

Facultad De Ciencias y Tecnologías
Proyecto de Grado
Proyecto de Grado – Plan de Negocios

Alumna:

María Paula Dulcey Ramírez
2265477

Docente:

Gabriel Rodriguez Lopez

Universidad Santo Tomás
Decanatura de División de Educación Abierta y a
Distancia
Arauca
2022

Facultad De Ciencias y Tecnologías
Proyecto de Grado
Proyecto de Grado – Plan de Negocios

Alumna:

María Paula Dulcey Ramírez
2265477

Docente:

Gabriel Rodriguez Lopez

Universidad Santo Tomás
Decanatura de División de Educación Abierta y a
Distancia
Arauca
2022

Tabla de Contenidos

Objetivos	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Resultados Esperados	
15	
Capítulo I. Análisis del Sector	16
Capítulo II. Aspectos de Mercados	20
Análisis del Mercado	20
Análisis del Producto	23
Análisis del Consumidor	27
Análisis de la Competencia	28
Competencia Directa	29
Competencia Indirecta	29
Análisis de Precios	29
Estrategias de Mercado Aplicadas	32
Estrategias de Publicidad y Promoción	32
Proyección de la Organización a 5 Años	33
Proyección de la empresa	33
Capítulo III. Estudio Técnico	37
Ficha Técnica de productos	37
Descripción del proceso	40
Capacidad de Producción	42
Plan de Producción	43

Análisis de infraestructura	44
Identificación de Inventarios	45
Análisis de Costos	46
Capítulo IV. Estudio Organizacional	48
Estructura Organizacional y Análisis de Cargos	49
Análisis DOFA	52
Aspectos Legales	53
Presupuestos a Considerar	56
Capítulo V. Estudio Financiero	58
Criterios de Decisión	59
Marco Referencial	60
Marco Conceptual	64
Conclusiones	66
Referencias Bibliográficas	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de Competitividad	28
Tabla 2. Comparativo de precios de Competidores	30
Tabla 3. Efectividad Comercial	31
Tabla 4. Estrategias	32
Tabla 5. Presupuesto de Mezcla de Mercadeo	33
Tabla 6. Proyección de Ventas	35
Tabla 7. Ficha Técnica de Prendas	37
Tabla 8. Ficha Técnica de Accesorios	39
Tabla 9. Capacidad de Producción de Prendas	42
Tabla 10. Capacidad de Producción de Accesorios	42
Tabla 11. Plan de Producción	43
Tabla 12. Activos Fijos de Infraestructura	44
Tabla 13. Presupuestos de Costos	46
Tabla 14. Matriz DOFA	52
Tabla 15. Aspectos Legales	55
Tabla 16. Gastos de Constitución	56
Tabla 17. Costos de Personal	56
Tabla 18. Gastos Administrativos	56
Tabla 19. Gastos y Costos Fijos	57
Tabla 20. Capital de Trabajo	58
Tabla 21. Flujo de Caja de la Empresa	58
Tabla 22. Flujo de Caja del Inversionista	58
Tabla 23. Criterios de Bondad Financiera	59

Índice de Figuras

Figura 1. Ciclo de Vida del Producto	25
Figura 2. Descripción del Proceso de Fabricación	40
Figura 3. Organigrama de la Empresa	51

Resumen

En el presente documento se planteará realizar el estudio para la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos manufactureros de ropa y accesorios para prendas de vestir en infantes en los sectores de Floridablanca y Bucaramanga.

Para su elaboración, el plan de negocios estará subdividido en diferentes estudios como lo son: el estudio del mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal y análisis financiero. En ellas se detallará las características y observaciones que se debe tener para la legalización, funcionamiento y eficacia de la empresa a crear. Adicional a ello, se sustentarán las bondades financieras, resultados, presupuestos y proyecciones para ser estudiados y evaluados en términos de viabilidad.

Palabras Claves:

Plan de Negocios, Viabilidad Financiera, Estudio del Mercado, Creación de Empresas.

Introducción

Para muchas personas, las afectaciones acerca del conocido COVID – 19 ha generado grandes pérdidas en los diferentes sectores de todos los países. En Colombia, estas afectaciones han cobrado a miles de empresas que han tenido que liquidar por la poca entrada económica al país tras los resguardos de las cuarentenas. El sector textil, uno de los más presentes en el país, es a día de hoy uno de los más afectados. Sin embargo, tras las aperturas de la economía nuevamente en el último periodo ha generado una tranquilidad a muchos empresarios, pues supone una recuperación exponencial del mismo.

Tras ello, los productos manufactureros como prendas de vestir, han generado un alza significativa en los precios al consumidor. Muchas madres de familia generan la necesidad de encontrar prendas que se adapten a las necesidades, cuidados y protecciones de sus infantes manteniendo al margen los estándares de calidad y precio.

El propósito de este proyecto es planear la creación de una empresa que pueda satisfacer dicha necesidad de las madres en cuanto a proteger a sus infantes del ambiente ofreciendo prendas y accesorios de alta calidad. Este también busca observar y estudiar el comportamiento que tendría en un margen de cinco (5) años en relación presupuesto y beneficio económico en un sector desgastado por los acontecimientos recientes. De igual manera, la observación del impacto que tendría la empresa a modelar bajo los ambientes políticos y legales, clientes, consumidores, competencia e impacto en el sector.

El proyecto está pensado como un emprendimiento que opta por el nombre de Infantiles Didier bajo una interesante idea de negocios que surge a raíz de la pandemia y problemáticas entre los periodos 2019 – 2020, gracias a la necesidad de cientos de personas en las prendas de

vestir para los infantes. Estos productos estarán pensados en la estrategia calidad y precios, así como mantener unos diseños únicos y llamativos, telas e importes nacionales y generar un impacto ambiental – social favorable.

Para que el plan de negocios se convierta en un modelo favorable, es necesario trazar la metodología que esta misma opta para sus estudios necesarios. Es por ello que se hace uso de un modelo de seis (6) pasos fundamentales tales como: la idea principal que no solo se trata de las prendas de vestir sino del valor agregado que tendrían dichos productos para dar solución a la problemática principal, la viabilidad del mercado que se basa en los estudios pertinentes del sector y mercado junto con su competencia, la viabilidad tecnológica que se simplifica en el proceso innovador para generar la solución planteada, el poder adquisitivo del mercado que se estudia a partir del estado general del sector en Colombia, el entorno legal que se visualiza en las afectaciones que pudieran tener la empresa de forma positiva o negativa y el apoyo financiero que se simplifica en las proyecciones o planes de venta en un margen determinado.

Esta metodología para la creación de la empresa estimada, contempla el margen de trabajo y estudio de un periodo no mayor a cinco (5) años que inicia desde su periodo de propuesta el año 2019 – 2020 hasta su fecha de terminación. Su finalidad radicará en obtener un documento completo, donde se reflejen los estudios y comportamientos futuros frente a un mercado y proyecciones de ventas para estipular la viabilidad del mismo.

Justificación

Esta idea y proyecto se hace con el fin de observar los comportamientos del sector, competencia y consumidores existentes bajo la necesidad planteada como método de evaluación para identificar viabilidad o no en la creación de empresas o emprendimientos de prendas de vestir para infantes. Su propósito es evaluar de forma continua en un rango de cinco (5) años bajo un presupuesto de costos y proyecciones de ventas.

Es bien cierto que tras las crisis y su recuperación el mercado textil ha sido uno de los más afectados en el país, dejando liquidadas a muchas empresas del sector. Sin embargo, esto ha sucedido por una débil estrategia de negocios que muchas empresas hacen uso. El mercado textil es un mercado que no se debe abandonar en Bucaramanga y en muchas otras ciudades, ya que representa en gran medida el sector principal de economía para muchas empresas, representando un gran porcentaje del PIB (elPaís, 2021).

Otro de los factores a tener en cuenta, es que el sector textil siempre ha sido reconocido a nivel nacional representando una gran parte del desarrollo económica del país. Sumado a esto, dicho sector es una parte fundamental de la vida cotidiana y es clave en la economía global. Es así que, aunque existan inconvenientes por las afectaciones no quiere decir que sea un sector poco favorable (laRepublica, 2022).

La creación de un modelo de negocios requiere que sea fuerte y con estrategias bien definidas para lograr suplir la necesidad planteada, ya que en Bucaramanga el 13% del empleo se debe al sector de manufactura. Abandonar el sector, significa una baja a muchos de los factores principales de la economía, por lo que se supone que se debe consolidar estrategias fuertes.

Metodología

Para el proyecto de idea de negocios de una empresa dedicada al sector textil en producir y comercializar productos de vestir y accesorios para infantes, se hace uso de una metodología exploratoria y descriptiva. Es decir, una metodología que se fundamenta en la investigación de la problemática, identificaciones de variables futuros y análisis detallado del problema (markainvestigación, 2019).

En un primer momento, se determinará el planteamiento del problema que se resume en la identificación de la necesidad de los consumidores en sus infantes. La idea de negocios tornará a raíz de esta identificación para ajustarse al sector en el cual se deberá gestionar y desarrollar. Seguido de ella, se planteará el estudio del sector o entorno en el cual se dispone la idea de negocios, ello con fin de analizar los comportamientos que puedan afectar. Para esto, se hace el análisis del macro entorno y del meso entorno.

A partir de ello, se deben plantear y desarrollar algunos aspectos del mercado identificado, con el fin único de encontrar las oportunidades y las amenazas plenas, aclarar los deseos de los clientes y los consumidores. Para ello se desarrolla el análisis del mercado, el análisis del producto que se planea vender, el análisis del consumidor, análisis de la competencia, análisis de precios y estrategias de mercadeo. Después de ello, se planteará el estudio de los aspectos técnicos y/o tecnológicos para la implementación y eficacia de las etapas productivas, contemplando presupuestos para la necesidad de la maquinaria, de los equipos e infraestructuras y los espacios físicos que se deberán disponer. Por consiguiente, se realiza la ficha técnica de los productos, los análisis del proceso de producción, análisis de costos y análisis de la infraestructura.

Tras ello, se procederá a los aspectos organizacionales, legales y ambientales en el desarrollo de la idea de negocio donde se procede a explicar la normatividad en el plan de negocios con los ítems: estructura organizacional de la futura empresa, análisis de los cargos de puestos de trabajo, costos administrativos, tipo de sociedad, permisos y aspectos ambientales.

En el ámbito del análisis financiero, se contemplará los resultados de toda la planeación y gestión como punto inicial para determinar una posible viabilidad de la empresa en el sector, para ello es necesario identificar: costos, punto de equilibrio, presupuestos y flujos de caja a cinco (5) años.

Para concluir, tomando los resultados de todos los estudios anteriores, se plantea generar unas conclusiones donde se determinará de forma concreta, el por qué es viable o no fomentar la idea de negocios para una empresa del sector textil infantil. Si se determina que no es viable una empresa con esa idea de negocios, no quiere decir que deba ser desechada en su totalidad, esto determinará que, con otras medidas, el planteamiento pueda llegar a ser exitoso. Lo que se busca es concluir con el estudio los comportamientos que se llegarían a obtener.

El plan de negocios es destacable para el aprovechamiento y planificación de cualquier emprendimiento que para este caso es consolidado en el sector manufactura, se definen las estrategias, pasos, acciones y evasiones de riesgo. Su importancia y del por qué es necesario aparte de lo ya mencionado, se destaca la distribución del presupuesto, eficiencia y evaluación constante mediante una proyección planificada. Utilizar el plan de negocios en una idea de negocios resulta útil e importante para mantener una empresa a flote, aunque como ya se ha visto, ocurra una situación de alto riesgo.

Objetivos

Objetivo General

Estructurar un plan de negocios para una empresa de confecciones de prendas y accesorios para infantes y bebés definiendo estrategias y determinando su viabilidad en un periodo de 5 años.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio del mercado del sector textil – confección, con el fin único de la identificación de la segmentación, demanda, oferta, canales de distribución y estrategias.
- Diseñar un estudio técnico que permita a la estrategia lograr la determinación de inventarios, procesos de producción y proyecciones óptimas.
- Diseñar la estructura general de la empresa enfocada en la administración y organización, aplicando las acciones legales que sean requeridas para la correcta operación de la empresa.
- Realizar un estudio financiero para la idea de negocios, estableciendo la viabilidad, bondad financiera y rentabilidad del proyecto.

Resultados Obtenidos

1. Un estudio del mercado enfocado en el sector textil y confecciones, que posea la identificación de la segmentación, demanda de productos enfocados a la idea de negocio, canales de distribución y estrategias a desarrollar en un periodo de 5 años.
2. Un diseño del estudio técnico que posea las estructuras de inventarios, procesos de producción y proyecciones a cinco años en temas de costos y ventas.
3. Un diseño de la estructura general de la empresa, enfocados en la administración y organización, con los aspectos legales requeridos para el correcto funcionamiento de la idea de negocios.
4. Un estudio financiero de la idea de negocios, que posea el cálculo de la viabilidad, bondad financiera y rentabilidad del proyecto.

Capítulo I – Análisis del Sector

Análisis del Macro Entorno y del Meso Entorno:

En primera estancia se encuentra el entorno tecnológico, donde se ve reflejado en el plan de negocios la decisión oportuna de la empresa, de innovar de forma tecnológica las maquinarias en la fase de producción. Es decir, la empresa como decisión oportuna y de inicio, comprará nuevas maquinarias para más empleados, donde estas poseerán nuevas características tecnológicas que ayudarán en el proceso manufacturero de los productos de vestir para los infantes, disminuir los tiempos de fabricación y aumentando la calidad de los bordados.

En los entornos económicos, se hallan respaldado por cifras publicadas por el DANE en el 2020, que el comercio relacionado a la industria textil en Colombia, ha tenido un gran apogeo y recuperación en dicho año y que se prolongará al año presente. Las exportaciones de los productos y las importaciones de insumos, han sido más voluminosas principalmente con países como China. Sin embargo, el comercio dentro de la región ha incrementado a un más en las estadísticas del DANE, mostrando una gran oportunidad en el sector, lo que fortalece a la empresa y a su acción estratégica del año 2022.

En ese sentido, el entorno económico se destaca un decrecimiento grande por las bajas y problemática sanitarias iniciadas en el 2020. Su recuperación estimada para el año actual (2022), se mantiene según el PIB como un crecimiento lento que no da paso a lo que se tenía proyectado, pero el índice de desempleo para el sector no ha tenido disminución como se suele esperar (Redacción Portafolio, 2022).

Otra preocupación en el sector, es el contrabando de telas e insumos que posee el país, pues de la misma forma se encuentra que el 10% de los negocios textiles manejan estas telas y el 90% de estos negocios se hacen de forma ilegal. Esto trae consigo una serie de consecuencias que afecta de forma indirecta a los sectores textiles (proveedores) de empresas confeccionistas que cumplen con parámetros legales ya que deberá competir contra precios muy bajos y con estándares de calidad.

Para los entornos socioculturales, Infantiles Didier sabe que debe satisfacer la necesidad de las madres en vestir a sus infantes con prendas cómodas y aunque muchas han sido de su agrado el trabajo de la organización, los requerimientos por parte de ellas suelen impulsar a las demás entre comprar o no el producto. Las madres siempre buscan características en las ropas de sus infantes, desde no usar materiales sintéticos hasta ser una prenda refrescante y cómoda.

Sin embargo, lo que más afecta a la empresa Infantiles Didier es la aparición constante de estos nuevos competidores que son tanto regionales como de otro país, pues el uso del marketing 3.0 y los canales de ventas por medio de páginas web han reforzado esta competencia. En la sección regional, suelen destacarse por los insumos para la elaboración de producto, por lo que este es otro entorno. Tras la mejora económica, muchos proveedores especialmente de China, han de aparecer en el mercado textil ofreciendo diferentes calidades y texturas, por lo que las competidoras crecen más que otras.

Tomando del tema de ventas, a nivel social, se puede llegar a tener problemas con el país a su debido desempleo (no necesariamente del sector textil), representando la poca accesibilidad de compra de moda de los colombianos frente a las empresas. Es por ello que, aunque sea un riesgo y amenaza no tan visible, representa una problemática del 11.4%.

Sumándole a las personas que tienen acceso a empleo, pero que no pueden tener acceso a compras de moda por los altos impuestos o tasas de intereses de banca (que por cierto afecta a los ciudadanos como a las empresas textiles por tener altos porcentajes de tasas de interés y déficit a créditos). Esto quiere decir que, aunque existan muchas personas con uno o más empleos, son muchas las que no tienen acceso a compras de moda para niños o infantes, por los costos y el empobrecimiento colombiano.

En el entorno cultural, se encuentra que los colombianos para la ropa de sus bebés, prefieren prendas 100% hechas en Colombia por sus estándares de 100% algodón para buscar la comodidad y seguridad en el vestir de los más pequeños. Aunque exista una cantidad de personas que compran en el exterior, la gran mayoría opta por hacerlo de forma nacional.

En el análisis del meso entorno, se haya las grandes metas y responsabilidades que deben asumir tanto proveedores como empresas, ya que el sector como se ha mencionado mantiene una crisis terrible durante los últimos 3 años. Por lo que la economía textil representa un lugar de comercio con altos riesgos. Es por ello que siempre se deben tender a buscar personas capaces de identificar tendencias, requerimientos, calidad y desarrollo para posicionar las marcas de producción a nivel nacional (Molina Diaz, 2019).

Se debe para las empresas comercializadoras de estos productos, mantener un riguroso cuidado entre las habilidades de producción y exportación como en los costos, calidad y precios que se le informan y utilizan para el desarrollo de actividades. Se estima que si Colombia, aportara más a su portafolio de productos y servicios de valor agregado en el desarrollo de investigaciones tecnológicas, establecería un auge en la penetración de mercados americanos.

Capítulo II – Aspectos de Mercados

2.1. Análisis del mercado.

Las empresas de la industria textil se han mantenido a flote durante los últimos meses, aunque en el año pasado la exportación sobre la industria textil quedó en un -9.1% en Colombia. Sin embargo, para el año 2021 ha tenido un gran empuje con un alza alrededor de un 3% a 6% atrayendo una gran cantidad de clientes potenciales como de competidores fuertes, lo que contribuye al plan de negocios a un aspecto positivo en el crecimiento y alza de la actividad recuperando la zona comercial (DANE, 2020).

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es el tema de las importaciones de insumos para las industrias textiles. En este aspecto, el sector ha tenido una fase de recuperación de forma aproximada a un 3.6% respecto al año anterior, de igual forma en Colombia ha tenido un aumento considerable del 35% en la zona capital. Aparte de ello se han dado cifras donde expresan un crecimiento considerable en la economía textil colombiana de forma interna en un 4%, lo que significa y promete en el sector de la industria un seguro de productividad y éxito. Es por eso, que la idea de negocios estará guiado a una zona regional donde los clientes y consumidores serán respectivamente las madres que posean un bebe o un recién nacido y quieran vestir a sus hijos con prendas cómodas y de alta calidad con insumos correspondientes al algodón y con bordados que hacen distintivo a la marca (DANE, 2020).

De acuerdo con datos estadísticos ofrecidos por el gobierno nacional, mencionan que, en los últimos años, el sector textil de confecciones cierra con cifras tendientes a la baja pero se mantiene un optimismo general en el país, pues aunque se tienen tiempos de

pandemia se espera que esto haga un incremento en la población infantil destinada a los productos de Infantiles Didier. Por lo que se estimaría para los 5 años siguientes, una posible alza en el sector manufacturero de ropa infantil y accesorios.

Es bien cierto que el sector económico ha decaído al entrar en la época del año 2020, donde según el *DANE* en la “Encuesta Mensual de Servicios” expresa la preocupante caída del sector en un -35.8%. Sin embargo, aunque sea una cifra que indique una desventaja en el sector, se expresa por la misma entidad una posible recuperación que se ha evidenciado en los últimos momentos del mismo año donde su porcentaje para mayo había subido quedando en un -26.2%. que se convirtió a mitad del año en un -11.3%. Por lo que indica una alta recuperación en el mercado nacional.

Lo anterior supone que este sector es muy prometedor para la industria nacional ofreciendo viabilidad en el proceso lo que a su vez genera mayor posicionamiento a proveedores internacionales abriendo posibilidades de expansiones del sector. Aunque bien se arrojan resultados que la economía interna de vestidos para hombre y mujer ha tenido una disminución en los últimos periodos, se puede observar que no ha bajado a como se tenía en el 2019 y se mantiene a rigor a las cifras del 2020.

La preocupación de la mayoría de los empresarios del sector textil, era la pérdida de ingresos en exportaciones de confecciones, sin embargo, tras el último boletín de mercado se ha notado que la disminución ha sido relativamente pequeña y no representó un gasto exagerado. Aun así, para el periodo 2021, ha ido en aumento a como se tenía en el 2019 representado para ese año un 48% en el mercado textil en Estados Unidos (*DANE*, 2020).

Viendo de esa forma, se estima que para el 2022 la recuperación sea más inminente, pues sabiendo que el sector textil se considera la principal fuente de generación de empleo y cobertura en Colombia. Aunque el incremento respecto al año pasado fue del 11% al 13%, no cubre por completo frente a la caída del 45%. Por ello se estiman que para el 2022 se proyecta un crecimiento en 4% de forma periódica hasta el punto donde el año próximo iguale las cifras del 2019.

Esto puede ser válido por las cifras lanzadas por el Banco Mundial, que prevén un alza del 4 al 5% en el PIB nacional del 2021. Misma cifra que es proyectada para el año 2022, recordando que el sector de confección representa el 8.5% del PIB industrial del país y es vital para la economía del mismo.

2.2. Análisis del Producto.

Infantiles Didier se caracterizar por ser una empresa regional distinguida por la creación de prendas de vestir para infantes y recién nacidos, supliendo la necesidad de las madres de dar un buen gusto a su hijo y ofrecerle la mayor comodidad posible. Sus productos, se basan en un desarrollo de algodón con estampados y bordados, ocupando tanto pijamas, camisas y pantalones completamente cómodos y sin materiales sintéticos.

Se elaboran igualmente accesorios como método para evitar desperdicios de materias primas, estos al igual que las prendas, son hechas en algodón. Se podrán observar mamelucos, baberos, gorritos o incluso medias. Por ende, se involucra la calidad en cada proceso siendo responsables en la confección y comercialización de prendas de vestir llamativas y cómodas para un infantes y recién nacidos, con estampados y diseños innovadores y únicos, destacando insumos, estampados, texturas y bordados, supliendo la necesidad de las madres que desean vestir a sus bebés.

Para ello, se pretende diseñar con telas y fibras adecuadas no sintéticas para evitar posibles incomodidades e irritaciones. Se manejará la mayoría de tallas posibles para el público objetivo, se incluirá para comodidad de las madres etiquetas con informaciones sobre la trata de la prenda o información de fabricación que mencione las ventajas de usarla. Todo encaminado a ser un producto básico, pero cuya funcionalidad se cumpla en proteger a los infantes y recién nacidos del contacto directo con el medio ambiente, ofreciendo comodidad y confort a las madres Santandereanas, aportando un gran diseño de alta calidad para fortalecer la marca e identidad de la organización y ofrecer conformidad.

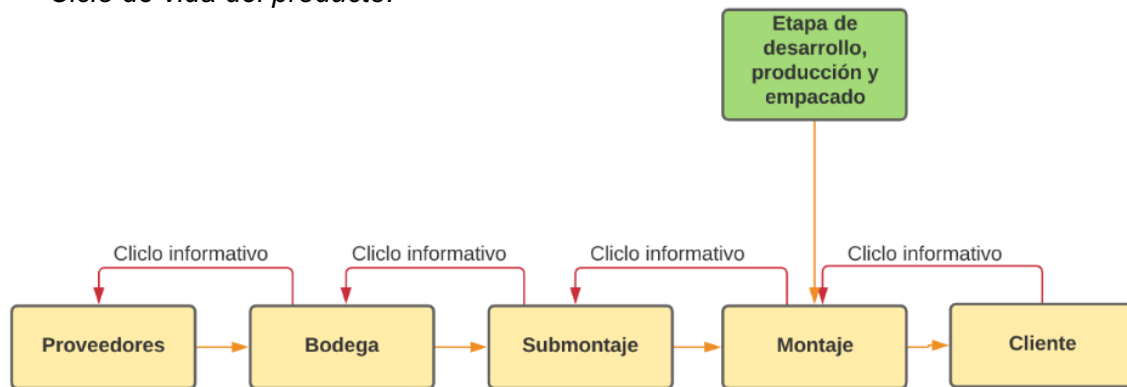
La empresa debe ir ligada a los aspectos de la calidad, donde siempre se optará la mejor posible a una relación factible de precios, asegurando la durabilidad y resistencia de fibras de algodón y tejidos de muy buena firmeza fabricados en procesos de confecciones con el uso de buenas prácticas y tratamientos que podrán ser evidenciadas ante el tacto. Su empaque, se traduce en innovación, haciendo uso de la responsabilidad ambiental ya que no ofrece los típicos ganchos, o muestrarios. La organización ofrece empaques de madera y plásticos biodegradables y estampados con la marca. Ofrece un atractivo diseño y elección de colores precisos que hacen notar la frescura y comodidad que puede llegar a tener la prenda.

Estos empaques estarán divididas por secciones dependiendo de qué tipo de producto se desea empacar. Normalmente una prenda es puesta en una caja rectangular larga donde se disponen los accesorios y el atuendo principal, sellado, marcado y etiquetado. El otro tipo de empaque hace alusión a los accesorios solamente, donde esta es colocada en cajas cuadradas pequeñas o grandes con los accesorios que se adquirieron. La cubierta de lámina de plástico biodegradable, enseña la prenda doblada y empacada, con el propósito de ser vista la frescura y calidad que se ofrece y para demostrar que el pedido es perfectamente igual a lo que se esperaba.

Cabe resaltar, que el uso de esta práctica innovadora en el proceso de empaque de los productos, afectaría los costos de producción. Aunque claramente es mucho más barato las láminas de cartón y plástico biodegradable, el uso de los estampados en la caja a comparación de lo tradicional genera un pequeño aumento del coste. Esto se tendrá en cuenta en el momento de realizar las proyecciones y puntos de equilibrios.

Figura 1

Ciclo de vida del producto.



Tomado de: Elaboración propia.

Como se puede observar en la figura 1, se visualizó el ciclo de vida de la producción de las prendas de vestir para los infantes. En este gráfico sencillo, expresa la movilidad y el flujo total de la prenda en la pequeña organización. En un primer momento se observa el flujo entre proveedores y bodega, que expresa el comportamiento de entrada de los insumos y materias primas a la empresa. Siguiendo a este, se observa entre bodega y submontaje que representa la construcción de los diseños provisionales con la cantidad de materias que se tienen, planificación y construcción de cajas de empaque y de estampes con bordados para las diferentes prendas o accesorios.

Aparte de ello, existe el flujo entre el submontaje y el montaje que hace alusión a la construcción final de un proceso productivo en la realización de los productos que será vendidos, el espacio de inspección, bordados, ajustes, modelado, estampados y empacados. Finalmente, una vez obtenido el producto final, es sometido al cliente final que dispondrá de ver la calidad y la prenda para finalmente adquirirlo. Sin embargo, existe un sistema de flujo inverso llamado “ciclo informativo”, que hace alusión al proceso invertido de la solicitud de una prenda. En este caso, el cliente puede retornar una prenda por daños o por modelos no satisfactorios o incluso pedir nuevas prendas con diseños determinados; esta información pasaría por cada proceso hasta llegar a los proveedores, donde se les indica los materiales necesarios.

Todo ello lo conforma las fortalezas de la organización, destacando la exclusividad de diseños y bordados, originalidad con los temas de las prendas de vestir haciéndola visiblemente cómoda y atractiva para la compra. La funcionalidad encaminada a la comodidad y resistencia que se da como garante al cliente asegurando que no abra ningún igual enmarcando los precios razonables ante lo que se ofrece.

2.3. Análisis del Consumidor o Cliente

Para la empresa Infantiles Didier, buscaría satisfacer una necesidad en conjunto correspondiente al vestir de los infantes o recién nacidos. Por lo que los consumidores proyectados, son esas madres de familias que posean un bebe recién nacido o un infante inferior a los 2 años. Con ello la empresa opta por buscar clientes de las ciudades de Floridablanca y Bucaramanga, madres económicamente activas entre los 20 a 30 años de edad pertenecientes a los estratos 1,2 y 3 que quieren tener un estilo de vida a su bebé mucho más cómoda y segura en sus prendas de vestir; así como los diferentes accesorios que puedan de ser utilidad al infante como, por ejemplo, a la hora de comer o protegerlos del medio que los rodea.

Específicamente, la organización tiene una visión bipartita de satisfacer de forma indirecta a 2 participantes importantes en su nicho de mercado. Estos son tanto los infantes o bebés a los que están destinados y de forma indirecta al cliente o consumidor que sería la madre. Dicha problemática, se base en protegerlos del medio que los rodea y ofrecer una comodidad total en las prendas de vestir, así como acompañarlos de ciertos accesorios que pueden ayudar en la cotidianidad de estos dos, ofreciendo estilos únicos y calidad de insumos y bordados, así como diseños cómodos.

Es allí donde el potencial cliente, es decir las madres, juegan el papel más importante en Infantiles Didier, ya que cada cliente tiene una forma diferente en cuanto a percepción del producto, pero la misma necesidad. Dentro de las características de los clientes, se puede encontrar a las madres muy decididas en lo que van a comprar, es decir, que van por una prenda con una comodidad garantizada para el infante.

También la existencia de las madres que no les interesa tanto el sentido del precio de la prenda u accesorio siempre y cuando cumpla con las propiedades de resistencia, calidad y comodidad con un bonito diseño. Igualmente, clientes despreocupados que solo buscan un bonito diseño o con colores llamativos sin importar calidad ni insumos vistos. Los clientes silenciosos que solamente esperan escuchar las indicaciones de la organización sobre el producto que venden para tomar una decisión o incluso los dominantes que solo buscan criticar el producto o esperar a que cumpla con sus expectativas, de no ser así, se generaría un problema.

2.4. Análisis de la Competencia

2.4.1. Competencia Directa

Infantiles Didier tendría un apogeo en Floridablanca y Bucaramanga, por lo que los competidores suelen ser un foco fuerte para la empresa. Las diversas empresas en Bucaramanga o Floridablanca del sector textil, son un alto impacto de competitividad para la idea de negocio. Para ello es necesario generar una evaluación de competitividad.

Tabla 1
Matriz de competitividad en Bucaramanga y Floridablanca

Factor Crítico	Peso	Infantiles Didier		Baby Toon's		VPA Accessories	
		Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
Reputación de la Marca	0,13	3	0,39	4	0,52	2	0,26
Publicidad de productos	0,2	2	0,4	3	0,6	2	0,4
Calidad en el producto	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Participación en el mercado	0,14	4	0,56	3	0,42	2	0,28
Ventas	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16
Variedad en canales de distribución	0,07	2	0,14	3	0,21	3	0,21
Retención de consumidores	0,02	2	0,04	3	0,06	2	0,04
Avance tecnológico	0,11	2	0,22	2	0,22	1	0,11
Competitividad de precios	0,1	4	0,4	2	0,2	1	0,1
Promociones	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15
TOTAL	1		2,84		2,92		2,01

Mikhy Mikhy Infantiles		Infacol		Topolinos	
Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación	Calificación	Puntuación
3	0,39	5	0,65	3	0,39
4	0,8	3	0,6	1	0,2
4	0,4	4	0,4	4	0,4
4	0,56	4	0,56	3	0,42
3	0,24	3	0,24	3	0,24
4	0,28	2	0,14	2	0,14
2	0,04	4	0,08	2	0,04
2	0,22	3	0,33	2	0,22
3	0,3	3	0,3	3	0,3
1	0,05	2	0,1	1	0,05
	3,28		3,4		2,4

Fuente: Creación propia.

2.4.2. Competencia Indirecta

Para el mercado objetivo de la empresa Infantiles Didier, poseerían una competencia indirecta que para este caso son los insumos materiales sustitutos que puedan tener en el mercado que afecten la relación entre los costos y ganancia líquida.

La empresa puede tomar la decisión de usar en su proceso de fabricación telas frescas y aptas para la elaboración cómoda y segura, para ello la composición debe estar en proporciones 80% de algodón y 20% poliéster, manejando costos de \$12.000 por metro. Sin embargo, competidores directos suelen utilizar telas convencionales que se rigen dentro de una industria textil para todo público, que son proporciones de 60% algodón y 40% poliéster que constituye un precio de \$8.500 por metro (APTT, 2021).

Pero no solamente este tipo de tela, existen también representaciones en lino o nylon cuyo costo de \$15.000 el metro que ha estado en un creciente apogeo entre telas de uso para sentido textil. O en el caso de insumos como botones, ya que los proveedores ofrecen normalmente productos entre plástico, acero o incluso de materiales más caros como plata. En la sección de hilos encontramos remplazos por nylon o por lino que suelen ser un poco más baratos que las telas convencionales (APTT, 2021).

2.5. Análisis de Precios

Con lo mencionado anteriormente, es necesario la aplicación de un correcto análisis competitivo de precios de las empresas referenciadas en la “tabla 2”, donde se podrá observar y evidenciar precios muy altos, bajos o accesibles. Se debe recalcar que los temas de precios han sido seleccionados de las tiendas oficiales de cada producto.

Tabla 2

Comparativo de precios de competidores

Marca	Productos	Rango de Precios Unitarios	
Infantiles Didier	Enterizo	\$	25.000,0
	Accesorios	\$	12.500,0
Baby Toon's	Enterizo	\$	22.500,0
	Accesorios	\$	-
VPA Accessories	Enterizo	\$	-
	Accesorios	\$	25.000,0
Mikhy Mikhy Infantiles	Enterizo	\$	15.000,0
	Accesorios	\$	-
Infacol	Enterizo	\$	62.500,0
	Accesorios	\$	30.000,0
Topolinos	Enterizo	\$	35.000,0
	Accesorios	\$	20.000,0

Fuente: Elaboración Propia

Como se pudo observar en el cuadro comparativo de precios de productos, el competidor más fuerte que es Infacol, sostiene unos precios considerablemente altos pero los estándares diseños y calidad son muy reconocidos en Bucaramanga. Sin embargo, los competidores de Floridablanca como Bbay Toon's o VPA Accessories son algunos bajos por no tener tanta influencia y manejar calidad 50/50 (Según lo instruido en sus páginas de compras). De esto, se puede obtener que una de las mejores estrategias de precios que se pueden sostener es mantener el margen de precios que es bastante bueno mientras se le sigue apostando por los estándares de calidad y diseño, puesto que esto generaría gran peso competitivo contra Infacol y llegando a ser impuesta como líder en Bucaramanga y Floridablanca.

La siguiente estrategia, proviene de los productos nuevos. Se pretende lanzar nuevos vestidos o pijamas al mercado, por lo que el sistema de precios es generar una expectativa en donde sea bajo al inicio asegurando la aceptación del mercado. Esto generaría básicamente una comparación contra los competidores entre calidad, diseño, innovación y marca.

Tabla 3

Efectividad Comercial.

Efectividad Comercial		
Prendas Infantiles		
Precio de ventas	\$ 25.000,00	
Costos Operacionales	\$ 16.350,00	65,40%
Margen de Utilidad	\$ 8.650,00	
Gastos Mensuales	\$ 4.738.527,00	
Unidad Cuatrimestral de Equilibrio	547,81	
Ingresos Mínimos Mensuales	\$ 13.695.164,74	
Ingresos Mínimos Anuales	\$ 164.341.976,88	
Accesorios		
Precio de Ventas	\$ 12.500,00	
Costos Operacionales	\$ 8.000,00	64%
Margen de Utilidad	\$ 4.500,00	
Gastos Mensuales	\$ 1.530.700,00	
Unidad Cuatrimestral de Equilibrio	340,16	
Ingresos Mínimos Mensuales	\$ 4.251.944,44	
Ingresos Mínimos Anuales	\$ 51.023.333,33	
% Aumento de precio Anual	15%	
% Aumento de Costos Anual	2%	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 3, se evidencia la efectividad comercial que esta estrategia tendría al ser aplicada a un nuevo producto de lanzamiento. Su precio de venta no varía, los costos operaciones que indican el costo por prenda y el margen de utilidad que este produciría. Los gastos mensuales por colección y la unidad mensual de equilibrio que se calcula a partir de estos gastos sobre el margen de utilidad, esto mostraría las unidades necesarias de ventas mensuales y su proyección de ventas anuales.

Sin embargo, existe un factor de riesgo alto ante temas de transporte de mercancías. Posiblemente existan daños en prendas, pérdidas o robos que deberán ser cubiertos por pólizas de seguros y que se desprecian en estas proyecciones. Otro tema muy importante a tener en cuenta sobre estos precios, es el precio de venta, puesto que se debe proyectar el IVA en Colombia, que se espera de un 19%, tarifa aplicada para el 2021 - 2022.

2.6. Estrategias de Mercado Aplicadas

2.6.1 Estrategias de Publicidad y Promoción

Tabla 4
Estrategias

Estrategia	Aplicación	Descripción
Publicidad Virtual	Clientes y consumidores que usen redes sociales como Facebook o Instagram.	Enseñar productos mostrando diseños, calidad, colores, formas, estampados, empaques, tiendas físicas y muestrarios. Generar atracción de clientes a la marca
Promociones	Ventas	Creación y aplicación de cupones, afiches y sistema de descuentos. Estimular el comercio de la marca a compradores. Conocer gustos y opiniones de clientes, gustos y expectativas.
Página Web	Clientes y ventas	Expandir barreras comerciales, generar un apoyo a la publicidad web, recoger datos e información por medio de encuestas para conocer cifras estadísticas, mostrar catálogos, uso de ventas web y ofrecer información de los productos.
Servicio de Post venta	Clientes y empresa	Captar información de los clientes, opiniones y demás de los productos comprados. Captar las críticas y tendencias para mejoras
Capacitación de empleados	Empresa	Capacitación del servicio de empleados para acceder a devoluciones, atenciones, peticiones, etc. Ofrecer al cliente una garantía total.
Indicaciones	Elevación de gastos en el primer periodo, tras costos de creación de una página web y un sistema de comercio electrónico. Así mismo en creación de publicidad y promoción. Se puede optar por dominios gratuitos. Generar políticas para los sistemas de garantías y devoluciones (no exceder el tiempo de 30 días de devoluciones de prendas)	

Fuente: Elaboración Propia

2.7. Proyección de la Organización a 5 Años

2.7.1. Proyección de la Empresa

En el caso de la empresa Infantiles Didier, se podría afirmar que en su primer año de vida generaría bajas que concuerda con la aplicación del plan estratégico, el cambio de maquinaria, la capacitación del personal, creación de páginas web y medios publicitarios.

Igualmente se estima que en el transcurso del primer periodo el crecimiento de las competidoras inicie con un alza abrupta desde el año actual por la reciente recuperación del mercado textil infantil que atraerá nuevas empresas al mercado. Esta variante, empezará a fluctuar desde el año 2024, donde posiblemente el mercado se estabilice o empiece a disminuir la oferta, dato que ha sido obtenido por los índices de mercado y sector de la DIAN.

De igual forma, se podría predecir el crecimiento de los clientes potenciales. Estos clientes serán las madres de familias que posean un infante que se detallará más adelante. Para estos, se espera como se ha mencionado en el punto de equilibrio, que estos consumidores tengan un alza tras la apertura económica tras la problemática del COVID 19.

Tabla 5

Presupuesto de mezcla de mercadeo

Detalle	Presupuesto de Mezcla de Mercadeo						
	Valores						Año 5
	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Cambio de maquinaria de confección	8	\$ 6.400.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Programa capacitación empleados	4	\$ 1.200.000,00	\$ -	\$ 1.200.000,00	\$ -	\$ 1.200.000,00	\$ -
Muestrario de prendas	10	\$ 163.500,00	\$ -	\$ 163.500,00	\$ -	\$ 163.500,00	\$ -
Muestrario de accesorios	5	\$ 40.000,00	\$ -	\$ 40.000,00	\$ -	\$ 40.000,00	\$ -
Diseño de empaques	3	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Manejo de redes sociales	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Generación de cupones	150	\$ 37.500,00	\$ 37.500,00	\$ 37.500,00	\$ 37.500,00	\$ 37.500,00	\$ 37.500,00
Generación de afiches	250	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Sistema de descuento	-	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Mantenimiento de pagina web	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Sistema de devoluciones por prendas	-	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Sistema de devoluciones por accesorios	-	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
Total		\$ 8.735.500,00	\$ 932.000,00	\$ 2.335.500,00	\$ 932.000,00	\$ 2.335.500,00	\$ 2.335.500,00

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se puede encontrar los presupuestos de las estrategias de servicio. Estas estrategias han sido diseñadas para un periodo de 5 años donde generarán algunas afectaciones en los presupuestos, siendo un gasto necesario para la idea de negocio. Las más significativas que se puede observar, es el cambio o compra de nueva maquinaria moderna para confecciones, este solo se hará en el primer año con un costo superior a los seis millones de pesos (precio que se confirma en las revistas industriales de maquinarias). Igualmente, el diseño de las páginas web y aperturas de las redes sociales, la cual será necesario una persona encargada de mantener y soportar dicho requerimiento. Por consiguiente, dicha necesidad se planea de forma anual con su respectivo costo fijo (costos de dominio).

Los sistemas de descuento, se tienen como alternativa a los cupones que ofrecerán un valor fijo a las compradoras que se pacta en dicha tabla. Esta podrá hacerse uso, solo si, el cliente posee el cupón en físico y/o virtual aplicándolo antes de dicha compra (estas pueden estar sujetas a cambios como sea necesario). En sí, los presupuestos fueran obtenidos tras los requerimientos e investigación de costos para llevar a cabo las necesidades planteadas en las estrategias de servicios y ventas.

Otra medida respecto al plan de negocios y su propuesta de acción, es la proyección en ventas para los primeros cinco (5) años. En el primer año, se usaron datos actuales que manejaría la organización. Sin embargo, para los años siguientes, se usaron factores como: Un aumento en costos e insumos equivalentes al 2% (este valor, ha sido adjudicado como proyección de aumento para el año siguiente, en indicadores económicos), aparte de ello, se implemente un crecimiento del 15% respecto a ventas que es lo que se aspira alcanzar. Además, que se tiene en cuenta el equivalente al 65.40% como costo operacional en el precio venta para prendas y de un 64% para accesorios.

Tabla 6
Proyección de Ventas a 5 Años.

Proyección de Ventas a 5 Años

Periodo	Ventas Mínimas Esperadas	Precio de Venta Unidad	% De utilidad	Ganancia Líquida	Periodo
Prendas					
1er Cuatrimestre	547,81	\$ 25.000,00	34,6	\$ 18.954.108,00	AÑO 1
2do Cuatrimestre	547,81	\$ 25.000,00	34,6	\$ 18.954.108,00	
3er Cuatrimestre	547,81	\$ 25.000,00	34,6	\$ 18.954.108,00	
Accesorios					
1er Cuatrimestre	340,16	\$ 12.500,00	36	\$ 6.122.800,00	AÑO 1
2do Cuatrimestre	340,16	\$ 12.500,00	36	\$ 6.122.800,00	
3er Cuatrimestre	340,16	\$ 12.500,00	36	\$ 6.122.800,00	
Prendas					
1er Cuatrimestre	485,88	\$ 28.750,00	36,6	\$ 19.333.190,16	AÑO 2
2do Cuatrimestre	485,88	\$ 28.750,00	36,6	\$ 19.333.190,16	
3er Cuatrimestre	485,88	\$ 28.750,00	36,6	\$ 19.333.190,16	
Accesorios					
1er Cuatrimestre	251,42	\$ 17.250,00	38	\$ 6.245.256,00	AÑO 2
2do Cuatrimestre	251,42	\$ 17.250,00	38	\$ 6.245.256,00	
3er Cuatrimestre	251,42	\$ 17.250,00	38	\$ 6.245.256,00	
Prendas					
1er Cuatrimestre	430,79	\$ 33.062,50	38,6	\$ 19.712.272,32	AÑO 3
2do Cuatrimestre	430,79	\$ 33.062,50	38,6	\$ 19.712.272,32	
3er Cuatrimestre	430,79	\$ 33.062,50	38,6	\$ 19.712.272,32	
Accesorios					
1er Cuatrimestre	222,91	\$ 19.837,50	40	\$ 6.367.712,00	AÑO 3
2do Cuatrimestre	222,91	\$ 19.837,50	40	\$ 6.367.712,00	
3er Cuatrimestre	222,91	\$ 19.837,50	40	\$ 6.367.712,00	
Prendas					
1er Cuatrimestre	381,80	\$ 38.021,88	40,6	\$ 20.091.354,48	AÑO 4
2do Cuatrimestre	381,80	\$ 38.021,88	40,6	\$ 20.091.354,48	
3er Cuatrimestre	381,80	\$ 38.021,88	40,6	\$ 20.091.354,48	
Accesorios					
1er Cuatrimestre	197,56	\$ 22.813,13	42	\$ 6.490.168,00	AÑO 4
2do Cuatrimestre	197,56	\$ 22.813,13	42	\$ 6.490.168,00	
3er Cuatrimestre	197,56	\$ 22.813,13	42	\$ 6.490.168,00	
Prendas					
1er Cuatrimestre	338,27	\$ 43.725,16	42,6	\$ 20.470.436,64	AÑO 5
2do Cuatrimestre	338,27	\$ 43.725,16	42,6	\$ 20.470.436,64	
3er Cuatrimestre	338,27	\$ 43.725,16	42,6	\$ 20.470.436,64	
Accesorios					
1er Cuatrimestre	175,04	\$ 26.235,09	44	\$ 6.612.624,00	AÑO 5
2do Cuatrimestre	175,04	\$ 26.235,09	44	\$ 6.612.624,00	
3er Cuatrimestre	175,04	\$ 26.235,09	44	\$ 6.612.624,00	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 6, se observa la división anual por prendas y accesorios mediante 3 cuatrimestres ofreciendo información de las ventas mínimas esperadas para un punto de equilibrio, el precio de venta proyectado para el año en cuestión, porcentajes de utilidad y ganancias líquidas por cuatrimestre.

La empresa que se plantea en la idea de negocios, realizará ventas con productos tanto prendas como accesorios para infantes. En su primer año, ambos tendrán un precio venta al público de forma fija correspondiente a los valores presentados en la tabla 5. Estos valores son determinados por los factores de “Ventas mínimas esperadas”, “% de utilidad” y “Ganancia líquida”. En el primer año, las ventas mínimas esperadas y el porcentaje de utilidad son obtenidos por la tabla de la efectividad comercial. La Ganancia líquida para ambos periodos, son el resultado de multiplicar el precio de venta fijo por las ventas esperadas en cada cuatrimestre a la que se le denomina unidad cuatrimestral de equilibrio.

Para los periodos siguientes, se utilizan factores del crecimiento PIB y crecimiento del sector económico como simulaciones o estimaciones de costos en proveedores de forma anual en materias primas que correspondan a textiles. Para el caso, la DIAN proporciona proximidades de un 2% de crecimiento en el sector, por lo que esta será usada para calcular las ventas estimadas y el % de utilidad, todo puesto en la tabla de la efectividad comercial.

Lo que se buscaría es generar un punto de equilibrio fijo para generar ganancias líquidas después de costos necesarios para producción anual. Por lo que esta propuesta, hace que el precio anual aumente un porcentaje mientras que las ventas necesarias de forma cuatrimestral sean menos.

Capítulo III – Estudio Técnico / Operacional

3.1. Ficha Técnica del Producto.

Tabla 7
Ficha Técnica de Prendas

Ficha Técnica de Productos Infantiles Didier	
Nombre	Pijama Enteriza Infantil
Características	Un conjunto enterizo para infantes o recién nacidos, cuenta con una composición de 80% algodón y 20% poliéster. Las telas e insumos como botones son productos nacionales del sector textil. Ofrece bastante comodidad al tacto por su calidad y ofrece broches para mayor seguridad y facilidad para las madres.
Diseño	Ofrece un diseño con bordados muy previamente analizados, colores pastel con dibujos animados de moda y que hagan juego con los colores propuestos. Se evita a toda costa colores sólidos.
Tiempo de elaboración	Por cada prenda enteriza, se estima aproximadamente 1 hora con 20 minutos.
Tecnología para el Proceso	Maquinaria cortadora, cerradora, fileteadora, plana, cortadora de tela.
Empaque	Cajas de cartón con láminas plásticas que permitan ver sin abrir el producto. Contiene colores llamativos, el logo y la marca

Inventariado y Bodegaje	Previamente se hace el registro de la prenda en una base de datos, luego, se ubican por pedido, tipo de prenda o color en una bodega interna de la empresa.
Ficha Técnica de Productos Infantiles Didier	
Nombre	Camisa y Pantalón jean
Características	Camisa y pantalón juvenil propuesto solamente para infantes o niños de 4 años, se utilizan telas nacionales de calidad propuestos como 60% algodón y 40% poliéster.
Diseño	Se ofrece un diseño fresco para las camisas y pantalones media pierna no entubado, colores pasteles frescos y diseños básicos e innovadores.
Tiempo de elaboración	Por cada camisa se estima 40 minutos para la elaboración, por otra parte, los pantalones tienen un tiempo aproximado de 1 hora.
Tecnología para el Proceso	Maquinaria plana, collarín, bordadora, fileteadora, cortadora, presilladora, cerradora y empretinadora.
Empaque	Cajas de cartón amplias, con láminas de plástico en la zona posterior para observar el producto, se utiliza un diseño con el logo y colores iguales a los de la prenda.
Inventariado y Bodegaje	Previamente se hace el registro de la prenda en una base de datos, luego, se ubican por pedido, tipo de prenda o color en una bodega interna de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 8

Ficha Técnica Accesorios

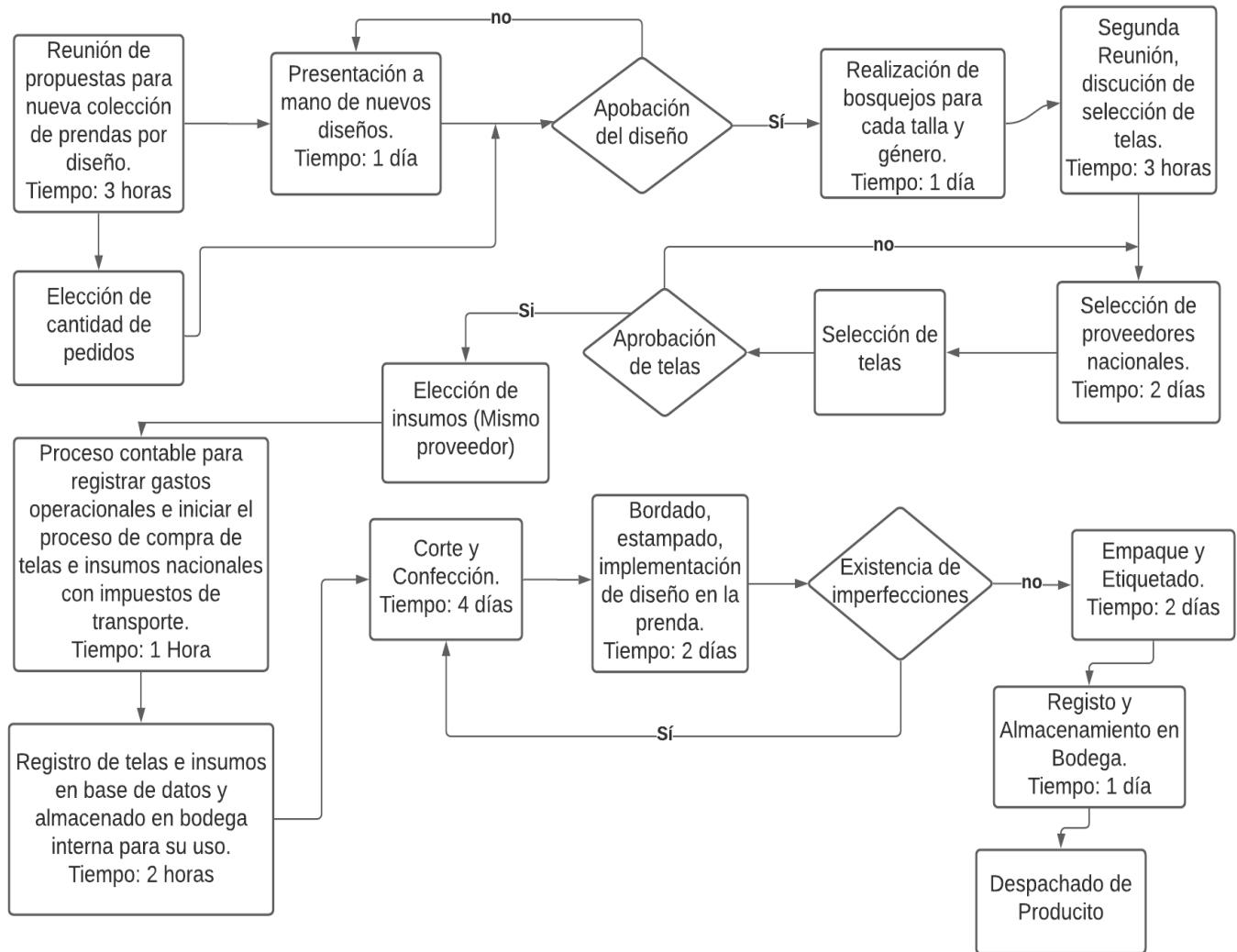
Ficha Técnica de Productos Infantiles Didier	
Nombre	Baberos, Gorritos y Guantes
Características	Accesorios para recién nacidos de alta calidad, utilizando insumos nacionales equivalentes a 100% algodón para garantizar la protección del infante.
Diseño	Se utiliza un diseño que ofrezca comodidad, calidez y utilidad. Se usan colores sólidos pasteles, no se usan figuras o representaciones y mantiene una textura de tejido.
Tiempo de elaboración	Por cada gorrito y babero se requieren de 20 minutos, mientras que para un par de guantes se requiere de 15 minutos.
Tecnología para el Proceso	Cortadora de tela, fileteadora, bordadora.
Empaque	Cajas de cartón pequeñas con lámina de plástico que permita ver el producto, se usa el logo y un color sólido pastel.
Inventariado y Bodegaje	Previamente se hace el registro de la prenda en una base de datos, luego, se ubican por pedido, tipo de prenda o color en una bodega interna de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia.

3.2. Descripción del Proceso

Figura 2

Descripción del proceso de fabricación



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2, se puede observar cómo es el proceso de fabricación de una colección de prendas u accesorios de Infantiles Didier. En una fase inicial, por políticas generales de la empresa, se consolida una reunión con directivos para conocer fechas y proponer nuevos lanzamientos de la empresa al mercado.

Es una tarea que resulta en cierto modo largo, puesto que la empresa debe informar mediante una junta a las sucursales y empleados de las decisiones que se tomen. Luego de ello se inician dos procesos continuos, el primero es la elección entre la cantidad de pedidos o de prendas que se harán para calcular la cantidad de material y la última es el proceso de inicio referente a la creación de los nuevos diseños que se propongan.

Luego de esto, inicia un proceso de aprobación del diseño construido la cual, el elegido es pasado a otro proceso de dibujo, donde se plasmará el diseño implementando en las prendas deseadas, esto se hará entrega nuevamente en una reunión donde se discuten sobre las selecciones de telas. Entre su catálogo de proveedores, eligen aquel que se ajuste a propuestas establecidas dándole un visto bueno y comenzando con los procesos de registro en libros contables para la autorización de la compra del material. Estos se registran en la base de datos general y es enviado a bodega interna clasificado por color.

Cuando todas las telas e insumos se tengan registrados, inicia el proceso de corte y confección (proceso establecido internamente por la empresa), sin embargo, Infantiles Didier tiene la política de revisión de existencias de imperfecciones, la cual no desechan daños, sino que reutilizan o solucionan las afectadas. Por último, se hace la creación del empaque para ingresar el producto, registrarlo, etiquetarlo y despacharlo.

Para esta figura, se proponen algunos tiempos aproximados entre cada proceso, para observar la viabilidad y fluctuación de la empresa ante una situación concurrente. Las decisiones en las juntas son tomadas por cargos altos, los procesos de registro de telas o insumos son realizadas por agentes contables y el resto de los procesos son distribuidos por todos los empleadores.

3.3. Capacidad de Producción

Tabla 9
Capacidad de producción para ropa infantil.

Capacidad Infantiles Didier	
6	Días Laborales
8	Horas de Trabajo
1,2	Tiempo por unidad en horas
40	Unidades por semana de un operario
160	Unidades al mes de un operario
640	Unidades mensuales por los 4 operarios

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10
Capacidad de producción para accesorios

Capacidad Infantiles Didier	
6	Días Laborales
8	Horas de Trabajo
0,35	Tiempo por unidad en horas
137,142857	Unidades por semana de un operario
548,571429	Unidades al mes de un operario
2194,28571	Unidades mensuales por los 2 operarios

Fuente: Elaboración Propia

En las tablas anteriores se puede observar la capacidad de la empresa Infantiles Didier para la producción de unidades de venta de forma semanal y mensual, conociendo horarios de trabajo de 8 horas y laborando de lunes a sábado. Esta información será de sustento y apoyo para la realización del plan de producción según lo ya visto en la planeación de ventas.

Dicha información ha sido recopilada mediante el ministerio de trabajo para poder realizar los cálculos necesarios en cuanto a horas semanales y mensuales y cantidad producida por operario según sea accesorios o prendas de infantiles. (artículo 161 del ministerio de trabajo, jornadas de ocho horas al día y cuarenta y ocho a la semana).

3.4. Plan de Producción

Tabla 11
Plan de producción prendas infantiles

Plan de Producción Prendas Infantiles					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	547	485	490	350	340
Inventario Final	485	490	350	340	289
Exigencias del Producto	1032	975	840	690	629
Inventario Inicial	0	485	490	350	340
Producción Planificada	1032	490	350	340	289

Plan de Producción Accesorios Infantiles					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	340	251	260	197	175
Inventario Final	251	260	197	175	149
Exigencias del Producto	591	511	457	372	324
Inventario Inicial	0	251	260	197	175
Producción Planificada	591	260	197	175	149

Fuente: Elaboración Propia

En la información presentada de la tabla 11, ha sido calculada y tomada respectivamente de las proyecciones de ventas durante esos cinco (5) periodos estipulados. De esta forma las exigencias del producto corresponden a las ventas anuales + inventario final y la producción planificada son las exigencias del producto – el inventario inicial. Dicho inventario inicial en su primer periodo deberá siempre ser 0.

En la tabla 11, se puede observar de forma resumida mediante un estudio, el plan de producción necesario y básico que deberá proseguir la empresa para llegar un punto de equilibrio. En este caso, el análisis esta seccionada en 2 partes correspondientes a los 2 conjuntos de productos pertenecientes al portafolio de Infantiles Didier.

3.5. Análisis de Infraestructura

Tabla 12

Activos fijos de infraestructura.

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	IVA	Valor con IVA	Valor Total
Maquinaria Plana	6	\$ 1.125.900	\$ 264.100	\$ 1.390.000	\$ 8.340.000
Maquinaria Fileteadora	4	\$ 1.320.300	\$ 309.700	\$ 1.630.000	\$ 6.520.000
Maquinaria Cerradora	1	\$ 364.500	\$ 85.500	\$ 450.000	\$ 450.000
Maquinaria Cortadora	2	\$ 307.800	\$ 72.200	\$ 380.000	\$ 760.000
Maquinaria Collarin	1	\$ 2.142.450	\$ 502.550	\$ 2.645.000	\$ 2.645.000
Maquinaria Bordadora	2	\$ 1.620.000	\$ 380.000	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
Maquinaria Empretinadora	1	\$ 3.240.000	\$ 760.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Maquinara presilladora	1	\$ 6.075.000	\$ 1.425.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000
Mesa de Corte	2	\$ 607.500	\$ 142.500	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Mesa de Plancha	2	\$ 97.200	\$ 22.800	\$ 120.000	\$ 240.000
Mesas Empacado	3	\$ 121.500	\$ 28.500	\$ 150.000	\$ 450.000
TOTAL		\$ 17.022.150,00	\$ 3.992.850,00	\$ 21.015.000,00	\$ 36.405.000,00

Equipos de Oficina					
Computador	2	\$ 1.296.000	\$ 304.000	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
Impresora	1	\$ 526.500	\$ 123.500	\$ 650.000	\$ 650.000
Telefono	2	\$ 64.800	\$ 15.200	\$ 80.000	\$ 160.000
Fotocopiadora	1	\$ 2.025.000	\$ 475.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Impresora Térmica	1	\$ 97.200	\$ 22.800	\$ 120.000	\$ 120.000
TOTAL		\$ 4.009.500	\$ 940.500	\$ 4.950.000	\$ 6.630.000

TOTALES	\$ 21.031.650,00	\$ 4.933.350,00	\$ 25.965.000,00	\$ 43.035.000,00
----------------	-------------------------	------------------------	-------------------------	-------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Para esta planeación, se hará uso de proveedores nacionales certificados mediante la página web “RETEXA”. Esta es una proveedora de diferentes marcas para maquinaria de uso textil en Colombia como de equipos de oficina. Los precios que allí aparecen son un equivalente (pueden cambiar y variar según el proveedor) y las cantidades son alusión a la capacidad de producción. Los valores finales pueden variar según el periodo y lugar de compra, lo mencionado en la tabla anterior es una aproximación del costo de maquinaria y equipo completamente nuevo.

3.6. Identificación de Inventarios

La infraestructura de Infantiles Didier es compuesta por 3 zonas generales. La primera de ellas, corresponde a la zona industria donde se maneja todo el proceso de creado y empacado de las telas y productos finales. Allí se ubica la mesa de corte, donde será el lugar necesario para el diseño de nuevas prendas y realizar saque de muestras según orden y pedidos de producción. Igualmente se ubican las maquinarias, bordado y fileteadoras para agilizar los procesos de paso de telas y movilidad. Seguidamente de ellas, están las áreas de empacado junto a las bodegas, esta zona de empaque cuenta con canastillas donde se estarán las láminas de plástico y las cajas de cartón prefabricadas. Esto agiliza los procesos de inventariado y registro de pedidos.

La siguiente zona, es la de inventarios que para el caso de Infantiles Didier se poseen 2 tipos de bodegas internas, cada una con su propósito general de almacenamiento de insumos y materias primas y productos finales empacados. Al ser una empresa pequeña que apenas va a iniciar sus funciones, la bodega no posee políticas no tan estrictas. Es atendida por la misma mano de obra quien, al realizar ventas o despachos, se hace el respectivo registro.

La tercera, es la zona administrativa, que, para Infantiles Didier, dispone solamente de 1 despacho. Cuenta con dos computadores para proporcionar la agilidad entre papeleo y registro, se tienen estanterías donde se almacenan recibos, órdenes y pedidos. Cada archivo es guardando en un A-Z por orden de fecha y se encuentran todos los equipos de oficina para agilidad de procesos. Sin embargo, aunque toda la infraestructura es importante, una de las zonas más cruciales en sentido organizacional, es la industrial o el área de confección. Esta zona tiene una norma estricta entre el transporte del material de corte por las diferentes maquinarias y distribución a cada una de ellas. Se busca que la maquinaria primaria este junto a la zona de corte para mayor facilidad de transporte, ya que la empresa cuenta con dos sectores donde estarán dedicadas las maquinarias.

3.7. Análisis de Costos

Tabla 13

Presupuesto de costos

Costo Unitario Prendas Infantiles								
Materiales	Unidades	Cantidad por unidad	Costo Unitario	Costo Total 1 Año	Costo Total 2 Año	Costo Total 3 Año	Costo Total 4 Año	Costo Total 5 Año
Telas	Metro	0,65	12500	\$ 8.125,00	\$ 10.125,00	\$ 10.325,00	\$ 11.368,00	\$ 13.368,00
Hilos	Tubo	0,25	2800	\$ 700,00	\$ 957,00	\$ 1.057,00	\$ 1.157,00	\$ 1.857,00
Botones	Unidad	4	30	\$ 120,00	\$ 220,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 371,00
Marquilla	Unidad	1	1200	\$ 1.200,00	\$ 1.300,00	\$ 1.700,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Empaque	Unidad	1	1750	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.850,00	\$ 2.150,00	\$ 2.150,00
Valor mano de obra por prenda				\$ 4.450,00	\$ 4.450,00	\$ 5.450,00	\$ 7.450,00	\$ 8.450,00
Costo Total Materia Prima Enterizos				\$ 16.345,00	\$ 18.802,00	\$ 20.722,00	\$ 24.865,00	\$ 28.596,00

Costo Unitario Pantalones Infantiles								
Materiales	Unidades	Cantidad por unidad	Costo Unitario	Costo Total 1 Año	Costo Total 2 Año	Costo Total 3 Año	Costo Total 4 Año	Costo Total 5 Año
Telas	Metro	0,75	10500	\$ 7.875,00	\$ 8.032,50	\$ 8.193,15	\$ 8.357,01	\$ 8.524,15
Hilos	Tubo	0,6	3100	\$ 1.860,00	\$ 1.897,20	\$ 1.935,14	\$ 1.973,85	\$ 2.013,32
Botones	Unidad	1	50	\$ 50,00	\$ 51,00	\$ 52,02	\$ 53,06	\$ 54,12
Marquilla	Unidad	1	1200	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
Empaque	Unidad	1	1750	\$ 1.750,00	\$ 1.785,00	\$ 1.820,70	\$ 1.857,11	\$ 1.894,26
Valor mano de obra por prenda				\$ 4.450,00	\$ 4.539,00	\$ 4.629,78	\$ 4.722,38	\$ 4.816,82
Costo Total Materia Prima Enterizos				\$ 17.185,00	\$ 17.528,70	\$ 17.879,27	\$ 18.236,86	\$ 18.601,60

Costo Unitario Accesorios								
Materiales	Unidades	Cantidad por unidad	Costo Unitario	Costo Total 1 Año	Costo Total 2 Año	Costo Total 3 Año	Costo Total 4 Año	Costo Total 5 Año
Lana	ovillo	2	2800	\$ 5.600,00	\$ 6.640,00	\$ 6.740,00	\$ 7.240,00	\$ 8.240,00
Empaque	Unidad	1	1100	\$ 1.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.600,00	\$ 3.000,00	\$ 4.190,00
Valor mano de obra por prenda				\$ 1.298,00	\$ 2.298,00	\$ 3.356,00	\$ 4.356,00	\$ 5.356,00
Costo Total Materia Prima Accesorios				\$ 7.998,00	\$ 11.038,00	\$ 12.696,00	\$ 14.596,00	\$ 17.786,00

Costo Unitario Camisas Infantiles								
Materiales	Unidades	Cantidad por unidad	Costo Unitario	Costo Total 1 Año	Costo Total 2 Año	Costo Total 3 Año	Costo Total 4 Año	Costo Total 5 Año
Telas	Metro	0,85	9500	\$ 8.075,00	\$ 8.236,50	\$ 8.401,23	\$ 8.569,25	\$ 8.740,64
Hilos	Tubo	0,5	2800	\$ 1.400,00	\$ 1.428,00	\$ 1.456,56	\$ 1.485,69	\$ 1.515,41
Botones	Unidad	1	50	\$ 50,00	\$ 51,00	\$ 52,02	\$ 53,06	\$ 54,12
Marquilla	Unidad	1	1200	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
Empaque	Unidad	1	1750	\$ 1.750,00	\$ 1.785,00	\$ 1.820,70	\$ 1.857,11	\$ 1.894,26
Valor mano de obra por prenda				\$ 4.450,00	\$ 4.539,00	\$ 4.629,78	\$ 4.722,38	\$ 4.816,82
Costo Total Materia Prima Enterizos				\$ 16.925,00	\$ 17.263,50	\$ 17.608,77	\$ 17.960,95	\$ 18.320,16

Fuente: Elaboración Propia

Acerca de los presupuestos en los costos unitarios y totales de una colección o lanzamiento previo al mercado, utilizando materiales que ya han sido descritos en la ficha técnica, la cantidad de materia requerido para 1 unidad y el costo total que es igual al proyectado en la propuesta de ventas. Los accesorios siempre requerirán de un ovillo de lana para su fabricación, mientras que los enterizos, camisas y pantalones pueden variar.

Capítulo IV – Estudio Organizacional

4.1 Estructura Organizacional

Direccionamiento estratégico

Misión

Elaborar productos innovadores textiles de alta calidad que satisfagan la necesidad de las madres de proteger a sus recién nacidos, brindando siempre el servicio con excelencia manteniendo a su equipo técnico capacitado y preparado para las competencias de un equipo de trabajo orientado a la mejora continua.

Visión

En los próximos 5 años, ser una empresa reconocida en el mercado textil en Colombia, reconocida por su innovación, calidad y seguridad así misma viéndose como un lugar excelente de trabajo.

Objetivos

- Reestructurar la planta operativa haciendo un cambio en las maquinarias por unas de mayor calidad y tecnología para la creación de una mejora significativa en el proceso de producción.
- Mejorar los canales de ventas y marketing para una expansión en los consumidores potenciales mediante el llamado marketing 3.0.
- Hacer un análisis de viabilidad sobre la expansión global de proveedores de insumos logrando una mejora en la relación de calidad y precio.

4.2. Estructura Organizacional y Análisis de Cargos

Según su organigrama se encuentra en primer lugar al gerente de la empresa, que es el foco principal que vela por la misma y su cumplimiento de la misión y visión siendo líder que logre gestionar correctamente toda la operatividad. Sus responsabilidades son variadas, ya que se encarga de impulsar, guiar y seguir las diferentes estrategias propuestas que encaminan al cliente y a las ventas; regulando el comportamiento y actuar de sus empleados haciendo uso de liderazgo comunicativo. Deberá ser vocero para velar por el correcto funcionamiento de la organización manteniendo la eficiencia y calidad que se implementarán en la planta operativa para mantener una productividad y cumplimiento de los objetivos.

Seguido de él, se tiene el gerente de nómina, quien será la persona responsable de supervisar y garantizar el cumplimiento de las leyes colombianas asegurando la exactitud de los pagos de los empleados, tomar la decisión del recaudo salarial (monto bruto) del pago para empleados, locales, embargos, etc.

El (los) vendedor(es) quien o quienes serán los encargados de la sección de puntos de venta, marketing y caja. Sus responsabilidades se basan en la sección de marketing y atención al cliente, captar nuevos consumidores potenciales por medio de la presentación de los productos generando comunicación para la intención de compra, promover las diferentes estrategias como descuentos o promociones, ser responsables en procesos de caja y corte, ser gestores en los procesos de devoluciones y ofreciendo asesoría a quien lo requiera.

La planta de producción donde estarán involucrados los operarios cuya participación radica en suplir las actividades importantes e indispensables de la empresa para su crecimiento y auge. Aquí se dispone diferentes cargos laborales como las secciones de corte, que son encargados de la manipulación de la materia prima como las telas, mediante moldes necesarios para sacar un esqueleto de la prenda en cuestión. Igualmente son aquellos que manipulan dicho esqueleto para generar la prenda obtenida mediante maquinarias y tecnologías. Se tiene al diseñador, quien es aquel encargado en estampar los modelos acordados y realizar ajuste y solución de errores que puedan tener la prenda. Por último, estarán los empacadores, que son los encargados de elaborar las cajas de empaque y colocar el producto terminado para luego guardarlas en bodega. Todos ellos se responsabilizan del proceso de calidad en la mano de obra mediante un contrato de prestación de servicios.

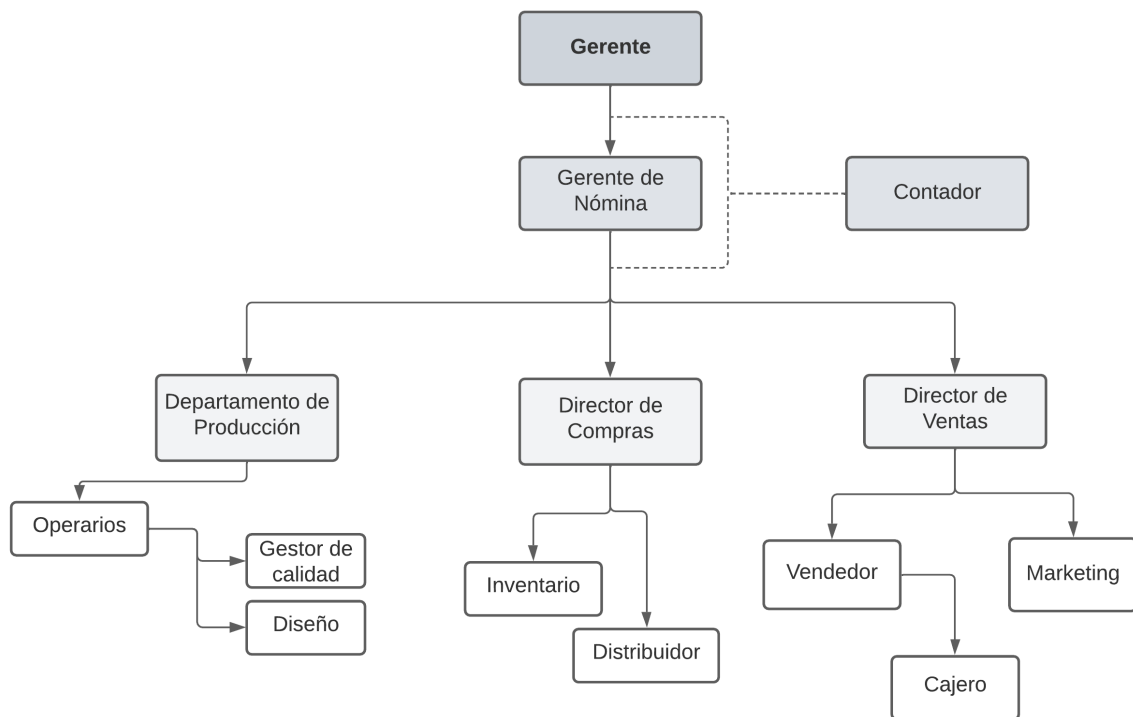
El director de compras, quien será responsable de los puntos de ventas, de manejar y controlar el inventario para reabastecer locales comerciales (distribución), evaluar los costos de insumos buscando mejores oportunidades en la sección de producción, realizar evaluación y análisis en proveedores y sobre todo la relación y comunicación constante con los clientes como con proveedores.

El director de ventas, quien será (serán) la persona encargada principalmente de gestionar los procesos de marketing y publicidad, ser el líder quien supervisa, planifica y dirige el trabajo diario en los puntos de venta, participar en los procesos de contabilidad, resolver problemas comerciales, representar en muestrarios y foros, marcar y velar por el cumplimiento de objetivos diarios en ventas y dirigir los procesos operativos relacionados en actividades comerciales.

Por último, el contador quien es el responsable de registrar y verificar movimientos y transacciones contables realizadas en la empresa, persona quien recibirá los informes de ventas de los directores y será quien administre en libros dicha información. Ayuda en la toma de decisiones que tengan que ver en el área financiera, responsable de la gestión contable, administración y control de riesgos financieros y supervisor de los estados contables y presupuestos de costos.

Figura 3

Organigrama Infantiles Didier.



Fuente: Elaboración Propia

4.3. Análisis DOFA

Debilidades: La poca capacitación que estos poseen para las nuevas tendencias en cuanto a marketing. La aparición de la pandemia, ha convertido esta debilidad en una amenaza.

Oportunidades: Infantiles Didier cuenta con una excelente organización y personal para ser una empresa pequeña en la fabricación de ropa infantil. Posee gran peso competitivo que puede abrirles puertas a una expansión nacional.

Fortalezas: Contienen una gran cantidad de clientes potenciales, que, a raíz de una pandemia, las ventas siguen manteniendo a dichos consumidores. Su imagen frente a la calidad y producto es intachable y gusta al tacto. Sus empleados son fieles y trabajadores frente a políticas y normativas.

Amenazas: Escases del uso de nuevas tecnologías que han logrado desde mucho antes, ir un paso atrás de sus competidoras. No poseen redes sociales o un sistema de promoción o marketing dirigida que los ayuda a un impulso. Existe un gran desorden en cuanto a los registros contables y a raíz de la pandemia, pone en riesgo la existencia de la empresa.

Tabla 14
Matriz DOFA

Matriz DOFA: Infantiles Didier	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategia FO: Expansión comercial a nivel nacional, importación de telas de mejor calidad.	Estrategia DO: Capacitar a los empleados en el ambiente de marketing digital.
Amenazas (A)	Estrategia FA: Iniciar una expansión al marketing 3.0, impulsando los productos que se fabrican en la empresa.	Estrategias DA: Abrir los canales de comercio al marketing digital, como forma de promoción y venta expandiendo barreras digitales.

Fuente: Elaboración Propia

4.3. Aspectos Legales

La constitución al momento de crear y formar una empresa, exige un cierto número de requisitos que hay que tener en cuenta. El más importante de ellos es la formación de la minuta que para la empresa debe constituir ya se precisa a detalle la actividad económica que se realizará, la razón social, mercado, socios y quienes participan.

En esta minuta irán reflejados diferentes aspectos como el costo de creación, viabilidad, flexibilidad, imagen, riesgo patrimonial y costos tributarios. Aparte de esto, se hace requerido la formalidad de la sociedad, encontrando y registrado que Infantiles Didier maneja una sociedad comercial. Se pacta por medio de 2 socios principales guiados a un solo mercado y una sola razón social.

Haciendo un análisis sobre la constitución de la misma, lo primero que se hace es consultar en la entidad RUES sobre la posible existencia de una empresa que contenga el mismo nombre que se desea estipular. Esto con el fin de generar la primera parte de la minuta constitutiva, donde se expresan los datos generales tanto de los socios como de la organización. Se pacta la creación de la sociedad comercial, el mercado de la futura organización, estatutos y responsabilidades, el capital social y los aportes de cada socio entendidos como bienes monetarios o bienes no monetarios.

Después de ello, se hace el requerimiento de preparar los documentos anexos necesarios que estos serían: un pre-Rut, fotocopia de la cedula de los representantes y formulario único empresarial. Este último es aquel que contendrá los estatutos de la compañía para definir la estructura de la organización. Y el pre-Rut que es un documento oficial y muy importante para reconocerla de forma oficial. Este documento o plantilla se diligencia en la página oficial de la DIAN, como formulario único exigiendo nuevos requisitos dentro de la misma que se deberán de cumplir para analizar y posteriormente aceptarla.

Se debe seguir una serie de pasos para legalizar la empresa mediante los aspectos legales de constitución y normatividad tributaria. Esto con el fin de un reconocimiento gubernamental referente al RUT ante la DIAN y la cámara de comercio, estos mismos deberán estar registrados e inscritos en el registro mercantil para validaciones exitosas y efectivas de la constitucionalidad. Para ello se le hace solicitud de:

- Original documento de identidad de los socios
- Formulario del registro único tributario (RUT)
- Formularios de la CCB
- Formulario RUES (registro único empresarial y social)
- Matricula mercantil
- Anexos de constitucionalidad como la minuta.

Una vez tenido todo esto en cuenta y siguiendo los pasos anteriores, se puede definir la inscripción en la cámara de comercio donde se harán las inscripciones de las cuentas de ahorros, tramitar el RUT definitivo, el registro mercantil definitivo y la resolución de facturación con la firma digital. De allí se deriva los requisitos del documento general de constitución, donde se hará solicitud del nombre con documento de identidad de socios y accionistas, la razón social mediante su tipo de sociedad, declarar el domicilio principal con existencia de sucursales, clase con valor nominal, enumeración de sus actividades principales, términos, principios de administración y facultades de los administradores.

Infantiles Didier es una empresa pequeña que, aunque haya iniciado no hace más de 5 años, los aspectos legales en la representación ambiental, no son tan influyentes ya que las maquinarias que se usan no son completamente industriales porque se sus confecciones en gran mayoría son de forma manual. De esta forma, la empresa se compromete en la disminución del uso de la energía en la planta y en la sección de producción.

De igual forma, la empresa se compromete con el uso de plásticos, por lo que sus empaques son realizados en cartón, realizando una contribución al medio ambiente y generando menor contaminación con u hacia las personas que hagan compra de sus productos

Tabla 15

Aspectos Legales

Aspecto	Referente Legal	Descripción
Constitución Legal	Ley 232 de 1995	Normas de funcionamiento y constitución de empresas colombianas.
Permisos para actividad económica	Decreto 1879 de 2008	Requisitos documentales obligatorios y exigibles para la actividad económica su apertura y operación.
Aspecto tributario	Ley 1819 de 2016	Marco regulatorio de contribuyentes.
Salud ocupacional	Ley 9 de 1979	Ley general de la salud ocupacional en Colombia.
Aspecto Ambiental	Decreto 2811 de 1974	Fundamentos normativos para controlar la contaminación y bienes ambientales.

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Presupuestos a Considerar

4.4.1. Gastos Administrativos

Tabla 16

Gastos administrativos

Gastos de Administración					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aseo de planta	\$ 110.000	\$ 116.600,00	\$ 123.596,00	\$ 131.011,76	\$ 138.872,47
Seguros	\$ 100.000	\$ 108.000,00	\$ 116.640,00	\$ 125.971,20	\$ 136.048,90
Asesorías Contables	\$ 850.000	\$ 873.800	\$ 898.266	\$ 923.418	\$ 949.274
Coordinador comercial	\$ 1.235.000	\$ 1.270.815,00	\$ 1.307.668,64	\$ 1.345.591,03	\$ 1.384.613,17
Seguridad Laboral	\$ 90.000	\$ 94.500,00	\$ 99.225,00	\$ 104.186,25	\$ 109.395,56
Mantenimiento de equipos	\$ 80.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 120.000,00
Papelería	\$ 150.000	\$ 165.000,00	\$ 181.500,00	\$ 199.650,00	\$ 219.615,00
TOTAL	\$ 2.615.000	\$ 2.628.715	\$ 2.726.896	\$ 2.829.828	\$ 3.057.819
TOTAL ANUAL	\$ 31.380.000	\$ 31.544.580	\$ 32.722.752	\$ 33.957.937	\$ 36.693.824

Fuente: Elaboración Propia

4.4.2. Gastos y Costos Fijos

Tabla 17

Gastos administrativos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Gastos Administración	7	\$ 4.482.857,14	\$ 31.380.000,00	\$ 31.544.580,00	\$ 32.722.752,42	\$ 33.957.937,14	\$ 36.693.823,78
Total Gastos Administración						\$ 166.299.093,34	
Gastos Ventas Prendas	6	\$ 2.724,17	\$ 16.345,00	\$ 18.802,00	\$ 20.722,00	\$ 24.865,00	\$ 28.596,00
Total Gastos en Ventas en Prendas						\$ 109.330,00	
Gastos Ventas Accesorios	3	\$ 2.666,00	\$ 7.998,00	\$ 11.038,00	\$ 12.696,00	\$ 14.596,00	\$ 17.786,00
Total Gastos en Ventas Accesorios						\$ 64.114,00	
Gastos de Personal	8	\$ 908.526,00	\$ 7.268.208,00	\$ 7.631.618,40	\$ 7.631.618,40	\$ 7.631.618,40	\$ 7.631.618,40
Total Gastos de Personal						\$ 37.794.681,60	
Gastos de Puesta en Marcha	6	\$ 215.016,67	\$ 1.290.100,00				
Total Gastos						\$ 204.267.218,94	

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo V - Estudio Financiero

5.1. Presupuestos

5.1.1. Gastos de puesta en marcha

Tabla 18

Gastos de constitución

Documentación	Valor
Registro en Cámara de Comercio	\$ 977.500
Autenticación notaría	\$ 11.000
Formulario de registro mercantil	\$ 36.000
Certificados de existencia / representación legal	\$ 53.000
Derecho de inscripción	\$ 199.000
Inscripción de libros	\$ 13.600
	\$ 1.290.100

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2. Costos de personal

Tabla 19

Costos de personal

	Gastos de Nomina				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios Anuales Bases	\$ 100.193.786	\$ 103.700.569	\$ 107.330.088	\$ 111.086.642	\$ 114.974.674
Auxilios de transporte	\$ 3.512.982	\$ 3.635.936	\$ 3.763.194	\$ 3.894.906	\$ 4.031.228
Prestaciones Sociales	\$ 37.149.480	\$ 38.449.711	\$ 39.795.451	\$ 41.188.292	\$ 42.629.882
Seguridad Social	\$ 51.082.519	\$ 52.870.408	\$ 54.720.872	\$ 56.636.102	\$ 58.618.366
Totales	\$ 191.938.767	\$ 198.656.624	\$ 205.609.606	\$ 212.805.942	\$ 220.254.150
					\$ 1.029.265.088

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Capital de trabajo

Tabla 20

Capital de trabajo

Capital de Trabajo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso					
Ventas	\$ 75.230.724,00	\$ 76.735.338,00	\$ 78.239.952,00	\$ 79.744.566,00	\$ 81.249.180,00
Egresos					
Costos Variables	\$ 11.677.973,50	\$ 11.545.314,60	\$ 11.398.384,82	\$ 11.236.989,41	\$ 11.061.608,47
Costos Fijos	\$ 6.269.227,00	\$ 6.896.149,70	\$ 7.585.764,67	\$ 8.344.341,14	\$ 9.178.775,25
Préstamos	\$ 9.725.910,00	\$ 9.725.910,00	\$ 9.725.910,00	\$ 9.725.910,00	\$ 9.725.910,00
Total Egresos	\$ 27.673.111	\$ 28.167.374	\$ 28.710.059	\$ 29.307.241	\$ 29.966.294
Flujo de efectivo Neto	\$ 47.557.614	\$ 48.567.964	\$ 49.529.893	\$ 50.437.325	\$ 51.282.886

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Flujo de caja

Tabla 21

Flujo de caja de la empresa

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos o Ventas	\$ 75.230.724,00	\$ 76.735.338,00	\$ 78.239.952,00	\$ 79.744.566,00	\$ 81.249.180,00
(-) Costos de Ventas	\$ 11.677.973,50	\$ 11.545.314,60	\$ 11.398.384,82	\$ 11.236.989,41	\$ 11.061.608,47
(=) Margen de Contribución	\$ 63.552.750,50	\$ 65.190.023,40	\$ 66.841.567,18	\$ 68.507.576,59	\$ 70.187.571,53
(-) Costos Fijos	\$ 6.269.227,00	\$ 6.896.149,70	\$ 7.585.764,67	\$ 8.344.341,14	\$ 9.178.775,25
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 15.000.000,00	\$ 15.570.000,00	\$ 16.161.660,00	\$ 16.775.803,00	\$ 17.413.283,00
(=) Utilidad Operacional	\$ 42.283.523,50	\$ 42.723.873,70	\$ 43.094.142,51	\$ 43.387.432,45	\$ 43.595.513,28
(-) Impuesto de Renta	\$ 14.799.233,23	\$ 14.953.355,80	\$ 15.082.949,88	\$ 15.185.601,36	\$ 15.258.429,65
(=) Utilidad Operacional despues de Impuestos	\$ 27.484.290,28	\$ 27.770.517,91	\$ 28.011.192,63	\$ 28.201.831,09	\$ 28.337.083,63
(+) Partidas no desembolsables (Depreciaciones, amortizaciones y Provisiones)	\$ 8.797.344,67	\$ 8.797.344,67	\$ 8.797.344,67	\$ 8.797.344,67	\$ 8.797.344,67
(=) Flujo de Caja Bruto	\$ 36.281.634,94	\$ 36.567.862,57	\$ 36.808.537,30	\$ 36.999.175,76	\$ 37.134.428,30
(-) Inversión Adicional al Capital de Trabajo	\$ 3.761.536,20	\$ 3.836.766,90	\$ 3.911.997,60	\$ 3.987.228,30	\$ 4.062.459,00
(+) Liquidación de Capital de Trabajo	\$ 36.405.000,00	\$ 36.405.000,00	\$ 36.405.000,00	\$ 36.405.000,00	\$ 36.405.000,00
(+) Valor Residual de Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24.017.500,00
(-) Inversión Inicial	\$ 95.751.900,00	\$ 47.429.000,00	\$ 48.541.076,00	\$ 40.837.633,39	\$ 43.835.361,96
(=) Flujo de Caja Libre	-\$ 26.826.801,26	\$ 21.707.095,67	\$ 20.760.463,70	\$ 28.579.314,07	\$ 49.659.107,34

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22*Flujo de caja del inversionista*

Servicio a la Deuda										
(-) Intereses Financieros*(1- Tasa de Impto Renta)	\$	881.730,46	\$	881.730,46	\$	661.297,85	\$	440.865,23	\$	220.432,62
(-) Abonos a capital	\$	-	\$	4.803.500,00	\$	4.803.500,00	\$	4.803.500,00	\$	4.803.500,00
(-) Pago del saldo de obligaciones financieras (al final de la vida útil)									\$	-
(=) Flujo de Caja del Inversionista	-\$	27.708.531,72	\$	16.021.865,21	\$	15.295.665,85	\$	23.334.948,84	\$	44.635.174,73

Fuente: Elaboración Propia

5.4. Criterios de Decisión y costo de oportunidad**Tabla 23***Criterios de Decisión y costo de Oportunidad*

1. Valor Presente NETO (VPN, VNA,VAN) =			\$	11.216.405,75	\$	6.940.218,71
VPN > 0: Viable por ganancia VPN<0: No viable, no genera ganancia, no recupera la inversión inicial VPN=0; No viable, no genera ganancia, se recupera la inversión inicial	Inversión Viable		Inversión Viable			
2. Tasa Interna de Retorno			15%		18%	
Tasa promedio de rentabilidad de la inversión	Retorna por encima del costo		Retorna por encima del costo			
3. CAUE: Costo Anual Uniforme Equivalente			2.966.104,48		2.010.262,77	
4. RBC: Relación Beneficio - costo			1,23		1,24	
			RBC>1: Ganancia cubre la inversión Inicial RBC=1: La ganancia es igual a la inversión inicial			
5. Periodo de Recuperación			2		2	

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar durante la tabla de amortización, que al realizar el 40% de préstamo a la inversión inicial se tendrán que pagar para el año 2021 tasas efectivas anuales vigentes de 7.06% para un abono a capital de alrededor de 4.803.500 pesos. Esto representa un costo de financiación de 19.214.000 pesos, es decir, una tasa de descuento del proyecto en 1.84%.

Mediante esta tabla de amortización, se pudo lograr evidenciar el flujo de caja del proyecto valorado en los 5 años de aplicación en el cual, se puede observar en su primer año pérdidas de más de 26 mil millones de pesos. Esta pérdida hace referencia a que no se podrá recuperar la inversión inicial en su primer año, sin embargo, siguiendo lo planteado en el plan de negocios donde se especifica la proyección de ventas en los mismos 5 años, se logra obtener una recuperación según la bondad financiera desde el periodo 2. Con una ganancia de más de 20 mil millones para la empresa y alrededor de 16 mil millones para el inversor. Para este flujo de caja se tuvo en cuenta el impuesto declarante de renta del 35% y un 5% de necesidades adicionales de OPEX anual.

Con este flujo de caja, se opta por realizar el valor presente neto donde se logra obtener la viabilidad financiera o bondad financiera. La primera de ellas, indica que en el VPN o VAN es mayor a 0, lo que significa que es viable pues ambas partes obtendrán ganancias. La TIR, ofrece un retorno por encima del costo, lo que para el proyecto es un 15% y para el inversor un 18%, cifra que indica la rentabilidad de la inversión. El CAUE, ofrece resultados positivos que equivalen a la ganancia, el RBC que indica si existe o no la relación de beneficio costo, ofrece una puntuación de 1.23 para el proyecto y 1.24 para el inversor, es decir, que la ganancia cubre la inversión inicial. Por último, el periodo de recuperación de la inversión que surge desde el periodo o año 2. Por lo que, en definitiva, el plan de negocios es viable y rentable.

Capítulo VI – Marco Referencial.

Tabla 24

Marco Referencial

Investigación	Objetivo Principal	Descripción	Citación
“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN DE ROPA JUVENIL FEMENINA, ESPECIALIZADA EN BLUSAS Y COMERCIALIZADAS MEDIANTE UNA PLATAFORMA DIGITAL”	Estructurar un plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina comercializada mediante una plataforma digital.	Se pretende realizar el plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital, en la cual el cliente tiene la oportunidad de participar activamente en el diseño y creación de la prenda de vestir, siendo este al igual que el ecommerce el elemento diferenciador para la empresa dentro del mercado.	(Ayala et al., 2018)
“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA EL PÚBLICO JOVEN DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ”	Desarrollar un plan de negocio para la creación de nuestra propia marca de ropa en la que confeccionaremos y comercializaremos prendas de vestir de alta calidad y novedosas para el público joven inicialmente de la ciudad de Bogotá.	Se pretende desarrollar un plan de negocios que de a flote la creación de una empresa de confecciones de marca propia en la ciudad de Bogotá. Orientado principalmente a los consumidores jóvenes ofreciéndoles prendas cómodas que sigan las tendencias de moda.	(Quevedo, 2017)

<i>“Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Dedicada Al Ecommerce De Los Productos De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Textil En Medellín”</i>	Diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al ecommerce de los productos de las micro y pequeñas empresas del sector textil de Medellín.	Resaltar la importancia del comercio electrónico en el sector textil de Medellín con el fin de crear una empresa de e-commerce teniendo en cuenta el enfoque de la investigación sobre la innovación que busca generar cambios en la comercialización y distribución de los diferentes productos de este sector, identificando las oportunidades que ofrece el mercado digital.	(Fuentes, 2021)
<i>“DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIONES EN LA CIUDAD DE MONTERÍA”</i>	Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de confecciones (Costura Creativa) en la ciudad de Montería	Elaborar este plan de negocios de confecciones “Costura Creativa” con el fin de mitigar la consecución de prendas de vestir acordes a las necesidades de personas que les gusta probar opciones diferentes, creando no solo una experiencia de poder vestir como les gusta, sino también una experiencia placentera de hallar un lugar cómodo y accesible, brindando servicios de diseño, desarrollo del producto y fabricación de prendas de vestir. Se quiere aprovechar el talento y la mano de obra presente en la ciudad de Montería, dando un uso adecuado en el sector textil.	(CAMEJO, 2020)

<i>“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA DE INTERMEDIACIÓN ONLINE DE PRENDAS TEXTILES INFANTILES USADAS”</i>	La elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa, que tenga por objeto la creación de una plataforma de intermediación para la venta y compra de prendas infantiles en estado de uso.	Ofrecer variedad de diseños para responder a las necesidades del consumo actuales, con esto se ha generado una mayor producción de prendas y a su vez se ha contribuido al crecimiento desmedido de la segunda industria más contaminante del planeta. Ofrecer una alternativa a la comercialización tradicional de prendas infantiles, al generar una plataforma de Intermediación digital para la compra y venta de prendas de segunda mano	(ARRIETA, 2021)
<i>“PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA LÍNEA EJECUTIVA DE ROPA FEMENINA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ”</i>	Identificar la demanda y conocer los hábitos y expectativas que tienen las mujeres ejecutivas de los estratos 2, 3, y 4 en la ciudad de Bogotá, a la hora de comprar camisas.	ofrecer prendas de vestir que se acerquen a la realidad de la mayoría de mujeres de Bogotá, permitiendo la generación rentable de la puesta en marcha, mejorando la accesibilidad de los individuos en el momento de la compra dada por la variedad en sus diseños y por un precio justo, esperando lograr así la aceptación del producto.	(MONDRAGÓN, 2019)

<i>“Implementación de Plan de negocios para la creación y desarrollo de la empresa Moda Y Más en el Sector textil en la ciudad de Bogotá.”</i>	Elaborar un plan de negocios para la creación de un micro empresa industrial y comercial de uniformes empresariales, dirigida a las empresas y usuarios de la ciudad de Bogotá.	Realizar un plan de negocios para la empresa Moda Y Más, en el que mediante una investigación exhaustiva se determine la viabilidad de la empresa, con el fin de llevar a cabo su creación. Esta investigación se desarrolla teniendo en cuenta unos primeros aspectos; investigación de mercados, estrategias de mercadeo y proyección de ventas de Moda y Más.	(RUIZ et al., 2019)
<i>“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DE TRABAJO PARA RESTAURANTES, SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD EN LA CIUDAD DE SOGAMOSO.”</i>	Formular un plan de negocios para el diseño, confección y comercialización de uniformes de trabajo para restaurantes, servicios sociales y de salud en la ciudad de Sogamoso.	Investigar las empresas dedicadas a la confección de esta clase de prendas, para formular un plan de negocio teniendo en cuenta la labor que cada cliente realice. Así mismo ofrecer nuevas alternativas en cuanto al uso de telas y diseños, cumpliendo con la calidad y según las normas establecidas, por lo cual tendría una influencia positiva para el crecimiento de este mercado.	(ALDAYA et al., 2017)

Tomado de: Elaboración Propia

Capítulo VII – Marco Conceptual

Tabla 25

Marco Conceptual

Nombre	Concepto
E-commerce	El proceso de e-commerce es un concepto teóricamente nuevo que ha tomado fuerza desde los últimos años debido al desarrollo tecnológico. Hace referencia al proceso general de la compra y venta de productos o servicios a través de las tecnologías. En otras palabras, es un nuevo canal donde las empresas pueden hacer procesos de gestión tales como venta, reconocimiento, promoción, etc (Valora, 2021).
Marketing 3.0	El avance tecnológico ha generado grandes cambios y mejoras en los procesos de gestión y ventas en las empresas. Aunque los métodos tradicionales siguen existiendo, el uso de la tecnología es indispensable. El marketing 3.0 es un término surgido a partir de la necesidad de cumplir con las tecnologías usadas por los consumidores buscando no solamente cumplir con expectativa del cliente, sino dar una experiencia general (IEP, 2018).
Industria 4.0	Concepto que relaciona los procesos industriales, de gestión, ventas, etc que conlleva el uso de tecnologías aplicadas como la IoT, cloud computing, big data, IA, impresiones 3D y demás (Inés et al, 2018).
Punto de Equilibrio	Es una fórmula usada que establece en un plan de mejoramiento de negocios el cálculo para definir el momento donde los ingresos y los gastos son 0 o cercanos a ello. Esto indica que se logra vender lo mismo que se gasta y por lo tanto la empresa o negocio está en una especie de “auge” (Contreras, 2021).

TIR (Tasa Interna de Retorno)	Es un indicador utilizado y necesario para la evaluación de un plan de negocios o evaluación de proyecto. La TIR es una representación de rentabilidad que facilita la toma de decisiones en propuestas de inversión. En otras palabras, si el cálculo de la TIR es alto, la rentabilidad también lo será (Sage, 2021).
VPN (Valor Presente Neto)	El valor presente neto, es un método de cálculo usado en proyectos de inversión para determinar los flujos de caja futuros estimados. Este valor representa el valor presente de los flujos proyectados hacia un tiempo futuro. Su propósito radica netamente en generar un estudio de ingresos y beneficios en comparación del ahora y del futuro para determinar la rentabilidad de la inversión (Gerencie, 2021).
RBC (Relación Beneficio Costo)	Es un cálculo fundamental en proyectos de inversión, ya que con ella se logra determinar y estudiar la relación de la viabilidad del proyecto. Esto porque se logra identificar si el beneficio obtenido es mayor a los costos de producción. Sin embargo, su uso no es suficiente para determinar viabilidad ya que no se toman en cuenta factores humanos (INCP, 2015).
Costo Variable / Unitario	Los costos variables son todos aquellos costos que varían su valor dependiendo de la cantidad de productos o de servicios que la empresa o el plan proyecten o realicen. Los costos Unitarios hacen referencia a los valores requeridos para la producción de dicho producto o servicio. Es decir, entre mayor sea la cantidad de productos o servicios que deba producir una empresa, mayor serán sus costos (Torres, 2021).

Tomado de: Elaboración propia

Conclusiones

Mediante el estudio del mercado del sector textil, se encontró que a pesar de las inconveniencias del COVID 19, el sector es el más propenso a sufrir cambios en los próximos años, sus razones se fundamentan en que este representa un gran porcentaje del PIB además de ser una de las principales generadoras de empleo en Colombia. Es el sector más afectado que ha generado la liquidación de muchas empresas y ha contribuido a un alza en la tasa de desempleo, pero a pesar de ello, es uno de los sectores que para el presente año ha tenido más recuperación que cualquier otro, por lo tanto, una idea de negocios para este mismo, podría surgir a flote con una buena planificación.

Sin embargo, para que fluya la idea de negocios, el estudio técnico mediante sus proyecciones arrojó en su primer año unas ventas que deberían ser suficientemente altas para contrarrestar la idea de inversión en maquinaria y puntos de venta. El punto de equilibrio señaló que la empresa en su primer periodo, tendría problemas para generar ganancia líquida y desde su segundo año, estas ganancias podrán ya ser visibles si se cumplen con las estrategias.

La estructura de la empresa, puede llegar a ser sólida si su equipo de trabajo se enfoca en los procesos de venta y administración de recursos. Si se tiene una administración sólida el riesgo podría disminuir. Cargos laborales como diseñador o administrador de bodega no se tendrán en cuenta ya que la empresa apenas estaría surgiendo. Se debe destacar que siempre se debe mantener un régimen de calidad en los procesos de producción.

Mediante el estudio financiero, se puede mencionar que el proyecto de inversión o el plan de negocios para una empresa de textil infantil podría ser una opción viable, sin embargo, esta puede tomar al alrededor de un poco más de 1 año de trabajo para generar una recuperación si se quiere llevar a cabo la aplicación de las estrategias planteadas acerca de la maquinaria, marketing digital y los puntos de venta según lo menciona la bondad financiera.

Referencias Bibliográficas

- Bogotá, C. de C. (2020). *El Sistema de Moda en Colombia*. 2020.
<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2020/Diciembre-2020/El-sistema-moda-en-Colombia-se-recuperara-en-2022>
- DANE. (2020). *Índice de Producción Industrial (IPI)*.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipi/bol_ipi_enero_20.pdf
- DANE. (2021). *Estadísticas de Competitividad Industrial*.
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/estadisticas-de-competitividad-industrial>
- elcolombiano. (2021). El Sector Textil. *Elcolombiano*, 1.
<https://www.elcolombiano.com/cronologia/noticias/meta/sector-textil>
- Guerrero, L., & Serrano, F. (2017). Evaluación de proyectos y modelos de negocios. In *Evaluación de proyectos y modelos de negocios* (1st ed., p. 12). <http://ebooks7-24.com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/?il=11192>
- Ayala, S., & Torres, L. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22648/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20JIERÜ.pdf>
- Quevedo, S (2017). Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación, producción y comercialización de prendas de vestir para el público joven de la ciudad de Bogotá.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3151/Quevedosamuel2017.pdf?sequ>

Ortega, S (2021). *Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Dedicada Al Ecommerce De Los Productos De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Textil En Medellín*. <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/5133>

González, J (2020). Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de confecciones en la ciudad de montería. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20380/2/2020_diseñar_plan_negocios.pdf

Arrieta, S (2021). Plan de negocio para la creación de una plataforma de intermediación online de prendas textiles infantiles usadas. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10524/ArrietaSusana2021.pdf;jsessionid=82B9E807F8113750D76211B09F43DD78?sequence=1>

Daza, C (2019). Plan de negocio para la fabricación y comercialización de una línea ejecutiva de ropa femenina en la ciudad de Bogotá. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/5966/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1>

Ruiz, A., & Silva, A., & Muñoz, C (2019). Implementación de Plan de negocios para la creación y desarrollo de la empresa Moda Y Más en el Sector textil en la ciudad de Bogotá. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3603/PROYECTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aldana, D., & Fonseca, S (2017). Formulación de un plan de negocios para el diseño, confección y comercialización de uniformes de trabajo para restaurantes, servicios sociales y de salud en la ciudad de Sogamoso. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1921/1/TGT-643.pdf>

- VALORA. (2021). E-commerce: así está el comercio electrónico en Colombia. <https://www.valoraanalitik.com/2021/08/20/ecommerce-comercio-electronico-compra-venta-productos/>
- IEP. (2018). Marketing 3.0 ¿En qué consiste?. <https://www.iep.edu.es/marketing-3-0-en-que-consiste/>
- Basco, A., & Beliz, G., & Coatz, D., & Garnero, P. (2018). Industria 4.0: Fabricando el Futuro. <http://dx.doi.org/10.18235/0001229>
- Contreras, J. (2021). Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo. <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/11/punto-de-equilibrio-que-es-y-como-calcularlo.html>
- Fernández, J. (2021). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula?. <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>
- GERENCIE. (2021). Valor Presente Neto. https://www.gerencie.com/valor-presente-neto.html#Que_es_el_valor_presente_net
- INCP. (2015). Relación Beneficio/Costo, ¿por qué es importante tenerla en cuenta para la planeación de un proyecto?. <https://incp.org.co/relacion-beneficiocosto-por-que-es-importante-tenerla-en-cuenta-para-la-planeacion-de-un-proyecto/>
- Torres, D. (2021). ¿Qué son y cómo calcular los costos variables?. <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables>
- López Zully, Prias Vivian & Molina Hugo. (2020). Competitividad del sector textil en Colombia.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/28501/1/2020_competitividad_sector_textil.pdf

Textiles Panamericanos. (2019). COLOMBIA: Crece importancia de la industria textil.

<https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2019/09/colombia-crece-importancia-de-la-industria-textil/>

Revista Semana. (2021). La industria textil sigue en el 'calvario'.

<https://www.semana.com/economia/inversionistas/articulo/la-industria-textil-sigue-en-el-calvario/202115/>

Adolfo Gustavo. (2016). DIVERSIFICACIÓN INTELIGENTE: Propuesta de valor para la industria Textil y de Confecciones.

https://www.bancoldex.com/sites/default/files/documentos/informe_textil_y_de_confecciones_final.pdf

Pineda Leidy. (2019). Comportamiento de sector Textil – Confección en Colombia.

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3971/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>