Noviembre 2014]. Disponible en Internet: <<https://www.google.es/maps/place/Bucaramanga,+Santander,+Colombia/@7.1130979,-73.1791153,13z/data=!4m2!3m1!1s0x8e683fda558d8aff:0xf045f9d162638e0a>>.

7.4.2 Micro-Localización. Para realizar el estudio de micro-localización, se analizaron seis aspectos y a cada uno se le dio un valor en porcentaje teniendo en cuenta su importancia a la hora de la selección.

Una vez analizado los aspectos, se realizó una visita a una inmobiliaria y se solicitó información sobre locales comerciales, para arrendamiento, con sus direcciones, dimensiones, teléfonos y precios.

Por último se tomaron siete alternativas mirando posible conveniencias y se analizaron utilizando la herramienta de micro localización.

Cuadro 35. Micro localización

Cercanía a mayoristas (A1)	20%
Valor de arrendamiento (A2)	35%
Espacio del local (A3)	20%
Valor de los servicios públicos (A4)	5%
Cercanía a proveedores (A5)	20
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

A1. Cercanía a mayoristas: Para el factor de cercanía a mayoristas se determinaron los valores tomando como punto de referencia el sector donde se encuentran ubicados los compradores mayoristas del producto, los cuales se encuentran en el centro de Bucaramanga. Siendo (5) el puntaje deseado.

Cuadro 36. Cercanía a mayoristas

Si el local queda de 5min a 10min de los mayoristas	5
Si el local queda de 11min a 30min de los mayoristas	3
Si el local queda de 31min a 1hora de los mayoristas	1

Fuente: Elaboración propia.

A2. Valor del arrendamiento: Para el factor del valor de arrendamiento se determinó por un rango en los precios del arriendo de las bodegas o locales. . Siendo (5) el puntaje deseado.

Cuadro 37. Valor del arrendamiento

Si el valor de arrendamiento es de \$200.000 a \$800.000	5
Si el valor de arrendamiento es de \$800.001 a \$1'500.000	3
Si el valor de arrendamiento es de \$1'500.001 a \$2'500.000	1

Fuente: Elaboración propia.

A3. Espacio del local: Para el factor del espacio del local, se analizaron las dimensiones de los locales o bodegas escogidas y se les dio un rango en metro cuadrado. Siendo (5) el puntaje deseado.

Cuadro 38. Espacio del local

Si el espacio del local es igual o mayor a 150m ²	5
Si el espacio del local está entre los 81m ² y 149m ²	3
Si el espacio del local es igual o por debajo de 80m ²	1

Fuente: Elaboración propia.

A4. Valor de los servicios públicos: Para el factor del valor de los servicios públicos, se tomó en cuenta la ubicación de la bodega o el local y a su vez el estrato para analizar el precio de los servicios públicos. Siendo (5) el puntaje deseado.

A5. Cercanía a proveedores: Para el factor de cercanía a proveedores se determinó teniendo en cuenta la ubicación de la mayoría de proveedores, siendo

el centro de Bucaramanga donde se encuentran los mayores proveedores, seguida de Floridablanca. Siendo (5) el puntaje deseado.

Cuadro 39. Cercanía a proveedores

Si el local está ubicado en la meseta de Bucaramanga	5
Si queda el local está ubicado en Floridablanca	3
Si el local no está ubicado ni en la meseta de Bucaramanga ni en florida	1

Fuente: Elaboración propia.

Alternativas:

1. La cumbre. 61,36 m2, baño remodelado \$1'800.000 Tel: 6780941 (10414).
2. Antonia santos Cr 23 Calle 34. 51,5m2. Baños \$1'300.000 Tel: 6430111 (9413).
3. Girardot Calle 28 # 4 – 42 taller o fabrica. Luz trifásica 200m2 \$900,000 Tel 6430111.
4. Centro. Calle 43 # 14 – 88. Agua, luz. 360m2 \$2'000.000.
5. Gaitán. 287m2. Cr 15 Calle 14 “cemento” \$1'800.000 Tel: 6430111 (10531).
6. Local Centro Girón. 60m2 amplio baldosín 1'000.000 Tel 6780941 (100677).
7. San Francisco. Excelente ubicación 1 baño. 160m2 \$850.000 Tel: 6352877 (11066).

Cuadro 40. Alternativas

	A1(0,2)	A2(0,35)	A3(0,2)	A4(0,05)	A5(0,2)
Alternativa 1	3 (0,6)	1 (0,35)	1 (0,2)	5 (0,25)	3 (0,6)
Alternativa 2	5 (1)	3 (1,05)	1 (0,2)	3 (0,15)	5 (1)
Alternativa 3	5 (1)	3 (1,05)	5 (1)	5 (0,25)	5 (1)
Alternativa 4	5 (1)	1 (0,35)	5 (1)	3 (0,15)	5 (1)
Alternativa 5	5 (1)	1 (0,35)	5 (1)	5 (0,25)	5 (1)
Alternativa 6	1 (0,2)	3 (1,05)	1 (0,2)	5 (0,25)	1 (0,2)
Alternativa 7	5 (1)	3 (1,05)	5 (1)	3 (0,15)	5 (1)

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 41. Resultados alternativas

Alternativa 1	2
Alternativa 2	3,4
Alternativa 3	4,3
Alternativa 4	3,5
Alternativa 5	3,6
Alternativa 6	1,9
Alternativa 7	4,2

Fuente: Elaboración propia.

La alternativa No.3 la cual se encuentra ubicada en el barrio Girardot calle 28 # 4 – 42 es la más apropiada según el estudio de micro-localización.

7.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

7.5.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 42. Ficha técnica

Producto principal	Almohada
Diseño (fotos, dibujo, imagen)	
Especificaciones técnicas	Almohada con relleno de algodón reutilizado, espuma, tela poliéster – algodón con variedad de colores y diseños y en presentación de la siguiente medida: 58cm x 39cm.

Empaque	Empaque de plástico translucido.
Vida útil	2 años. Es el tiempo establecido en el que la almohada no pierde sus características de confort.

Fuente: Elaboración propia.

7.5.2 Descripción del proceso productivo. La empresa estará ubicada en el barrio Girardot calle 28 # 4 – 42 de la ciudad de Bucaramanga, la empresa será una organización SAS, con un punto de atención y una planta de producción donde se realizaran las almohadas.

El proceso inicia con la compra de insumos en este caso los retazos desechados por las empresas textiles, los cuales se pesan, se inspecciona que estén limpios, es decir, que sean retazos aptos para un nuevo proceso de producción. Cabe resaltar que las telas usadas en los procesos textiles, son telas nuevas y los retazos igual; una vez rectificadas los retazos, se realiza el pago por kilogramos.

Una vez se almacenan los retazos se procede a clasificarlos, para después cortar los retazos que vengan grandes y así la máquina pueda trabajar de una manera más eficiente.

Una vez cortado los retazos se llevan a la máquina.

Antes de empezar el proceso se debe limpiar la máquina y los rodillos; se retiran residuos, esto con la finalidad que la máquina trabaje de una mejor manera. Después se enciende la máquina y se introducen los retazos por un orificio el cual es la entrada de la máquina y por medio de un rodillo con púas y un motor eléctrico comienza el proceso de sacar el algodón que estos retazos tienen y desechar lo otro.

Una vez procesado la capacidad máxima de retazos de la máquina, se abre la compuerta de salida, donde se encuentra el algodón el cual será nuestra materia prima y se retira de la máquina.

Simultáneamente mientras la maquina está procesando los retazos, se realiza el corte de las fundas. Para este proceso se compran los rollos de tela de 2,10m x 2,40m de donde se sacan 10 cortes para 10 almohadas.

Una vez cortada las fundas, se cortan las espumas que se introducen en las almohadas, las láminas de espuma se compran de 2m x 1m para 10 almohadas. Una vez estén listas las fundas con las espumas, se llevan al lado de la compuerta de salida de la máquina, y se procede a rellenar las almohadas con algodón.

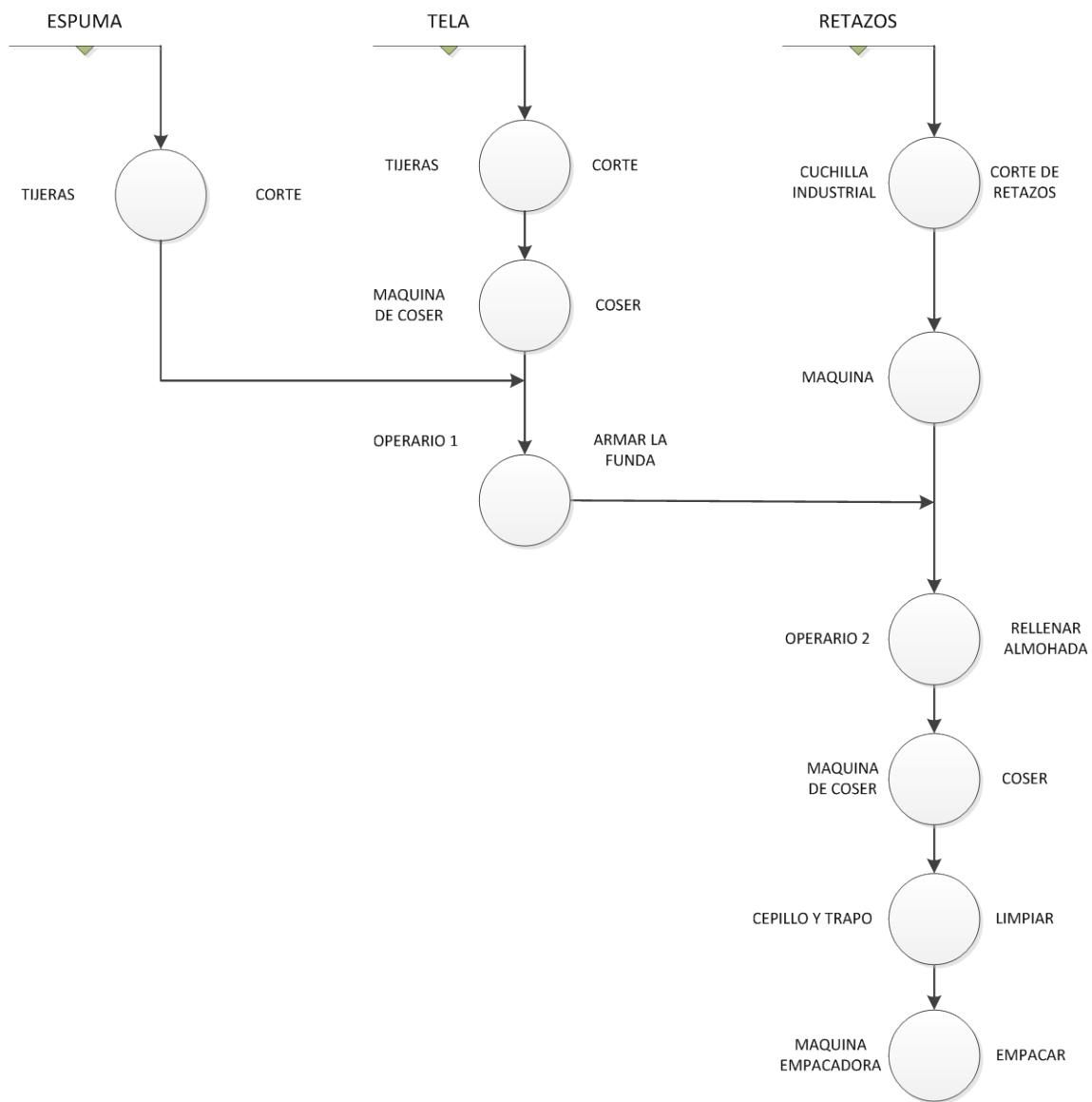
Después de rellenarlas se llevan a la zona de costura donde se cosen para cerrarlas y se limpian.

Finalmente se empacan en bolsas plásticas. El producto terminado y empacado es almacenado en bodega en espera de su despacho.

La empresa mantiene un stock en la fábrica y el punto de venta, para cubrir la demanda al detal.

7.5.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 34. Diagrama de operaciones



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 43. Diagrama de flujo de producción de la almohada

	ACTIVIDAD	Tiempo -
--	-----------	----------

DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacena	(Minutos)
1. Inspección de retazos		●				15 min
2. compra de retazos a proveedores	●					15 min
3. se lleva bodega			●			10 min
4. Se guardan los retazos en la bodega					●	/
5. se llevan los retazos requeridos para el proceso			●			5 min
6. se corta los retazos grandes	●					90 min
7. se inspecciona que los retazos estén en un tamaño óptimos		●				5 min
8. se limpia la maquina	●					15 min
9. se depositan los retazos en la máquina para el proceso de reutilización	●					5 min
10. se espera a que la maquina haga el proceso				●		100 min
11. se inspecciona si el proceso fue realizado satisfactoriamente y el algodón se encuentra listo		●				10 min
12. llegan las fundas del proceso 2	●					10 min
13. se rellenan las fundas con algodón	●					150 min
14. se inspecciona que estén listas		●				20 min
15. se lleva a la zona de costura			●			10 min
16. se cosen en la parte superior	●					60 min
17. se limpia	●					10 min
18. se inspecciona que este lista		●				10 min
19. se lleva a la zona de empaque			●			15 min
20. se empaca	●					45 min
21. se lleva a bodega			●			20 min
22. se almacena					●	/

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 44. Diagrama de flujo de producción de la almohada 2

DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	ACTIVIDAD					Tiempo - (Minutos)
	Operación	Inspección	Transport	Demora	Almacena	
1. Se compra las telas	●					20 min
2. Se lleva a bodega			●			15 min
3. Se almacena					●	/
4. Se lleva a las mesas de corte			●			5 min
5. Se corta la tela para hacer fundas	●					120 min
6. Se cosen los extremos y la parte inferior	●					60 min
7. llega las espumas del proceso 3	●					10 min
8. Se coloca una espuma en la funda	●					30 min
9. Se lleva al lado de la máquina para rellenar de algodón			●			15 min

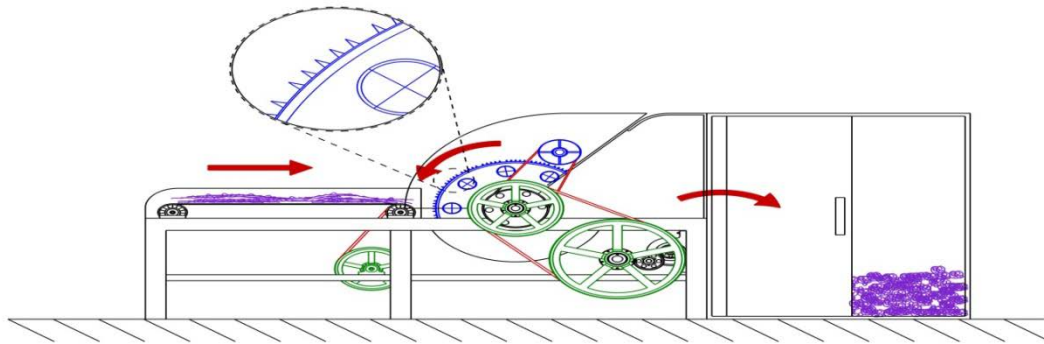
DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	ACTIVIDAD					Tiempo - (Minutos)
	Operación	Inspección	Transport	Demora	Almacena	
1. se compra la espuma	●					20 min
2. se lleva a bodega			●			10 min
3. se almacena					●	/
4. se lleva a las mesas de corte			●			5 min
5. se corta la espuma para el complemento de las fundas	●					45 min
6. se inspecciona que estén listas para llevar al proceso 2 (fundas)		●				10 min
7. se llevan para el proceso 2 (fundas)			●			15 in

Fuente: Elaboración propia.

7.5.4 Recursos

- **Recurso físico**

Figura 35. Máquina



Fuente: Elaboración propia.

- **Maquina transformadora de retazos en algodón:** La máquina tiene 4m de largo y 2m de alto, trabaja con un motor eléctrico el cual genera la energía a la máquina. Su principal elemento es el rodillo el cual tiene púas y son las encargadas de sustraer el algodón de los retazos. Las púas varían de tamaño dependiendo la tela que se utilice. Al final el algodón llega a un almacenamiento en la parte final de la máquina, de donde se sustrae para armar las almohadas. La máquina tiene un motor de 2 caballos (1492 Watts), y trabajará 8 horas diarias por lo tanto consumirá $2 \times 8 \text{ Horas} = 11936 \text{ Wh}$.

La información se toma de una máquina que se encuentra en Ureña Venezuela, la cual, era una maquina hechiza y por ende rustica. Se hicieron análisis para tecnificar la máquina y elaborarla con los requerimientos para la elaboración de las almohadas. De allí se estipularon las dimensiones, compuerta de almacenamiento, rodillos especializados para la sustracción de algodón, y un motor el cual genere la potencia necesaria, para la realización del proceso de trasformación.

Cuadro 45. Maquinaria

Maquinaria o equipo	Características	Imagen
Bacula electrónica	Bacula electrónico \$200.000 Desde 400 gramos hasta 150 kilos	 Fuente: OLX. Bacula electrónica [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://bucaramanga.olx.com.co/bacula-electronica-iid-737259716#galleryContainer>.
Máquina de coser	Máquina de coser “elgin” \$350.000 Máquina de costura la cual cuenta con una aguja larga y puntuda de 5mm a 8mm según su requerimiento. La aguja es utilizada para costuras rectas. La máquina cuenta con un graduador de punta el cual permite realizar 5000 puntadas por minuto y una palanca de retroceso.	 Fuente: OLX. Máquina de Coser [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://bucaramanga.olx.com.co/maquina-de-coser-elgin-iid-737666651>.
Tijeras	Tijeras para cortar tela \$15.000 Diseñadas para cortar material resistente. Tijeras para uso general de acero inoxidable de 7 y media pulgadas con una lámina cerrada y manijas plásticas resistentes. Pueden ser esterilizadas.	 Fuente: OLX. Tijeras [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://medellin.olx.com.co/tijera-corta-todo-iid-711437781>.

Cuadro 45. (Continuación)

Cortadora de tela	Cortadora de tela industrial \$250,000 Corta todo tipo de telas, práctica y de uso manual.	 Fuente: OLX. Cortadora de tela [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://bogotacity.olx.com.co/cortadora-de-tela-industrial-iid-732990663#galleryContainer>.
Máquina selladora	Maquina selladora \$80.000 Utiliza bolsas plásticas para empacar los productos	 Fuente: OLX. Máquina Selladora [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://lacialera.olx.com.co/maquina-selladora-iid-718146060>.
Computador portátil	Computador portátil \$595.000 Características: • Memoria RAM de 4GB • Disco duro de 500GB • Windows 8.1 • Pantalla HD BrightView con retroiluminación LED de 35,6 cm (14") • Procesador de doble núcleo AMD Serie E • Velocidad del procesador de 1,4 GHz • Quemador y lector de DVD • Lector de tarjetas 2 en 1	 Fuente: MERCADO LIBRE. Computador portátil [en línea]. [Citado 20 nov, 2014]. Disponible en Internet: <http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-413086778-computador-portatil-hp-amd-dual-core-de-14-ghz-_JM>

Cuadro 45. (Continuación)

Maquinaria y Equipo	\$ 18.970.000
Equipos de computo	\$ 2.380.000
Muebles y enseres	\$ 1.936.000

Fuente: Elaboración propia.

- **Recurso Insumos**

Cuadro 46. Costo materia prima

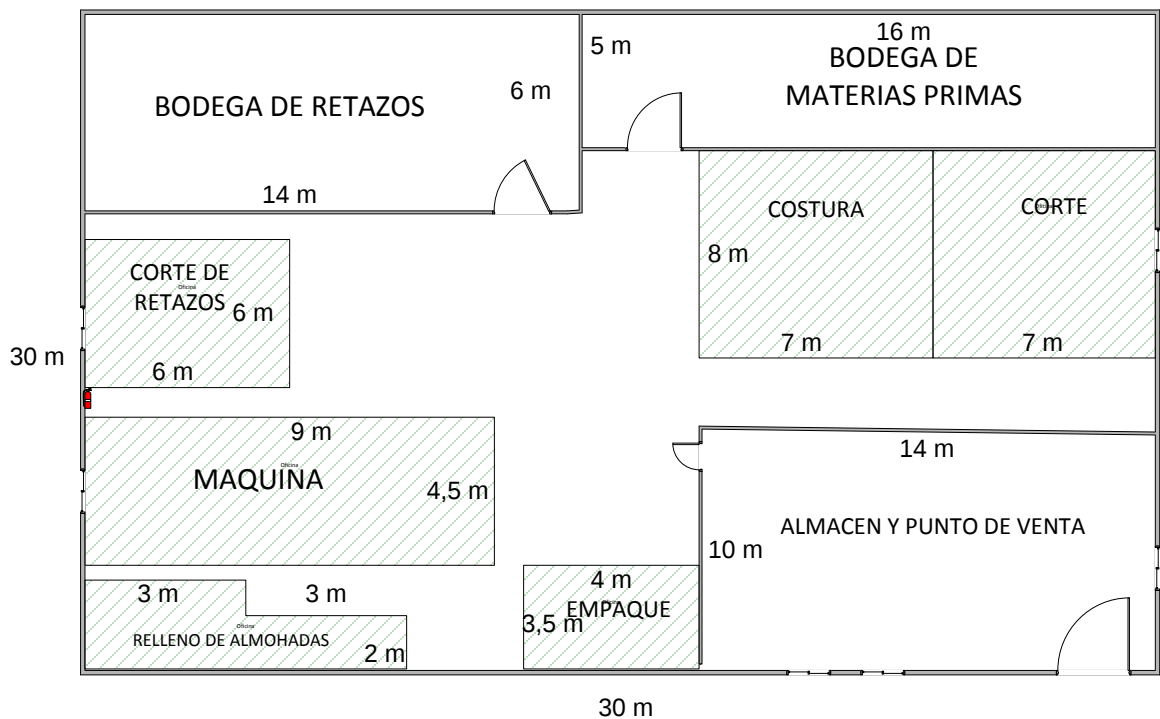
COSTO DE MATERIA PRIMA POR PRODUCTO		
MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO
Algodón	1 kg (un kilogramo)	\$ 404,00
Tela Poli –estireno	50 cm (cincuenta centímetros)	\$ 1.500,00
Espuma rígida de poliuretano	1 kg (un kilogramo)	\$ 45,00
Hilo de cocer ps25/4	2 m (dos metros)	\$ 12,32
Bolsas	1 unidad	\$ 35,00
Total costo de materia prima		\$ 1.996

Fuente: Elaboración propia.

- **Recurso Insumo.** La empresa contará con cuatro operarios, los cuáles ganarán el salario mínimo actual vigente, auxilio de transporte y tendrán los beneficios que la ley exige como prestaciones sociales y aportes.

7.6 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Figura 36. Diseño de la planta



Fuente: Elaboración propia.

Para el diseño de la planta, se tiene en cuenta la distribución de planta por proceso. A partir del estudio de micro localización, se toma el área y dimensiones que tiene el local seleccionado en este procesado, sobre esas medidas se busca, en una manera óptima de distribuir las secciones de trabajo por proceso, buscando que los elementos y maquinarias se encuentren estratégicamente favorables y que los movimientos que conforman el proceso sean pocos y se puedan realizar a menor tiempo posible, logrando eficiencia en el proceso.

7.7 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- El proyecto contiene características, condiciones técnicas y a su vez operativas que lo llevan a cumplir los objetivos propuestos. Realizando los pronósticos de los factores principales se analiza que es factible la realización del proyecto, la demanda es favorable y la capacidad de producción se encuentra en un punto factible, la infraestructura se acopla al proyecto, la maquinaria y equipos requeridos son de fácil acceso y la cantidad de la producción es razonable a la capacidad de la empresa.

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Expone uno de los aspectos más importantes dentro del proyecto. Su estructura administrativa permite la asignación de responsabilidades y funciones para que las personas realicen sus actividades ordenadamente, establece el aspecto legal de la empresa razón y objeto social, permisos y trámites de constitución necesarios, el estudio también incluye una descripción detallada de los costos administrativos.

8.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La legislación comercial Colombiana ha establecido varios tipos de entes o sociedades mercantiles para que las personas realicen sus actividades productivas y comerciales. El tipo de organización que se ha seleccionado es la S.A.S (Sociedad por acciones simplificada).

La S.A.S se constituyó en el tipo societario más utilizado en el país. Debido a su ventajas, entre las que se destaca la reducción de costos; facilitando la actividad empresarial para micro, pequeñas, medianas y grandes.

- Constitución legal Según el estado Colombiano toda empresa debe cumplir los requisitos legales que manifieste el gobierno nacional para el desarrollo de operaciones y actividades comerciales.
- Para este caso se cumplirán requisitos de carácter legal, comercial, de funcionamiento, tributario y laboral donde rigen las empresas creadas.
- Legalización Comercial: Inscripción en el registro mercantil en la Cámara de Comercio.
- Legalización de funcionamiento: En la oficina de planeación municipal se solicita un permiso para el funcionamiento de un nuevo negocio, el cual otorgará y un resultado sobre el manejo y el uso del suelo dónde se ubicará la empresa.
- Legislación tributaria: Son las obligaciones que tiene el nuevo empresario, en desarrollo de actividades, industria, comercio y servicios; por lo cual se debe tramitar el NIT, cuyo procedimiento para su obtención es el siguiente:
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Formulario de inscripción RUT (Registro único tributario).

- Certificado de existencia y Representación legal, expedida por la cámara de comercio.
- Se expide un certificado provisional del número NIT, con las actividades mercantiles, dónde el empresario debe cumplir con las respectivas obligaciones que tiene con la creación de la empresa:
- Impuesto del valor agregado IVA: Tributo exigido por el estado a: comerciantes, productores, importadores, exportadores con respecto a los bienes que se produzcan o comercialicen.
- Retención en la fuente: Todas las personas jurídicas y sociedades deben efectuar retención en la fuente sobre: pagos, abonos, servicios de arrendamientos, comisiones y demás pagos susceptibles para constituir ingresos.
- Los porcentajes son los señalados por la ley a través de los denominados agentes retenedores.
- Impuesto de industria y comercio: En la alcaldía municipal se debe solicitar el formulario de declaración y pago del impuesto de industria y comercio y realizar los pagos anualmente dentro de las fechas o plazos estipulados por la ley.
- Legislación laboral: Se refiere a las prestaciones de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas.

La ley 100 de 1993, ⁶⁵define las prestaciones sociales a cargo del empleador, las cuáles deben ser apropiadas por la nueva empresa.

⁶⁵ ESCOLME. Prestaciones sociales [en línea]. [Citado 8 octubre 2014]. p. 1. Disponible en Internet: <http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/tecnicos_oei/leg_laboral/contenido_u4.pdf>.

Cuadro 47. Prestaciones Sociales

EMPLEADOR	ENTIDADES SEGURIDAD (**)	DE SOCIAL	CAJA COMPENSACIÓN FAMILIAR	DE
Prima de servicios	Enfermedad común			
Calzado y vestido de labor	Maternidad			
Auxilio de Cesantías	Enfermedad profesional			
Intereses sobre cesantías	Accidente de trabajo		Subsidio Familiar	
Descanso remunerado durante la lactancia	Pensiones (vejez, invalidez, muerte)		Subsidio al desempleado	
Vacaciones (*)	Prestaciones por muerte			
Auxilio de transporte (*)	Atención inicial de urgencias			
	Atención al recién nacido			

(*) No son prestaciones sociales, se trata de otros pagos laborales a cargo del empleador.

Fuente: LEGIS. Prestaciones [en línea]. [Citado 8 octubre 2014] Disponible en Internet:

<<http://www.legis.com.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/cartilla%20de%20>>.

❖ Características de la sociedad SAS⁶⁶

- Es una sociedad de capitales
- Pueden estar constituida por una o varias personas (naturales y jurídicas), quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Se crea a través de un documento privado, el cual debe ser autenticado por quienes participan de la misma; también debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.
- Cuenta con un término de duración indefinido y un objeto social indeterminado, lo que significa que la organización podrá realizar cualquier actividad lícita durante el tiempo que lo considere conveniente, expresado y acogido por los asociados de las SAS.

⁶⁶COLOMBIA LEGAL CORPORATION. Sociedades por acciones simplificadas (SAS) y sus ventajas para los emprendedores [en línea]. Nov, 2013 [Citado 8 octubre 2014]. p. 1. Disponible en Internet: <<http://www.colombialelegalcorp.com/sociedades-por-acciones-simplificadas-sas-ventajas-para-emprendedores/>>.

- Su naturaleza siempre será comercial
- Los efectos tributarios se rigen por las reglas aplicadas a las sociedades anónimas tradicionales.
- Las acciones y demás valores que emita la SAS no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores, tampoco negociarse en bolsa.

❖ **Requisitos para conformar una S.A.S de conformidad con la ley 1258 de 2008⁶⁷**

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “Sociedad por acciones simplificada” o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las principales actividades, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos una representación legal.

⁶⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1258. (5, diciembre, 2008) Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas. Diario Oficial. Bogotá D.C, 2008 no. 47.194. 9 p.

❖ **Ventajas por las cuales se escoge esta sociedad**

- Los accionistas sólo serán responsable hasta el monto de sus aportes
- No serán responsables por las obligaciones tributarias o laborales, salvo cuando se demuestren casos de fraude.
- Apropiaada para todo tipo de esquemas societarios.
- Apropiaada para estructurar patrimonios de familia
- Para empresas micro, pequeña, medianas y grandes.
- Útil para la inversión extranjera unilateral, antes se requería mínimo 2 personas.
- Sin límite en el número de los accionistas
- No se requiere la pluralidad para la toma de decisiones

❖ **Observaciones generales**

- Antes de iniciar los trámites para la constitución de la nueva empresa, se debe verificar que no exista otra sociedad matriculada con el mismo nombre. Dicha consulta se puede realizar en la página de Registro Único Empresarial o en las sedes de la Cámara de Comercio.
- Una vez la sociedad esté inscrita y matriculada, se deben inscribir los libros de contabilidad y de actas.
- Cuando las personas nombradas no hayan firmado la escritura de constitución o el documento privado, se debe anexar las aceptaciones de los cargos por escrito, de todas y cada una de ellas, con la fotocopia de identificación.

De acuerdo a la anterior información sobre la sociedad S.A.S esta productora y comercializadora de almohadas ecológicas, recibirá el nombre de “Eco Almohadas S.AS”

8.2 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Cuadro 48. Análisis DOFA

DEBILIDADES Para ser una organización con innovación, hace falta mejorar la tecnología. Falta abrir el mercado como proveer las almohadas a empresas hoteleras u otras en las que necesiten el material.	FORTALEZAS Mantiene una buena relación con la mayoría de los clientes Capacidad para atender grandes demandas
OPORTUNIDADES Aprovechamiento de las necesidades de los clientes, que la empresa pueda atender y la competencia no. Impulso a la conservación del medio ambiente	AMENAZAS Aparición de nuevas tecnologías en el campo de producción. Nuevas empresas que hagan lo mismo

Fuente: Elaboración propia.

8.2.1 Constitución de la empresa

Nombre : Eco Almohadas S.AS.

Tipo de empresa : Comercial

Actividad Económica : Productora y Comercializadora de almohadas ecológicas

Tamaño de la empresa: Pequeña empresa

Procedencia de Capital: Capital privado

Propiedad : Socios

Tipo participación : Acciones simples

Tipo de responsabilidad: Limitada

Representante legal : Liliana Larrotta Barajas

Aportes de los socios: 50 % cada uno de los socios (Para un total de \$50,0000).

8.2.2 Visión y Misión

- **Visión:** En el año 2020 “Eco Almohadas S.A.S”, proyecta ser líder a nivel departamental, reconocida como una empresa amigable con el medio ambiente cumpliendo altos estándares de calidad, comodidad, higiene y frescura, mediante la conquista del mercado implementado estrategias alianza con establecimientos comerciales garantizando el cumplimiento a las necesidades y expectativas de sus clientes.
- **Misión:** La empresa “Eco Almohadas S.AS.” produce y comercializa a nivel departamental almohadas ecológicas de excelente calidad, comodidad y frescura, bajo parámetros de higiene y sanidad, que cumplen con las necesidades y expectativas del mercado de Almohadas ecológicas a través del constante compromiso y principios del talento humano con que cuenta la empresa.

8.2.3 Objetivos. La empresa Eco Almohadas implementará estrategias que le permitan el cumplimiento de sus propuestas a mediano y largo plazo garantizando la mayor satisfacción de sus clientes.

- Generar un crecimiento sostenido de la empresa y clientes por medio de la propuesta ecológica
- Establecer estrategias competitivas en cuanto a precios y valor agregado del producto
- Fortalecer la estructura financiera de la empresa con un crecimiento anual en la producción
- Buscar la mejora continua del servicio y calidad de los productos
- Establecer buenas condiciones de trabajo a los empleados, en un clima laboral agradable.

8.2.4 Políticas

- **Políticas de personal:** En los cargos de producción la empresa optará por personal de la región con el fin de contribuir en la generación de oportunidades a quienes hoy no laboran, además para estos cargos no se requiere experiencia laboral o preparación académica. Los cargos administrativos serán ejecutados por los socios de la empresa.

El reclutamiento del personal para producción se hará de la siguiente manera:

- Avisos publicitarios en la red y periódico

Políticas de compras: Los socios serán encargadas de las compras de insumos necesarios para la producción y comercialización del producto.

- Se procederá a realizar un análisis de los proveedores se seleccionará el más conveniente para el proceso de servicio.
- La forma de pago será de contado
- Toda compra realizada debe ser autorizada por el gerente Comercial
- Las compras de papelería e implementos de aseo y demás las debe realizar el Gerente, buscando el menor costo y calidad, este tipo de compras se llevará a cabo cada tres meses si es requerido.
- Políticas de Ventas: La empresa “Eco Almohadas S.A.S”, se reserva de cancelar cualquier negociación con sus clientes en caso de que el cliente se retrase con su pago o no cumpla con los términos y condiciones acordadas.
- Los pedidos deben contar con órdenes de compra y están sujetas a disponibilidad en almacén.
- Una vez entregado el producto no se aceptan cambios o devoluciones, a menos de que tengan defectos de fabricación en plazo máximo de 15 días.

Políticas de Servicio: Para “Eco Almohadas S.AS” los clientes son lo primordial para el funcionamiento de la empresa, es por ello compromiso de la misma, ofrecer el mejor servicio para mantener la fidelidad y satisfacción de sus clientes.

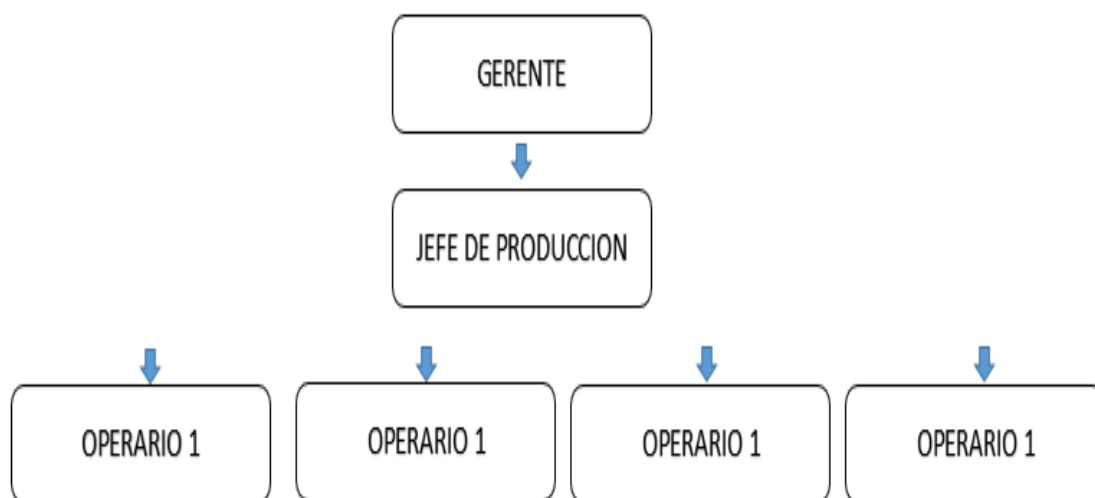
- Los clientes que asistan a la empresa serán recibidos con la mejor atención por parte del servidor encargado garantizando un trato amable.
- La empresa ofrecerá bebidas (Tinto, aromática o agua) a sus clientes.

8.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación se presenta un esquema con los diferentes cargos y niveles, con un diseño lineal, ya que por su tamaño es el modelo que más se adapta.

8.3.1 Organigrama

Figura 37. Organigrama empresa



Fuente: Elaboración propia. (ANEXO D. Descripción y perfil de cargos).

8.3.2 Asignación salarial

Cuadro 49. Asignación salarial “Eco Almohadas S.AS”

CARGO	SUELDO MENSUAL
Gerente	Salario fijo \$1.000.000
Jefe de producción :	Salario fijo \$800.000
Operario de producción 1:	Salario fijo \$616,000
Operario de producción 2:	Salario fijo \$616,0000
Operario de producción 3:	Salario fijo \$616,000
Operario de producción 4:	Salario fijo \$616,000

Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, La seguridad Social se define con base en lo estipulado por la ley, así:

Cuadro 50. Prestaciones sociales

CONCEPTO	PORCENTAJE
Cesantías	8,33%
Interés cesantías	1%
Vacaciones	4,17%
Prima	8,33%
Parafiscales	9%
Salud y pensión	20,50%
CONCEPTO	PORCENTAJE
Riesgos profesionales	2,44%
Dotación	7%
Factor prestacional	60,76%

Fuente: Página Oficial del Ministerio de Trabajo

8.4 CONCLUSIONES SOBRE VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

Después de haber realizado el estudio administrativo se puede concluir lo siguiente:

- En la ciudad de Bucaramanga se encuentra el personal necesario para el buen funcionamiento de la empresa.
- El organigrama está diseñado de acuerdo, a las operaciones internas y externas que conllevan, la fabricación de un producto en óptimas condiciones
- Se le asignó un salario digno a cada uno de los contratos a términos fijos con excepción del gerente, quién tendrá una responsabilidad mayor, en el direccionamiento de la empresa.

9. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero, teniendo en cuenta la información anteriormente mencionada, se determinará la viabilidad del proyecto, según algunos criterios de evaluación tales como: El Valor presente neto, TIR, relación costos beneficios y periodo de recuperación de la inversión.

La empresa contará con cuatro operarios de producción, un jefe de producción y un gerente.

Los operarios ganarán el salario mínimo actual vigente (\$616.000) + los factores prestacionales por ley.

El jefe de producción ganará (\$1.500.000) + los factores prestacionales por ley.
El gerente ganará (\$1.000.000) + los factores prestacionales por ley.

La empresa se acoge a los aumentos del salario que anualmente estipula la ley (4.5%).

La estructura financiera de la empresa estará dividida en 30% de la deuda a bancos y 70% capital de los socios. Se tiene en cuenta que un banco presta hasta un 40% a empresas sólidas y con trayectoria, por ende se aspira a un 30% de préstamo.

El capital de trabajo, se calcula para 3 meses teniendo en cuenta que en este tiempo demora la producción, la venta y la recuperación. Este principio se aplica para los gastos de administración y de ventas.

El precio de las almohadas para la venta es de \$7.800 reflejando una utilidad bruta de \$2.770, debido que la almohada tiene un costo de \$5.030.

Cuadro 51. Estado de resultados

ECOALMOHADAS
ESTADO DE RESULTADOS (PS)

Período	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ventas	134.784.000	219.721.632	358.187.631	428.203.329	558.443.682	788.989.674
Costo Mercancía Vendida	165.973.867	168.665.506	270.961.704	319.525.973	419.627.551	585.993.096
Utilidad Bruta	-31.189.867	51.056.126	87.225.927	108.677.356	138.816.131	202.996.578
Gastos de Administración	37.047.840	38.848.886	40.709.317	42.701.049	44.682.694	46.802.629
Gastos de Ventas	840.000	873.600	908.544	944.886	982.681	1.021.988
Utilidad Oper. antes de Depre y Amort.	-69.077.707	11.333.639	45.608.066	65.031.421	93.150.756	155.171.960
Gasto de Depreciación	3.077.533	3.077.533	3.077.533	2.284.200	2.284.200	1.897.000
Gasto de Amortización	800.000	1.448.960	5.948.416	5.948.416	5.948.416	5.148.416
Utilidad Operativa	-72.955.240	6.807.146	36.582.117	56.798.805	84.918.140	148.126.544
Ingresos no Operacionales	1.347.840	2.197.216	3.581.876	4.282.033	5.584.437	7.889.897
Gastos no Operacionales	2.546.190	2.529.614	4.099.308	4.808.653	6.328.181	8.845.845
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	-74.153.590	6.474.748	36.064.686	56.272.186	84.174.396	147.170.596
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	3.393.263	3.236.081	3.232.050	2.885.776	2.703.562	3.155.959
Intereses	2.371.518	1.950.149	1.477.088	945.993	349.744	0
Comisión Fondo de Garantías	482.609	407.045	322.211	226.969	120.043	0
Impuesto del 4*1000	539.136	878.887	1.432.751	1.712.813	2.233.775	3.155.959
Gastos Bancarios	0	0	0	0	0	0
Utilidad antes de Impuestos	-77.546.853	3.238.667	32.832.636	53.386.410	81.470.834	144.014.638
Impuesto de Renta	0	1.068.760	10.834.770	17.617.515	26.885.375	47.524.830
Utilidad/Perdida Neta	-77.546.853	2.169.907	21.997.866	35.768.895	54.585.459	96.489.807
Reserva Legal	0	216.991	2.199.787	3.576.889	5.458.546	9.648.981
Utilidad/Perdida Neta despues de Reserva Le	-77.546.853	1.952.916	19.798.079	32.192.005	49.126.913	86.840.827

Fuente: Elaboración propia.

En el estado de resultados, se puede analizar que para el primer año se tendran perdidas de \$77.546.853. En el segundo año no se obtiene mucha utilidad neta despues de reserva legal, pero no habran perdidas; el año dos refleja utilidades netas despues de reserva legal de \$1.952.916.

En cuanto a la ventas, la empresa ecoalmohadas presenta para el primer año \$134.784.000 y se pronostica un crecimiento directamente proporcional a los indicadores de la economia Colombiana.

Los gastos administrativos para el primer año son de \$37.887.840 y van creciendo en un porcentaje estimado, cada año.

Para el quinto año se analiza una utilidad neta de \$54.585.459.

Cuadro 52. Balance general

ECOALMOHADAS
BALANCE GENERAL (PS)

Periodo	Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ACTIVOS							
Caja (Días de Ventas)		1872000	3051689	4974828	5947268	7756162	10958190
Bancos	44650787	-22753555	-24202473	-5582154	42268513	113496834	244938839
Inversiones Temporales		0	0	0	0	0	0
Cuentas x Cobrar a Clientes		0	0	0	0	0	0
Inventarios		3772133	3747577	6073048	7123930	9375082	13104955
Otras Activos Corrientes		1347840	2197216	3581876	4282033	5584437	7889897
Total Activos Corrientes	44650787	-15761581	-15205991	9047599	59621745	136212516	276891880
Inversiones Permanentes							
Propiedad Planta y Equipo (Neto)	23286000	20208467	17130933	14053400	11769200	9485000	7588000
Propiedad Planta y Equipo	23286000	23286000	23286000	23286000	23286000	23286000	23286000
Depreciación Acumulada		-3077533	-6155067	-9232600	-11516800	-13801000	-15698000
Activo Diferido (Neto)	4000000	3200000	4995840	21544704	15596288	9647872	4499456
Activos Diferidos	4000000	4000000	7244800	29742080	29742080	29742080	29742080
Amortización Acumulada (Diferidos)		-800000	-2248960	-8197376	-14145792	-20094208	-25242624
Capital Intelectual	0	0	0	0	0	0	0
Capital Intelectual	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Acumulada (Capital Intelectual)		0	0	0	0	0	0
Activos no Corrientes Netos	27286000	23408467	22126773	35598104	27365488	19132872	12087456
Total Activos	71936787	7646885	6920783	44645703	86987233	155345388	288979336
PASIVOS							
Préstamos de Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar a Proveedores	0	14145500	14053412	22773931	26714738	35156559	49143581
Impuestos por Pagar	0	0	1068760	10834770	17617515	26885375	47524830
Otras Cuentas por Pagar de Corto Plazo	0	2546190	2529614	4099308	4808653	6328181	8845845
Total Pasivo de Corto Plazo	0	16691690	17651787	37708009	49140906	68370114	105514256
Préstamos de Largo Plazo	21936787	18502048	14645942	10316775	5456512	0	0
Total Pasivos	21936787	35193738	32297729	48024783	54597418	68370114	105514256
PATRIMONIO							
Capital Social	50000000	50000000	50000000	50000000	50000000	50000000	50000000
Reservas del periodo	0	0	216991	2199787	3576889	5458546	9648981
Reservas Acumuladas	0	0	0	216991	2416777	5993667	11452213
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	-77546853	-75593937	-55795857	-23603852	25523061
Resultado del Ejercicio	0	-77546853	1952916	19798079	32192005	49126913	86840827
Total Patrimonio	50000000	-27546853	-25376946	-3379080	32389815	86975273	183465081
Total Pasivo + Patrimonio	71936787	7646885	6920783	44645703	86987233	155345388	288979336

Fuente: Elaboración propia.

La inversión en maquinaria para la empresa de almohadas es de \$18.970.000. Se invertirá \$1.936.000 en muebles y enseres. En material de cómputo se destinara 2.380.000.

Para el año de inicio en los activos corrientes y no corrientes serán de \$71.936.787

Mientras que el patrimonio refleja el aporte de los socios los cuales son de \$50.000.000.

Se realizara un préstamo al banco por cinco años con un valor de \$21.936.787.

Cuadro 53. Flujo de caja libre

ECOALMOHADAS Flujo de Caja Libre (PS)							
Periodo	Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Utilidad Operativa	0	-72.955.240	6.807.146	36.582.117	56.798.805	84.918.140	148.126.544
Impuestos	0	0	2.246.358	12.072.099	18.743.606	28.022.986	48.881.760
NOPLAT	0	-72.955.240	4.560.788	24.510.018	38.055.200	56.895.153	99.244.785
Depreciaciones y Amortizaciones	0	3.877.533	4.526.493	9.025.949	8.232.616	8.232.616	7.045.416
Flujo de Caja Bruto	0	-69.077.707	9.087.281	33.535.968	46.287.816	65.127.769	106.290.201
Variación de Capital de Trabajo	44.650.787	-54.350.503	1.044.412	-14.422.951	-8.709.418	-13.866.759	-27.906.781
Inversiones en Propiedad Planta y Equipo	23.286.000	0	0	0	0	0	0
Inversión en Otros Activos de Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0
Inversión en Diferidos	4.000.000	0	3.244.800	22.497.280	0	0	0
Flujo de Caja Libre	(\$71.936.787)	(\$14.727.203)	\$4.798.069	\$25.461.639	\$54.997.234	\$78.994.528	\$134.196.982

Fuente: Elaboración propia.

En sus inicios la empresa de almohadas, registra una pérdida de \$71'936,000, representando la inversión inicial, en ese momento la empresa aún no tiene ventas, por lo tanto no hay entradas.

La utilidad operativa en el año 1 representa un valor negativo, debido a que el costo de la materia prima, es mayor a las ventas realizadas.

A partir del segundo año se registran utilidades en la empresa y se empieza ahí la recuperación de la inversión, gracias a las estrategias de penetración del mercado, incrementando el volumen de las ventas, dejando reflejado en el flujo de caja libre en el año 4 un valor aproximado de \$54'997,000

Cuadro 54. Cálculo de la tasa de descuento

CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO (WACC)	19,36%
CAPM = Rf + Riesgo del Proyecto	24,25%
Rf (TES a Cinco Años)	5,30%
Riesgo del Proyecto	18,0%
Costo de la Deuda	12,27%
Costo de la deuda menos impuesto	8,22%
% DEUDA	30%
% CAPITAL PROPIO	70%

Fuente: Elaboración propia.

Para hallar el WACC o costo de capital promedio ponderado se utiliza el capital aportado por los accionistas, cuál representa el 70% (\$50'000.000) y la deuda financiera contraída que representa un 30% (21'936.787), reflejando una tasa de descuento de 19,36%. Valor que está por debajo de la tasa interna de retorno que puede alcanzar el proyecto.

Cuadro 55. VPN, TIR, TIRM

VPN	\$279.757.404
T.I.R.	29,83%
T.I.R.M.	27,18%
Periodo de recuperación inversión - PRI- (años)	5,11
Relación Beneficio / Costo (R B/C)	1,56
Punto de Equilibrio en Unidades	15.898
Precio mínimo de venta	6.665

Fuente: Elaboración propia.

El valor presente neto residual de la empresa a un tiempo mayor de 30 años es de \$279'757.404.

La tasa interna de retorno que tiene el proyecto es de 29,83% asegurando su viabilidad.

El precio mínimo de venta de una almohada es de \$6.665, valor en el cual no hay pérdidas ni ganancias para la empresa.

El periodo de recuperación de la inversión se refleja en el 5 año.

El punto de equilibrio en unidades es igual a 15.898 es decir en ese momento no habrán ni pérdidas ni ganancias.

10. CONCLUSIONES

- Teniendo en cuenta la demanda cuantificada es posible visualizar un futuro optimista para el nacimiento del nuevo producto: Almohadas de algodón extraído de los retazos de tela, pues se contará con los recursos necesarios para la fabricación y comercialización del mismo. Resulta atractivo el porcentaje de probabilidad de consumo para las almohadas, 93,93% el cual constituye un compromiso por responder a los posibles consumidores con un producto que cumpla sus expectativas.
- Según el análisis realizado técnicamente, fue posible desarrollar y conocer las principales características que conllevan al proceso de producción de las almohadas, la selección de la maquinaria y equipo. La ubicación de la empresa está en un punto equidistante en la ciudad el cual se encontró utilizando la herramienta de macro localización, para facilitar su distribución y cumplimiento hacia los clientes y fácil compra de materias primas a proveedores.
- Financieramente el proyecto se considera viable porque la proyección de indicadores como La Tasa Interna de Retorno (TIR), se calculó en 29,83%, valor positivo que se encuentra dentro del rango recomendado para determinar la rentabilidad del producto. Este valor es mayor a la tasa de descuento.
- Con la creación de la empresa ECOALMOHADAS, se logra la reutilización de la materia prima, disminuyendo aproximadamente en 38 toneladas al año de residuos sólidos

11. RECOMENDACIONES

- “Eco Almohadas S.A.S” debe dirigir sus esfuerzos hacia la selección de proveedores de sus insumos que cumplan con los requisitos en el despacho de los mismos y precios favorables para las dos partes.
- Igualmente, cumplir con las normas exigidas por el INVIMA, en cuanto a la manipulación de material reutilizado, buenas prácticas de manufactura, implementación de procedimientos funcionales y evitar al máximo errores que puedan afectar el desarrollo normal de las operaciones interiores y exteriores de la empresa.
- Es responsabilidad de todos los colaboradores de “Eco Almohadas S.A.S”, velar por la el cumplimiento, seguridad, confidencialidad y buenas prácticas hacia todos los procesos con el fin de mantener un ambiente propicio para el buen funcionamiento de la empresa, generando un producto que cumpla con las normas y reglamentos establecidos.
- Administrar el proceso de servicio al cliente mediante la medición de su satisfacción así como la información de Quejas/Reclamos, peticiones y sugerencias, haciendo el respectivo seguimiento a su tratamiento y respuesta. Teniendo en cuenta que en una empresa se deben corregir a tiempo los inconvenientes con la firme disposición de mejoramiento continuo.
- La empresa ECO Almohadas, debe dirigir sus esfuerzos a su segundo canal de comercialización en este caso, los almacenes de muebles, ya que son parte fundamental para el futuro crecimiento de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO - COLOMBIA, Indicadores económicos de Santander. (Diciembre, 2013). Bucaramanga: Febrero de 2014. 1. p.

CARBALLAL DEL RÍO, Esperanza. Productividad, conceptos modernos de productividad [en línea] el prisma [Citado el 3 de diciembre de 2009] Disponible en internet
<http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/productividadconceptos/>.

CGP+L, Centro Guatemalteco de Producción más Limpia. Guía de Buenas Prácticas Ambientales para el Sector Textil de Guatemala. Guatemala: CGP+L, Agosto del 2008. 46. p.

CLASES HISTORIA. El sector textil [en línea]. [Citado el 14 de abril de 2014]. Disponible desde internet en
<<http://www.claseshistoria.com/revolucionindustrial/sectortextil.htm>>.

COLOMBIA, ministerio de protección social. Decreto número 1772 (3 de agosto de 1994). Por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al sistema general de riesgos profesionales. Diario oficial No. 41477. Bogotá D.C, 1994. p.1.

COLOMBIA, ministerio de protección social. Resolución 02013 (6 de junio de 1986). Por la cual se reglamenta la organización y funcionamiento de los Comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial en los lugares de trabajo. Bogotá D.C, 1986. p.1.

COLOMBIA, Ministerio de Protección Social. Resolución 1016 (31 de marzo de 1989). Por la cual se reglamenta la organización, funcionamiento y forma de los Programas de Salud Ocupacional que deben desarrollar los patronos o empleadores en el país. Bogotá D.C, 1989. p.1.

COLOMBIA, Ministerio de Protección Social. Resolución 6398 (20 de diciembre de 1991). Por la cual se establece procedimientos en materia de salud ocupacional. Bogotá D.C, 1991. p.1.

COLOMBIA, Presidencia de la república. Decreto número 1607 (31 de julio de 2002). Por el cual se modifica la tabla de clasificación de actividades económicas para el sistema general de riesgos profesionales y se dictan otras disposiciones. Diario oficial No. 44892. Bogotá D.C, 2002. p.1.

COLOMBIA. Congreso de Colombia. Ley 1014 (2006). Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1192 de 2009. De fomento a la cultura del emprendimiento. Diario oficial 46.164. Bogotá D.C, 2006. 12. p.

COLOMBIA. Ministerio de trabajo y seguridad social. Decreto número 1832 (3 de agosto de 1994). Por el cual se adopta la Tabla de Enfermedades Profesionales. Diario oficial No. 41473. Bogotá D.C, 1994.1. p12.

COLOMBIA. Presidencia de la república. Decreto número 1346 (2009). Por el cual se reglamenta la integración, la financiación y el funcionamiento de las Juntas de Calificación de Invalidez. Diario oficial No. 47427. Bogotá D.C, 2009. p.1.

CORDERO, Mario. Las 7 “P” del mercadeo digital [en línea]. Revista Data. [Consultado 14 de Marzo de 2014]. Disponible desde internet en <<http://revistadata.export.com.gt/2013/11/las-7-p-del-mercadeo-digital/>>.

DANE - COLOMBIA, Comunicación de prensa: Producto interno bruto – primer trimestre de 2013 (20, junio, 2013). Bogotá: Oficina de prensa DANE, junio 20 de 2013. 16. p.

DANE - COLOMBIA, ICER - Informe de Coyuntura Económica Regional Santander (2012). Bucaramanga: DANE - Banco de la república, Agosto de 2013. 93. p.

DOSA LÓPEZ, Elizabeth; y ROJAS SILVA, Laura Ximena. Estudio para la elaboración de materiales compuestos de resina poliéster reforzada con telas de algodón post –Consumo. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 2012. p. 43.

ECONOMIA48. Demanda [en línea]. [Citado el 14 de abril del 2014]. Disponible en internet: < <http://www.economia48.com/spa/d/demanda/demanda.htm> >.

ECONOMIA48. Teoría de la localización [en línea]. [Citado el 10 de abril de 2014]. Disponible desde internet en <<http://www.economia48.com/spa/d/localizacion-teoria-de-la/localizacion-teoria-de-la.htm>>.

E-CONOMIC. Definición de proveedor [en línea]. [Citado el 20 de abril del 2014]. Disponible en internet < <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor> >

EMPRENDE PYME. ¿Qué es un presupuesto? [En línea]. [Citado el 12 de Abril de 2014]. Disponible desde internet <<http://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>>.

FERNANDEZ, Sánchez. Canales de Comercialización [en línea]. Agosto de 2010. [Citado el 14 de abril de 2014]. Disponible desde internet en <<http://francofernandezsanchez.blogspot.com/2010/08/canales-de-comercializacion.html>>.

FERNÁNDEZ, Solero Amador; ROMANO APARICIO, Javier; y CERVERA OLIVER, Mercedes. Balance [en línea] [Citado el 12 de Marzo de 2014]. Disponible desde internet en <<http://www.contabilidad.tk/balance-122.htm>>

GALEON.com. Estado de Pérdidas y Ganancias (P y G) y su explicación [en línea]. [Citado el 12 de Marzo de 2014]. Disponible desde internet en < <http://contanegocios.galeon.com/PyG.htm>>.

GERENCIE. Creación de empresas; ¿de dónde surgen las ideas para establecerlas? [En línea]. [Citado el 23 de Julio de 2014]. Disponible desde internet en <<http://www.gerencie.com/creacion-de-empresas-de-donde-surgen-las-ideas-para-establecerlas.html>>.

GERENCIE. Precio [en línea]. [Citado el 10 de abril de 2014]. Disponible desde internet en <<http://www.gerencie.com/precio.html>>.

HERNÁNDEZ SAMPIERE, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; y BAPTISTA

LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación. 5 ed. Mc Graw Hill, 2010. p.178.
INTERCONSULTING GROUP. Capacidad instalada vs. demanda [en línea].
[Citado el 14 de abril del 2014]. Disponible en internet
<<http://hondublog.wordpress.com/2010/05/10/capacidad-instalada-vrs-demanda/>>.

MARIMON, Frederic; y CASADESÚS, Martí. ¿La ISO 9000 seguirá siendo válida en la nueva era de la gestión de la calidad? EN: Revista DYNA ingeniería e industria. 2006. p 11-14.

MIRANDA M., Juan J. Gestión de proyectos. 4 ed. Bogotá: MM Editores Mayo, 2004. 436 p.

MORALES, Hollmann. A puro pulso. Bogotá: Círculo de Lectores, 1996. 250. p

OLLÉ, Montserrat; PLANELLAS, Marcel; MOLINA, Jordi; TORRES, Diego; JOAN M, Alfonso; HUSENMAN, Samuel; SEPÚLVEDA, Pedro; e IGNACIO, Mur. El plan de empresa, cómo planificar la creación de una empresa. España: Marcombo, 1997. p.3.

PROEXPORT COLOMBIA. El sector textil- confección en la era del reciclaje [en línea]. [Citado el día 17 de julio de 2014]. Disponible en internet: <proexport.com.co/sites/default/files/EL_SECTOR_TEXTIL_CONFECCION_EN_LA_ERA_DEL_RECICLAJE_0.pdf>.

QUINTERO, Félix Leonardo. Cifra de pobreza en Bucaramanga genera polémica. En: El tiempo. Bucaramanga. 13, junio, 2012. 1. p

SÁNCHEZ MELO, Beyanira; y TORRES JIMÉNEZ, Magda. Creación de una empresa de fabricación y comercialización de productos textiles para el hogar. Bogotá: Universidad EAN, 2013. 84. p

SECTORIAL, Portal Financiero, Económico Y Empresarial. Historia del Negocio Textil en Colombia [en línea]. 3 de Diciembre de 2011. [Citado el 14 de abril de 2014]. Disponible en internet
<https://www.sectorial.co/index.php?option=com_content&view=article&id=186:historia-del-negocio-textil-en-colombia&catid=40:informes-especiales&Itemid=208>.

URBANO, David; PULIDO, David Urbano; GARRIDO, Nuria Toledano. Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: Editorial UOC, 2008. 202. p

ANEXOS

ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALMOHADAS A BASE DE ALGODÓN EXTRAÍDO DE LOS RETAZOS DE TELA EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA

Fecha de realización de la encuesta (DD/MM/AA)

--	--	--	--	--	--

Encuestador _____

Encuestado/a n°

--	--	--

1. Datos de la persona encuestada

1.1. Nombre _____ Apellidos _____

De acuerdo a lo establecido en el artículo 43, párrafo tercero de la constitución Nacional se debe asegurar la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros, bancos de datos, u otros medios técnicos de tratamiento de datos sean estos públicos o privados destinados a dar informes para garantizar el derecho al honor y a la intimidad de las personas

☐☐

1.2. Sexo Hombre Mujer

1.3. ¿De los siguientes rangos de edad elija a cuál pertenece?

a. 18-30

b. 31-43

c. 44-56

d. 56-68

1.4 Estado Civil

a. Soltero

b. Casado

c. Divorciado (a)

d. Viudo (a)

ANEXO A. (Continuación)

1.5 De las siguientes categorías ¿A qué estrato pertenece?

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

La información obtenida anteriormente no será utilizada para finalidades distintas o incompatibles con el Estudio de mercados del proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice almohadas con material extraído a base de los retazos de tela, de los estudiantes de Ingeniería Industrial de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga Iván Olaya Moreno y Liliana Larrotta, por lo cual los datos suministrados serán destruidos una vez dejen de ser necesarios o pertinentes para dicho estudio.

2. ¿Vive usted en la Ciudad de Bucaramanga o su área metropolitana?

a. Si _____ ¿Dónde? _____

b. No _____

Si la respuesta es NO, se abandona la encuesta, de lo contrario se continua.

3. ¿La mayoría del tiempo utiliza almohada al tomar un descanso?

a. Si _____ b. No _____

Si la respuesta es NO, se abandona la encuesta, de lo contrario se continua.

4. ¿Cuál de los siguientes materiales prefiere para relleno de su almohada?

a. Poliéster

b. Algodón

c. Plumas

d. Espuma

e. Otro: ¿Cuál? _____

5. ¿Cada cuánto tiempo cambia su almohada?

a. Semestral

b. Anual

c. Cada dos años

d. Otro: ¿Cuál? _____

6. ¿Dónde compró su última almohada?

a. En los centros comerciales

b. Almacenes de muebles

c. Almacenes de cadena

d. Puntos de fábrica

e. Otro : _____

ANEXO A. (Continuación)

7. ¿Cuántas almohada compró la última vez?

8. ¿Está Usted dispuesto a usar una almohada elaborada con algodón extraído de los retazos de tela?

a. Si

b. No

Sí la respuesta es no Justifique ¿Por qué?

9. ¿Cuánto estaría Usted dispuesto (a) a pagar por una almohada a base de algodón extraído de retazos de tela? (en miles de pesos)

a. 10 -15

b. 16-20

c. 21-25

d. 26-30

e. Otro ¿Cuál? _____

10. ¿Cuál de los siguientes instrumentos de divulgación del lanzamiento de nuevos productos?

a. Radio

b. Televisión

c. Volantes

d. Internet

e. Prensa

f. Otro ¿Cuál? _____

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDAS A EMPRESAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA INGNIERIA INDUSTRIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS EMPRESAS DE CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

OBJETIVO: Recopilar información que permita el estudio para analizar la creación de una empresa dedicada a la producción de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana realizada por estudiantes de Ingeniería Industrial de VIII semestre

Fecha de realización de la entrevista (DD/MM/AA)

Entrevistador

Entrevistado n°

1. Datos de la empresa

1.1. Nombre del establecimiento

1.2. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?

- a. 0 año -2 años
- b. 3 años-5 años
- c. 6 años-8 años
- d. 9 años-11años
- e. Otro ¿Cuál?

2. ¿Cuál cree usted que es el factor diferenciador de su empresa frente a otras de la región? Múltiple respuesta

- a. Diseño
- b. Precio
- c. Calidad de insumos
- d. Eficiencia en el proceso de producción
- e. Otro ¿Cuál?

3. Ofrece crédito a sus clientes

- a. Si
- b. No

ANEXO B. (Continuación)

4. ¿Sabe usted en cifras qué cantidad de desperdicio de tela que se producen en su empresa a diario?

- a. Si
- b. No

Si contesta no, se procede a la pregunta número 6

5. ¿Qué cantidad de desperdicios de tela se producen en su empresa a diario?

6. ¿Cuál es la tela que más se desperdicia en su empresa?

7. ¿Qué acostumbra hacer con los desperdicios (retazos de tela), que quedan en su empresa después del proceso de producción?

- a. Se venden
- b. Se reciclan
- c. Se desechan
- d. Se regalan
- e. Otro ¿Cuál?

8. ¿Con qué frecuencia?

9. ¿Conoce alguna institución que se encargue de comprar o reciclar retazos de tela?

- a. Si ¿Cuál? _____
- b. No

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO C. FORMATO DE ENCUESTA DE OBSERVACIÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL BUCARAMANGA DIVISIÓN DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA INGNIERIA INDUSTRIAL

INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN A LOS ALMACENES DE MUEBLES Y ALMACENES DE CADENA DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA.

OBJETIVO: Recopilar información que permita el estudio para analizar la creación de una empresa dedicada a la producción de almohadas a base de algodón extraído de los retazos de tela en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana realizada por estudiantes de Ingeniería Industrial de VIII semestre

Fecha de realización de la observación:

Persona encargada de la realización:

Nombre del establecimiento:

Dirección:

1. ¿Hay promociones de almohadas en el momento?

a.

Si

¿Cuál? _____

b. No

2. ¿Qué tipos de almohadas venden?

a. Algodón

b. Espuma

c. Poliéster

d. Plumas

e. Otro ¿Cuál? _____

3. ¿Qué características especiales tienen las almohadas de algodón?

4. ¿Precio de venta de las almohadas de algodón?

a. \$5,000-\$10,000

b. \$11,000-\$15,000

c. \$16,000-\$20,000

d. \$21,000-\$25,000

e. Otro valor ¿Cuál? _____

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO D. DESCRIPCIÓN Y PERFIL

1. Descripción y perfil del cargo de Gerente

Cuadro 1. Descripción y perfil del cargo de Gerente

GERENTE	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	Gerente
JEFE INMEDIATO	Junta de socios
OBJETIVO GENERAL	Liderar, dirigir y organizar el desarrollo de actividades de la empresa, para la cual fue creada buscando una mejora continua para el alcance de metas.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Dirigir la ejecución de cada una de las tareas que garanticen el cumplimiento de la misión de la empresa. • Diseñar estrategias para la recuperación general de la cartera	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Profesional titulado en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Gestión Empresarial o áreas afines.
EXPERIENCIA	Dos años de experiencia en manejo de personal, preferiblemente en el área gerencial.
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Liderazgo • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Fluidez verbal	
RESPONSABILIDADES	
• Supervisar la prestación de un buen servicio por parte del personal, • Verificar el cumplimiento de los horarios de trabajo, de la buena presentación del personal; velar por un ambiente sano y armónico de trabajo • Mantener los departamentos que conforman la empresa como un solo sistema para su buen funcionamiento	

ANEXO D. (Continuación)

2. Descripción y perfil del cargo de asistente administrativo

Cuadro 2. Descripción y perfil del cargo de asistente administrativo

ASISTENTE ADMINISTRATIVA	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	Secretaría
JEFE INMEDIATO	Gerente
OBJETIVO GENERAL	Realizar gestiones administrativas de facturación, correspondencia y datos contables sobre la venta de almohadas ecológicas.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Elaborar informes para la Gerencia de la cartera asignada • Servicio al cliente con el fin de solucionar dudas, reclamos, liquidaciones de deudas y autorización de acuerdos de pago. • Atender las llamadas telefónicas para brindar información y solucionar inquietudes	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Técnica en secretariado ejecutivo. Buen manejo en herramientas tecnológicas :Word, Excel, Power Point, etc.
EXPERIENCIA	Dos años de experiencia en cargos similares
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Fluidez verbal • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Responsabilidad • Recursividad • Realización de cálculos aritméticos	
RESPONSABILIDADES	
• Mantener en orden los equipos de oficina • Cuidado en el manejo de información (Confidencial) • Manejo de relaciones interpersonales	

ANEXO D. (Continuación)

3. Descripción y perfil del cargo jefe de producción

Cuadro 3. Descripción y perfil del cargo jefe de producción

JEFE DE PRODUCCIÓN	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	Jefe de producción
JEFE INMEDIATO	Gerente
OBJETIVO GENERAL	Coordinar los procesos propios en la elaboración de almohadas ecológicas.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Controlar el manejo de insumos en la elaboración del producto • Mantener el control de calidad en las almohadas ecológicas • Entregar soluciones a posibles problemas en la parte de la producción	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Profesional titulado en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas
EXPERIENCIA	Dos años de experiencia en cargos similares
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Conocimiento en los tiempos y procesos de elaboración de almohadas • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Recursividad	
RESPONSABILIDADES	
• Supervisar el buen funcionamiento de las maquinas • Vigilar la transformación de insumos y materiales en el producto • Entregar el producto con las especificaciones y requisitos necesarios.	

ANEXO D. (Continuación)

4. Descripción y perfil del cargo Jefe de ventas y compras

Cuadro 4. Descripción y perfil del cargo Jefe de Ventas y Compras

JEFE DE VENTAS Y COMPRAS	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	Jefe de ventas y compras
JEFE INMEDIATO	Gerente
OBJETIVO GENERAL	Coordinar las compras y ventas de almohadas ecológicas.
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Controlar el manejo de insumos en la elaboración del producto • Mantener el control de calidad en las almohadas ecológicas • Entregar soluciones a posibles problemas en la parte de la producción	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Profesional titulado en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas
EXPERIENCIA	Dos años de experiencia en cargos similares
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Conocimiento en los tiempos y procesos de elaboración de almohadas • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Recursividad	
RESPONSABILIDADES	
• Supervisar el buen funcionamiento de las maquinas • Vigilar la transformación de insumos y materiales en el producto • Entregar el producto con las especificaciones y requisitos necesarios.	

ANEXO D. (Continuación)

5. Descripción y perfil de Operarios

Cuadro 5. Descripción y perfil de Operarios

OPERARIO	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	De producción
JEFE INMEDIATO	Jefe de producción
OBJETIVO GENERAL	Realizar el proceso necesario para la elaboración de las almohadas ecológicas
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Recibir los insumos para la elaboración de almohadas • Operar la maquina utilizada para el proceso de transformación del insumo • Mantenimiento, aseo y limpieza del área de producción • Entregar el material a la cocedora • Trasladar los insumos a su área de trabajo •	
ESPECÍFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Bachiller
EXPERIENCIA	Experiencia en manejo de máquinas industriales
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Recursividad • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Eficiente	
RESPONSABILIDADES	
• Entrega oportuna del material a la siguiente etapa del proceso • Manejo de información confidencial • Cuidado de insumos y maquina	

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO D. (Continuación)

6. Descripción y perfil de Operario 2

Cuadro 6. Descripción y perfil de Operario 2

OPERARIO	
I.IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ESPECÍFICO	De producción
JEFE INMEDIATO	Jefe de producción
OBJETIVO GENERAL	Realizar el proceso necesario para la elaboración de las almohadas ecológicas
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
• Recibir los insumos para la elaboración final de almohadas • Operar la maquina utilizada para el proceso de transformación del insumo • Mantenimiento, aseo y limpieza del área de producción • Entregar el material a la cocedora • Trasladar los insumos a su área de trabajo •	
ESPECÍFICACIONES DEL PUESTO	
EDUCACIÓN	Bachiller
EXPERIENCIA	Experiencia en manejo de máquinas industriales
HABILIDADES Y DESTREZAS	
• Recursividad • Buenas relaciones interpersonales • Iniciativa • Eficiente	
RESPONSABILIDADES	
• Entrega oportuna del material a la siguiente etapa del proceso • Manejo de información confidencial • Cuidado de insumos y maquina	

ANEXO E. TRABAJO DE CAMPO





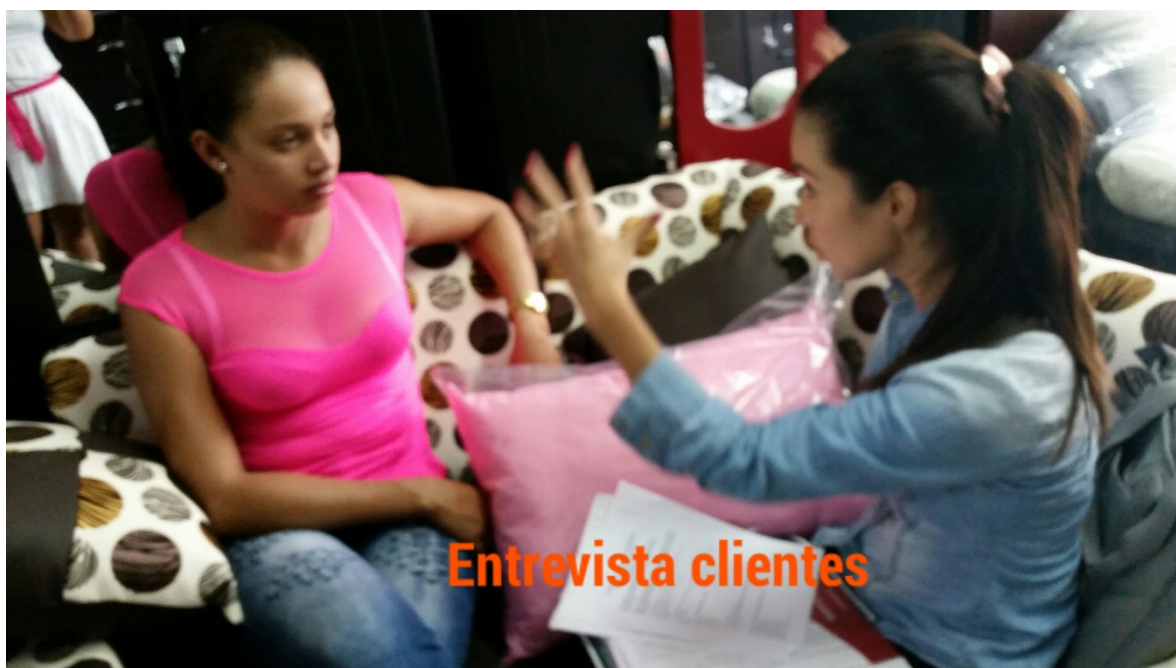
ANEXO E. (Continuación)





ANEXO E. (Continuación)





Fuente: Elaboración propia.

ANEXO F. IMAGEN DEL PRODUCTO





Fuente: Elaboración propia.