

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Dependencia	Aprobado		Pág.
		SUBDIRECTOR ACADÉMICO		1(116)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KARINA BACCA VELÁSQUEZ		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	MARY RAMONA BOHÓRQUEZ CASADIEGO		
TÍTULO DE LA TESIS	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>LA IDEA DE ORGANIZAR UNA EMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, LA CUAL AGRUPE Y CANALICE TODO SU POTENCIAL EN PRO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA CIUDAD. DE IGUAL FORMA CON LA CREACIÓN DE LA EMPRESA, SE BENEFICIAN LOS ASOCIADOS YA QUE SE LES PERMITE FORTALECER LA CALIDAD DE VIDA, MEDIANTE EL MEJORAMIENTO CONTINUO, OTROS BENEFICIADOS DE ESTA ES LA CREACIÓN DE NUEVAS FUENTES DE EMPLEO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 118	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM: 1



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN DE
ROPA FEMENINA EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

AUTOR:

KARINA BACCA VELÁSQUEZ

Trabajo de grado para optar el título de administrador de empresas

Directora

MARY RAMONA BOHÓRQUEZ CASADIEGO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Julio del 2017

Agradecimientos

La autora expresa los agradecimientos a la directora del trabajo de grado Administrador de Empresas MARY RAMONA BOHÓRQUEZ CASADIEGO, por su apoyo incondicional y guía para el logro de los objetivos propuestos, de igual forma a todos los docentes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y administrativos de la misma, por brindarme sus conocimientos y formarme profesionalmente para servirle a la sociedad.

Índice

Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	1
1.1 Planteamiento del problema.	1
1.2 Formulación del problema.	2
1.3 Objetivos	2
1.3.1 General	2
1.3.2 Específicos	2
1.4 Justificación.	3
1.5 Delimitaciones.	4
1.5.1 Delimitación Operativa	4
1.5.2 Delimitación Conceptual	4
1.5.3 Delimitación Geográfica	4
1.5.4 Delimitación Temporal	5
 Capítulo 2. Marco referencial	 6
2.1 Marco Histórico.	6
2.1.1 Antecedentes de las confecciones a nivel internacional	6
2.1.2 Antecedentes de las confecciones a nivel nacional.	7
2.1.3 Antecedentes de las confecciones a nivel local	9
2.2 Marco Teórico.	10
2.3 Marco conceptual.	12
2.4 Marco contextual.	18
2.5 Marco legal.	19
 Capítulo 3. Diseño metodológico	 23
3.1 Tipo de investigación.	23
3.2 Población.	23
3.3 Muestra.	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.	24
3.5 Procesamiento y análisis de la información.	24
 Capítulo 4. Presentación de resultados	 25
4.1. Características de la oferta y demanda teniendo en cuenta el público meta al que se dirigirá la empresa, a través de un estudio de mercado.	25
4.1.1 Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	25
4.1.2 Entrevista aplicada a los dueños de textileras en la ciudad de Ocaña	37
4.1.3 Análisis del sector	38
4.1.4 Diagnóstico de la estructura actual y perspectivas del sector	40
4.1.5 Producción de fibras	40

4.1.6 Análisis del mercado	44
4.1.7 Estimación del segmento/ nicho de mercado (Tamaño y crecimiento).	45
4.1.8 Demanda Potencial	46
4.1.9 Capacidad de producción	46
4.1.10 Análisis del consumidor	46
4.1.11 Estrategia. Mercadeo	47
4.1.12 Nombre	48
4.1.13 Determinación de los canales de distribución	48
4.2 Líneas de autoridad, responsabilidad y aspectos legales necesarios para una empresa, por medio del estudio administrativo.	49
4.2.1 Misión	49
4.2.2 Visión	50
4.2.3 Políticas	50
4.2.4 Valores corporativos. Integridad	52
4.2.5 Organigrama.	53
4.2.6 Manual de funciones.	53
4.2.7 Reglamento interno de trabajo.	59
4.2.8 Estatutos.	69
4.2.9 Aspecto legal	74
4.3 Necesidades de los recursos físicos, técnicos y humanos para la puesta en marcha de la empresa.	77
4.3.1 Ficha técnica del producto	77
4.3.2 Descripción del proceso	78
4.3.3 Necesidades y requerimientos	80
4.3.4 Propiedad planta y equipo	82
4.4 Costos iniciales, de la inversión y operación de la empresa, por medio del estudio financiero y evaluación económica.	83
4.4.1 Balance inicial	84
4.4.2 Manejo de depreciación	85
4.4.3 Proyección del precio	86
4.4.4 Determinación del costo variable	86
4.4.5 Gastos de operación	86
4.4.6 Estado de resultado	87
4.4.7 Flujo de caja	87
4.4.8 Valor Presente Neto (VPN)	88
4.4.9 Tasa Interna de Retorno (TIR)	89
4.4.10 Valor Actual Neto	90
4.4.11 Razón costo beneficio	90
4.5 Impacto social y ambiental que genera la empresa mediante su puesta en marcha.	91
4.5.1 Aspecto social	91
4.5.2 Impacto ambiental	92

Capítulo 5. Conclusiones **93**

Capítulo 6. Recomendaciones **94**

Referencias

96

Apéndices

98

Lista de tablas

Tabla 1. Frecuencia compra de ropa femenina	41
Tabla 2. Tipo de prendas compradas	42
Tabla 3. Talla de las prendas compradas para dama.	43
Tabla 4. Presupuesto que se destina para la compra de prendas.	44
Tabla 5. Tipo de tela que busca a la hora de comprar prendas	45
Tabla 6. Lugar donde se compra las prendas	46
Tabla 7. Motivo para escoger el sitio donde adquiere las prendas	47
Tabla 8. Apoyo a la empresa ocañera y disposición para adquirir las prendas	48
Tabla 9. Razones por las que debe existir un establecimiento de este tipo en Ocaña.	49
Tabla 10. Publicidad que se debe implementar en la empresa.	50
Tabla 11. Expectativas sobre la creación de la empresa.	51
Tabla 12. Manual de funciones.	68
Tabla 13. Proyección de precios	101

Lista de figuras

Figura 1. Aspectos que contiene el plan de negocios en el área textil.	30
Figura 2. Pasos para plan de negocio en el área textil.	31
Figura 3. Frecuencia compra de ropa femenina	41
Figura 4. Tipo de prendas compradas	42
Figura 5. Talla de las prendas compradas para dama.	43
Figura 6. Presupuesto que se destina para la compra de prendas.	44
Figura 7. Tipo de tela que busca a la hora de comprar prendas	45
Figura 8. Lugar donde se compra las prendas	46
Figura 9. Motivo para escoger el sitio donde adquiere las prendas	47
Figura 10. Apoyo a la empresa ocañera y disposición para adquirir las prendas	48
Figura 11. Razones por las que debe existir un establecimiento de este tipo en Ocaña.	49
Figura 12. Publicidad que se debe implementar en la empresa.	50
Figura 13. Expectativas sobre la creación de la empresa.	51
Figura 14. Logotipo	61
Figura 15. Canales de distribución	62
Figura 16. Organigrama	68

Lista de apéndices

Apéndice 1. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	116
Apéndice 2. Entrevista aplicada a los dueños de textileras en la ciudad de Ocaña.	118

Resumen

La idea de organizar una empresa dedicada a la confección de prendas de vestir, la cual agrupe y canalice todo su potencial en pro del desarrollo empresarial de la ciudad. De igual forma con la creación de la empresa, se benefician los asociados ya que se les permite fortalecer la calidad de vida, mediante el mejoramiento continuo, otros beneficiados de esta empresa para la comunidad, ya que al formar empresa se crean nuevas fuentes de empleo y este repercutirá en bien de toda la población de Ocaña y su región.

Por lo que el proyecto surge después de conocer la situación actual en que se encuentran la confección de prendas en la ciudad de Ocaña, producto de una investigación académica y no a través de especulaciones o supuestos. Además se propone una alternativa para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Para la cual se utilizó el tipo de investigación que se utilizó fue la investigación descriptiva, ya que se pretende identificar variables, características y preferencias las cuales llevaron a conocer la real importancia y la viabilidad del proyecto. Se presenta el diseño metodológico el cual recoge los resultados obtenidos a través de las encuestas hechas a los habitantes de la ciudad, surgiendo el estudio administrativo, en el cual se elaboró la estructura organizacional la cual permite visualizar los cargos y líneas de autoridad, se presentan los estatutos, el reglamento interno de trabajo y el manual de procedimientos.

Por último se realiza un estudio financiero, y la evaluación económica que permite concluir la viabilidad de este proyecto a largo plazo. Finalmente se desarrolla el estudio social, y el estudio ambiental solo se menciona porque no hay efectos ambientales.

Introducción

El objetivo principal de este trabajo es presentar el desarrollo del plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la confección de prendas de vestir, dirigida a la población de Ocaña y la provincia, de igual forma busca sistematizar e integrar las actividades, plantear las estrategias de negocio, analizar la situación del mercado y así establecer la existencia real de clientes potenciales, determinar las características económicas, también evaluar financieramente el ideal para encontrar viabilidad, posibilidades de proyección, posicionamiento y otros estudios que son necesarios para que esta idea de negocio se convierta en una empresa viable y rentable para los socios.

Este plan de negocios reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio de ropa se espera que sea, además mostrar como el empresario intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para tener éxito con este plan de emprendimiento aplicando todos los conocimientos obtenidos a lo largo de su carrera como administrador de empresas.

Para desarrollar esta propuesta, primero que todo se tuvo en cuenta la situación del sector textil, realizando un estudio de mercados, luego se procedió a realizar la estructura siguiendo una metodología adecuada, que conlleva la evaluación de los principales aspectos de un proyecto de inversión. Estos aspectos, que se investigan y se evalúan de manera detallada, son los siguientes:

Estudio de Mercado, análisis técnico, análisis administrativo, estudio financiero, económico y estudio social y ambiental, llevando estos estudios a los buenos resultados económicos que

arrojan el proyecto y a que los socios emprendedores piensen en la posibilidad de crear y poner en marcha la empresa.

Capítulo 1. Plan de negocios para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema.

La región de Norte de Santander se ha venido consolidando como una zona atractiva para la inversión pública y privada, aspecto que ha incidido en el mejoramiento y desarrollo que ha tenido este departamento en los últimos años. El municipio de Ocaña no ha sido ajeno a esta situación y se ha visto influenciado positivamente en cuanto al desarrollo regional, debido que ha aumentado la inversión en el campo de la infraestructura mejorando así la economía local; brindando mayores oportunidades a emprendedores, empresarios, profesionales y trabajadores del sector.

Lo anterior hace que una de las actividades que más disfrutan las mujeres no supere sus expectativas y sea de algún modo incomoda, ya que deben conformarse con las pocas opciones que encuentran en el mercado. Al acudir a los pequeños talleres de confección que existen en el municipio, no cuentan con diseños exclusivos ni asesoramiento en modas.

La creación de empresas en el municipio, ha sido de vital importancia en el campo de la dinámica económica que se maneja en Ocaña hoy por hoy. Uno de los sectores que siempre ha tenido una importante acogida y una gran influencia ha sido el sector textil; sin embargo algunas

de las necesidades que presenta el segmento del género femenino, al momento de adquirir sus prendas favoritas hacen énfasis a no encontrar un sitio donde comprar ropa a su medida.

1.2 Formulación del problema.

¿La comunidad ocañera, satisficieran la demanda de ropa en cualidades, diseño y confección de prendas, con el plan de negocios?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Diseñar el plan de negocios para la creación de una empresa de confección ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos. Conocer las características de la oferta y demanda teniendo en cuenta el público meta al que se dirigirá la empresa, a través de un estudio de mercados.

Establecer las líneas de autoridad, responsabilidad y aspectos legales necesarios para una empresa, por medio del estudio administrativo.

Señalar las necesidades de los recursos físicos, técnicos y humanos para la puesta en marcha de la empresa.

Establecer los costos iniciales, de la inversión y operación de la empresa, por medio del estudio financiero y evaluación económica.

Evaluar el impacto social y ambiental que genere la empresa mediante su puesta en marcha.

1.4 Justificación.

Según Celis, (2013), el crecimiento económico que tiene la región ha ocasionado gran aumento en la apertura de nuevas empresas, y de igual manera en la generación de empleos destacándose en esta ocasión el sector textil, confecciones, diseño, moda y belleza femenina. La mujer en la región de Ocaña, se caracteriza por su delicadeza y glamour, aspecto que permite que este sector avance de manera positiva y se convierta en punto clave para el progreso de la localidad.

Según un sondeo previo realizado en la ciudad de Ocaña, las mujeres no encuentran un sitio donde puedan adquirir sus prendas favoritas y se ajusten a su silueta como siempre lo han querido, al contrario cuando necesitan adquirir un diseño especial de ropa se encuentran con el inconveniente de no encontrarlo a su gusto y medida anatómica, haciendo esto que muchas mujeres decidan mandar a confeccionar sus propios vestidos, presentando la limitante del tiempo y disposición para dicha costura, causando un ambiente de insatisfacción e incomodidad a la hora de hacer una de las actividades que más disfrutan las mujeres como es ir de compras.

Este plan de negocios diseño, confección, asesoría de imagen y tienda de ropa femenina busca brindarle a las mujeres de la región de Norte de Santander una experiencia única e inigualable a la hora de comprar sus prendas favoritas, que como ventaja competitiva se brindará el servicio de asesoría de imagen, de acuerdo a cada tipo de mujer se diseñará y confeccionará la

ropa sobre medidas, adicionalmente se utilizarán medios tecnológicos para la medición y visualización de las prendas, así como el tiempo de entrega del producto será en la mayor brevedad de acuerdo a cada estilo escogido por la clienta.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario para la creación de un plan de negocios, examina su viabilidad técnica, económica, financiera y desarrollar todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto.

1.5 Delimitaciones.

1.5.1 Delimitación Operativa. Para la ejecución del trabajo de grado fue necesario realizar encuestas para conocer el punto de vista de las futuras clientas así como fuentes secundarias para la elaboración de los estudios. Se pueden presentar inconvenientes como el tiempo de los encuestados, así como la veracidad de las respuestas y de la información.

1.5.2 Delimitación Conceptual. Para la realización de la propuesta fue necesario tener claros conceptos tales como:

Plan de negocios, desarrollo tecnológico, cadena productiva, estudio de mercados, mercado potencial, mercado meta, estudio administrativo, estructura administrativa, estudio financiero, impacto social y ambiental.

1.5.3 Delimitación Geográfica. La presente investigación se realizó en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.4 Delimitación Temporal. La investigación fue realizada en un tiempo de 10 semanas, contadas a partir del momento de la aprobación del anteproyecto por parte del comité curricular.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco Histórico.

2.1.1 Antecedentes de las confecciones a nivel internacional. La estructura industrial mundial ha estado cambiando en los últimos años como consecuencia de la globalización económica. Se aprecia una tendencia a un desplazamiento de dicha industria desde los países desarrollados a los países en desarrollo con abundancia de materias primas y de mano de obra barata. Aunque se debe reconocer que los países desarrollados conservan la ventaja de nuevos productos, nuevos equipos y nuevas tecnologías y el liderazgo en cooperación internacional y comercial. La invasión de los productos textiles en el mercado internacional de la República Popular China en la última década ha tenido un fuerte impacto en los productores tradicionales, de igual forma los productos de la competencia se han visto amenazados por la política de precios que han adoptado las empresas chinas que han conllevado a reformular las estrategias del comercio textil a muchos países (Centro de Desarrollo Empresarial, 2010).

Según Ramírez, (2013), el gobierno realiza gran inversión en el sector textil para estabilizar la economía y satisfacer la demanda interna de 400 millones de habitantes. Con la ayuda recibida por la Unión Soviética se logró impulsar desarrollo de esta industria. A partir de entonces, el gobierno de Chino prestó una creciente atención a la expansión de cultivos para el desarrollo de la industria textil, priorizando los cultivos de algodón. Desde 1960 se inició el desarrollo de la industria de fibras sintéticas y establecen 4 plantas de gran dimensión dedicadas a la fabricación de fibras químicas y en 1978 se da nuevo impulso a la industria para satisfacer la demanda interna y la modernización de la tecnología existente.

Según el Centro de Desarrollo Empresarial, (2010), China desde entonces cuenta con una cadena productiva integrada en la producción de algodón, lana, seda, fibras naturales y químicas, maquinaria textil y prendas de vestir. A pesar de todos estos elementos condicionantes, en el año 2003 la industria textil y de confecciones desarrolla una reestructuración profunda a fin de adaptarse a condiciones de mercado y mayor competitividad. Esta modernización provocó que las exportaciones de la industria textil y de confecciones representaran aproximadamente el 25 % del mercado mundial. Más de 5500 empresas se beneficiaron de recursos de inversión extranjera. Esta situación ha propiciado que China sea el primer importador mundial de maquinaria textil del mundo.

2.1.2 Antecedentes de las confecciones a nivel nacional. La industria textilera empezó produciendo con hilazas importadas, luego emprendió el proceso de integración que dio paso a la autosuficiencia en los años 50. Desde entonces empezó el crecimiento de la industria algodonera y posteriormente el comienzo de las fábricas productoras de fibras sintéticas y artificiales. En los últimos años la industria textil ha enfrentado dificultades debido a la competencia del contrabando y otras prácticas desleales del comercio como el dumping, que han desplazado al productor en el mercado nacional Tierra Colombiana (2016).

La industria de la confección ha sido afectada, entre otras cosas, por las importaciones de saldos de países como Estados Unidos, de ropa usada y contrabando (en muchos casos relacionados con el lavado de dólares), y especialmente por las piraterías de muchas marcas. Estos factores le han restado competitividad y han creado inestabilidad en las empresas del sector Castiblanco (2011).

Según Castiblanco (2011), en 1992 se suprimieron los controles aduaneros y se provocó un cambio radical en la visión de la competencia internacional, obligando a las empresas del sector a continuar con la modernización y reconversión industrial para elevar sus niveles de productividad, calidad y competitividad con la finalidad de hacer frente a las exigencias de la globalización de los mercados. La mayoría de las compañías textiles sólo pudo cumplir con el 70% de sus objetivos de ventas. El denominador común fue la desaceleración muy fuerte de las ventas y el aumento del contrabando que representa el 30% de las mismas.

A esto se suma el hecho de que las principales empresas del sector no han podido superar el exceso de personal, obsolescencia de algunos de sus equipos y líneas de producción, y otros como la baja demanda. Por otra parte, la actual situación de necesidad económica está afectando mucho al sector, la tasa de cambio revaluada sigue dificultando las exportaciones e imposibilitando muchos negocios e inversiones en maquinaria Centro de Desarrollo Empresarial (2010).

Las condiciones adversas que afectan al sector son varias. Después de la apertura económica se disminuyeron los aranceles proteccionistas hasta los actuales 5, 15 o 20%, para desmotivar el contrabando. La teoría del gobierno para tal acción consistía en que una baja de los aranceles, y por tanto, de los beneficios de los contrabandistas, desmotivaría a éstos y se reducirían las entradas ilegales de materiales a Colombia. Pero la reacción no fue la prevista, y el contrabando siguió por dos motivos. Por un lado el contrabando abierto o introducción de producto ilegalmente se siguió dando, en menor cuantía pero no cesó, y por otro lado aumentó el contrabando técnico; el producto entra legalmente pero las características declaradas en las

aduanas no son las auténticas, de forma que los productos entran por un valor menor del real y se vendían a precios más elevados Centro de Desarrollo Empresarial (2010).

2.1.3 Antecedentes de las confecciones a nivel local. Según Claro (2015), y teniendo en cuenta que la industria textil agrupa todas aquellas actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado y tejido, se puede afirmar que en la ciudad de Ocaña actualmente no existen fábricas dedicadas a la elaboración de telas e insumos para la confección debido al escaso desarrollo de la industria local, existiendo solamente talleres de confección. Por otra parte la mayor parte de talleres de confección no cuentan con las herramientas y maquinarias necesarias, funcionan en los hogares de manera informal, aproximadamente el 50% de estos aún no están registrados en la cámara de comercio ni llevan ningún tipo de registro como lo demuestra el estudio realizado por la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña a este sector, la mano de obra no es especializada y carece de sistemas de producción a gran escala por tal razón los precios son poco competitivos en muchos casos porque se maneja bajos volúmenes de producción.

Actualmente existen aproximadamente 17 talleres de confección registrados en la Cámara de Comercio de Ocaña, según base de datos suministrada por la entidad, destacándose la participación de la fábrica TEJJUNIOR en el sector, confeccionando uniformes escolares y ropa deportiva, posee maquinaria y equipos actualizados para la confección y estampados, con seis empleados fijos y seis indirectos que son sus aliados estratégicos maquila, esta información, permite evidenciar la insuficiencia de fábricas dedicadas a la confección de prendas de vestir en la ciudad de Ocaña Claro (2015).

2.2 Marco Teórico.

Según Spiegel (2016), la teoría del desarrollo económico, tiene por objeto principal de este trabajo es sintetizar los aspectos fundamentales de las cuatro grandes teorías del desarrollo: modernización, dependencia, sistemas mundiales y globalización. Éstas son las principales explicaciones teóricas que permiten interpretar esfuerzos para el desarrollo realizados por países y grupos sociales, especialmente por aquellas naciones que presentan mayores niveles de pobreza. Estas perspectivas teóricas nos permiten no sólo aclarar conceptos y ponerlos en perspectiva, sino también identificar recomendaciones relacionadas con políticas sociales.

Para fines de este trabajo el término desarrollo se entiende como una condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un estado-nación en particular Spiegel (2016).

Según Smith (2010), “la teoría de la demanda, dice que la iniciativa privada, guiada por un falso concepto de la virtud (pues así era considerada la austeridad), llegara a un exceso de ahorro. De ello se derivaría un gran mal. Este mal consistía, por un lado, en una mayor producción y oferta si el ahorro se concretaba en acumulación de capital y, por otro lado, en una

disminución evidente del consumo y de la demanda. La acción conjunta de estos elementos provocaría un descenso del valor de los bienes”.

En otras posibles causas de la insuficiencia de la demanda. Para él la distribución de la riqueza orienta el gasto y, con esa orientación, la magnitud global de la demanda y sus diversas subdivisiones en artículos concretos (noción extraída de Cantillón y los fisiócratas).

Precisamente, determinadas orientaciones de la demanda originadas por una gran desigualdad en la distribución de la riqueza son las responsables de que no avance el progreso económico en muchas sociedades Smith (2010).

Según Espinosa (2011), “la teoría de la oferta, es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes”.

De otra parte, las curvas de oferta no tienen una pendiente creciente. Un ejemplo es la curva de oferta del mercado laboral. Generalmente, cuando el salario de un trabajador aumenta, éste está dispuesto a ofrecer un mayor número de horas de trabajo, debido a que un sueldo más elevado incrementa la utilidad marginal del trabajo (e incrementa el costo de oportunidad de no trabajar). Pero cuando dicha remuneración se hace demasiado alta, el trabajador puede experimentar la ley de los rendimientos decrecientes en relación con su paga. La gran cantidad

de dinero que está ganando hará que otro aumento de sueldo tenga poco valor para él. Por tanto, a partir de cierto punto trabajará menos a medida que aumente el salario, decidiendo invertir su tiempo en ocio. Este tipo de curvas de oferta ha sido observado en otros mercados, como el del petróleo: después del récord del precio provocado por la crisis de 1973, muchos países exportadores de petróleo disminuyeron su producción (Espinosa, 2011).

Según Fontaine (2011), “la teoría de precios analiza la determinación de los precios relativos de bienes y servicios de consumo final, haciendo énfasis en la economía del bienestar y la asignación de recursos. Con una amplia experiencia en el terreno de la docencia y la investigación, el autor muestra al estudiante de economía y de administración, desarrollos teóricos y matemáticos explicados claramente y paso a paso; al final de cada capítulo se brinda numerosas preguntas y problemas planteados a partir de la realidad económica latinoamericana. Temas que van desde conceptos y definiciones básicas de la economía, pasando por los fundamentos y aplicaciones de demanda, oferta y equilibrio; la teoría de la demanda; la curva de oferta; hasta la determinación del precio y la eficiencia económica con competencia perfecta e imperfecta”.

2.3 Marco conceptual.

Plan de negocios. El plan de negocio o plan de empresa es una declaración formal de los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios que son necesarias para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable, y en el cual se recoge la idea de rentabilidad del negocio Porto (2014).

El plan de negocios sirve para hacer un posible esquema de cómo se va a generar la organización, se determinan las metas y los objetivos, se busca especificar de una forma más precisa el producto que se va a producir o el servicio que se va a brindar. En él se determinan de donde provendrán los recursos económicos necesarios para el funcionamiento de la idea, también es primordial para saber los procesos y el funcionamiento en el cual se va a especializar la organización, y así identificar el valor agregado que se pretende vender. Tener un conocimiento previo de cómo es el contexto específico en el que se mueve una organización permite estar más preparados y lograr un impacto controlado en los diferentes actores que intervienen en el desarrollo y la vida de una organización Vargas (2011).

La creación de un plan de negocios está constituida por diferentes facetas, el modelo de plan de negocio que se seguirá contiene 10 pasos lógicos los cuales son:

Defina las actividades del plan, es necesario para determinar qué es lo que se va a hacer y las actividades que eso conllevaría. Permite conocer mejor el fin social que tenga el proyecto.

Definir el estado que guarda actualmente el negocio. Es útil para dar un estimado de cómo se podría desempeñar la organización en un contexto.

Defina el mercado externo, la competencia que enfrenta y su mercado. Conocer el mercado es primordial para escrutar y analizar cómo se comporta, cuáles son sus principales variables, para así estar más informados y tener planes de acción.

Defina sus objetivos para el periodo que cubra el plan. Direccionar el plan de negocios es muy importante, ya que nos permite direccionar la brújula hacia un sentido congruente, buscando un alejamiento de ese punto mínimo o inexistente.

Formule una estrategia para lograr los objetivos. Determinar los pasos y las actividades que se llevaran a cabo como estrategia, para responder a ese objetivo planteado anteriormente.

Identifique los riesgos y las oportunidades, mediante un análisis DOFA podemos conocer cuáles serán los posibles escenarios que se pueden generar, para así saber cómo se abordaran, ya sean una debilidad, una oportunidad, una fortaleza o una amenaza.

Trace una estrategia para limitar los riesgos y explotar las oportunidades que se presenten. Utilizando las variables determinadas en el paso anterior se crean planes para abordar cada variable de la forma más óptima.

Depure las estrategias hasta obtener planes de trabajo

Proyecte los costos y los ingresos, y desarrolle un plan. Es necesario este paso para saber qué tan posible y viable es el plan de negocios, y saber cómo y de donde provendrán los recursos de funcionamiento.

Documéntelo con concisión.



Figura 1. Aspectos que contiene el plan de negocios en el área textil.

Fuente. Autor del proyecto

Otro factor importante para tener en cuenta en la elaboración completa de un plan de negocios es la parte de las políticas y las estrategias que incidirán en la cultura de la organización, ésta estructurada desde una perspectiva más allá de la responsabilidad netamente económica y permite visualizar un reconocimiento a factores sociales, culturales y de comportamiento interactúan de forma directa en el proceso normal de funcionamiento en una organización, éste grafico hace un resumen de los pasos ordenados necesarios para hacer ese tipo de análisis.

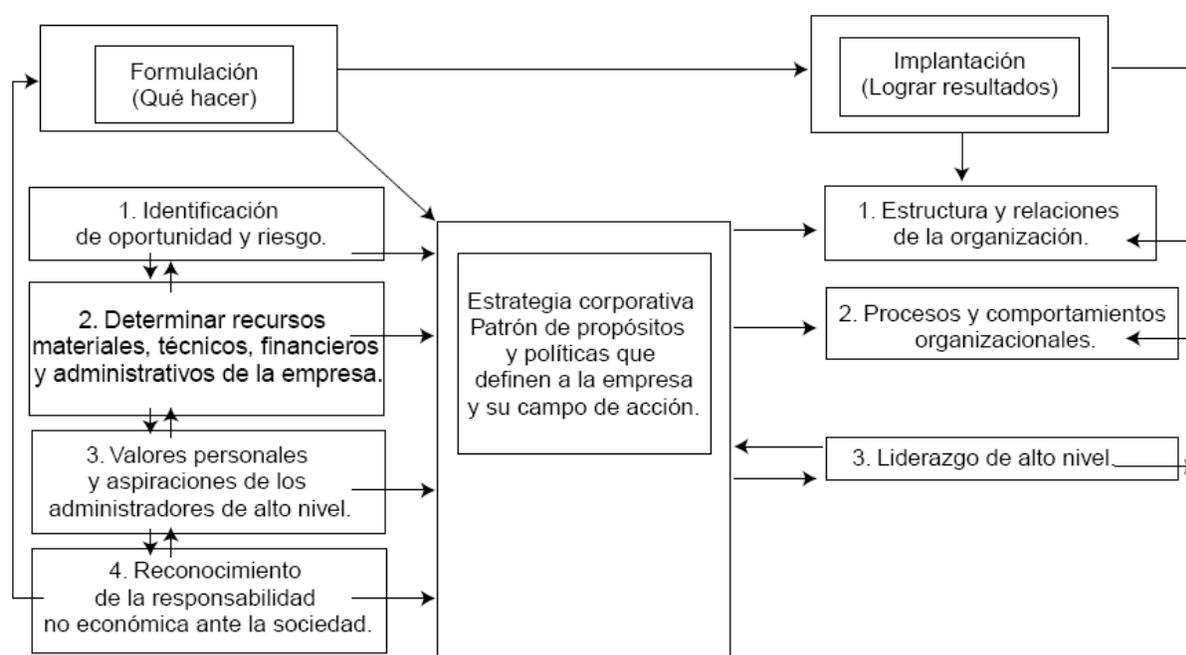


Figura 2. Pasos para plan de negocio en el área textil.

Fuente. Autor del proyecto

Podemos concluir que la importancia de los planes de negocio en los procesos de creación de empresa nos permite resaltar las bondades del mercado, y abordar de forma analítica

cada una de los posibles factores que se desarrollan en el ciclo de vida de una organización, para así abordarlos de la forma más eficiente para la toma de decisiones (Vargas, 2011).

Desarrollo tecnológico. Para comprender el comportamiento del sector en este caso textil y de confecciones es necesario tener claros aspectos como el desarrollo tecnológico que según el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación Colciencias, puede definirse como la intensificación del empleo de la tecnología para elevar el nivel económico de una región o para proporcionar medios concretos que mejoren el rendimiento de un programa de producción. Su misión en la organización, es determinar las prioridades de la organización en materia de necesidades tecnológicas, proporcionar los lineamientos necesarios para desarrollar los proyectos de adquisición de tecnología, plantear los medios adecuados para ampliar el mercado de tecnología con el propósito de generar mayores recursos y afianzar el lazo academia-sector Industrial, buscando siempre contribuir al desarrollo social de la comunidad a la que pertenece y cuidando continuamente el impacto social generado por sus investigaciones, Campos Tavera (2014).

Cadena productiva. El concepto de las cadenas productivas ha tomado en los últimos años un peso importante para el desarrollo de las empresas, tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Sin embargo, en los países en desarrollo, los principales agentes económicos que son las empresas no han sabido convertir este elemento en una ventaja competitiva. Peor aún en México donde la política económica no ha sido diseñada de acuerdo a las necesidades del sector productivo, mismo que se refleja por el bajo rendimiento de la economía en su conjunto Tamta (2009).

Estudio de mercados. El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico Orjuela (2010).

Mercado potencial. Este tema te ayudará a identificar las variables a considerar para la determinación del potencial del mercado Pyme (2016).

Mercado meta. Es necesario identificar a los consumidores que debido a sus características podrían necesitar o preferir más su producto que otros grupos, para ello se realiza la segmentación de mercados, la cual consiste en dividir el mercado en partes lo más parecidas posibles Negocio (2016).

Estudio administrativo. Es un estudio quedará información para identificación de necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicaciones, finanzas, y cobranzas, entre otras. Genera la información sobre las necesidades de infraestructura para el normal desarrollo de las labores en las áreas mencionadas. En él también se señalan los requerimientos de equipos y dotación de insumos para el adecuado funcionamiento administrativo Overloogh (2015).

Estudio financiero. El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión Zona económica (2012).

Impacto social y ambiental. Como se ha indicado anteriormente, el Plan de Ordenamiento y Manejo se ha diseñado específicamente para mejorar la situación ambiental de la región fronteriza amazónica, por lo cual no requiere de una evaluación de impacto ambiental formal, de acuerdo con lo señalado en las regulaciones de los dos países, así como en los manuales de las entidades internacionales de financiamiento García (2016).

2.4 Marco contextual.

Ocaña es un municipio colombiano ubicado en la zona noroccidental del departamento de Norte de Santander. Está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta. La provincia de Ocaña posee el Área Natural Única Los Estoraques ubicado a 1 kilómetro de La Playa de Belén "Bien de Interés Cultural" y "Monumento Nacional" y a 27 kilómetros de la ciudad de Ocaña.

Poblacionalmente se constituye como la segunda población del departamento después de Cúcuta con más de 100.000 habitantes incluida el área rural. Su extensión territorial es de 460 km², que representa el 2,2% del departamento. Su altura máxima es de 1 202 msnm y la mínima de 761 m.

El municipio de Ocaña se divide en 18 corregimientos. Cerro de las Flores, Quebrada de la Esperanza, Las Chircas, Llano de los Trigos, Aguas Claras, La Floresta, Portachuelo, Otaré, Pueblo Nuevo, La Ermita, Agua de la Virgen, Buenavista, Mariquita, Las Lizcas, Espíritu Santo, El Palmar y Venadillo. La ciudad de Ocaña fue fundada el 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras, como parte del tercer proyecto poblador del oriente, patrocinado por la Audiencia y el Cabildo de Pamplona. La fundación tuvo por objeto la búsqueda de una vía que comunicara el núcleo urbano de Pamplona con el mar Caribe y el interior del Nuevo Reino Páez (2009).

2.5 Marco legal.

Constitución Política de Colombia. Artículo 14. Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica.

Artículo 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad República de Colombia (2012).

Código de Comercio de Colombia. Art. 10.- Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona Congreso de la República (2001).

Art. 11. Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones Congreso de la República (2001).

Art. 12. Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse, es hábil para ejercer el comercio; las que con arreglo a esas mismas leyes sean incapaces, son inhábiles para ejecutar actos comerciales Congreso de la República (2001).

Art. 13. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;

Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y

Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio Congreso de la República (2001).

Art. 14.- Son inhábiles para ejercer el comercio, directamente o por interpuesta persona: Los funcionarios de entidades oficiales y semioficiales respecto de actividades mercantiles que tengan relación con sus funciones, y Las demás personas a quienes por ley o sentencia judicial se prohíba el ejercicio de actividades mercantiles.

Si el comercio o determinada actividad mercantil se ejerciere por persona inhábil, ésta será sancionada con multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos que impondrá el juez civil del

circuito del domicilio del infractor, de oficio o a solicitud de cualquiera persona, sin perjuicio de las penas establecidas por normas especiales Congreso de la República (2001).

Art. 19.- Es obligación de todo comerciante:

Matricularse en el registro mercantil;

Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;

Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;

Subrogado. Ley 222 de 1995.

Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (Congreso de la República, 2001).

Decreto 624 de 1989. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Artículo 598. Por los años gravables 1987 y siguientes, están obligadas a presentar declaración de ingresos y patrimonio, todas las entidades no contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, con excepción de las siguientes:

a. La Nación, los Departamentos, las Intendencias y Comisarías, los Municipios y el Distrito Especial de Bogotá.

b. Las juntas de acción comunal y defensa civil, los sindicatos, las asociaciones de padres de familia, y las juntas de copropietarios administradoras de edificios organizados en propiedad horizontal.

c. Las asociaciones de hogares comunitarios y hogares infantiles del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar o autorizados por este y las asociaciones de adultos mayores autorizado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. República de Colombia (2010).

Artículo 599. Contenido de la declaración de ingresos y patrimonio. La declaración de ingresos y patrimonio deberá contener:

1. El formulario, que al efecto señale la Dirección General de Impuestos Nacionales, debidamente diligenciado.
2. La información necesaria para la identificación y ubicación de la entidad no contribuyente.
3. La discriminación de los factores necesarios para determinar el valor de los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, costos y gastos.
4. La liquidación de las sanciones cuando fuere del caso.
5. La firma de quien cumpla el deber formal de declarar.
6. La firma del Revisor Fiscal, cuando se trate de entidades obligadas a llevar libros de contabilidad y que de conformidad con el Código de Comercio y demás normas vigentes sobre la materia, estén obligadas a tener Revisor Fiscal.

Los demás contribuyentes y entidades obligadas a llevar libros de contabilidad, deberán presentar la declaración de renta y complementarios o de ingresos y patrimonio, según sea el caso, firmada por contador público, vinculado o no laboralmente a la empresa o entidad, cuando el patrimonio bruto en el último día del año o período gravable, o los ingresos brutos del respectivo año, sean superiores a 100.000 UVT. República de Colombia (2010).

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación.

Para el desarrollo del proyecto se hizo uso de la investigación descriptiva, teniendo en cuenta que según Méndez (2010), sostiene que el nivel de conocimiento científico al que se espera llegar, se debe formular el tipo de estudio, cuyo propósito es señalar el tipo de información que se necesita, así como el nivel de análisis que deberá realizar, para lo cual debe tenerse en cuenta los objetivos que se plantearon.

3.2 Población.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, es decir 97.479, según datos de Páez (2009).

3.3 Muestra.

La muestra se determinó con el cien por ciento de la población, aplicando la siguiente formula estadística. Para la población conformada por los habitantes de la ciudad de Ocaña.

$$n = \frac{N(Zc)^2 * p * q}{(N-1)*(E)^2 + (Zc)^2 * p * q}$$

Dónde:

- n= Muestra
- N= Población dada en el estudio = 97.479
- Zc= Indicador de Confianza = 95% = 1,96
- p= Proporción de aceptación = 50% = 0.5
- q= Proporción de rechazo = 50% = 0.5
- E= Error poblacional dispuesto a asumir 6% = 0.06

$$n = \frac{(97.479)(1,96)^2 * (0.5)(0.5)}{(97.479 - 1)(0.06)^2 + (1,96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{93618}{351}$$

$$n = 266 \text{ personas a encuestar}$$

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

La encuesta del trabajo de grado se aplicaron a la muestra arrojada de la aplicación de la formula estadística, es decir 266 personas.

3.5 Procesamiento y análisis de la información.

Los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de recolección de la información fueron analizados y consignados en el informe final de forma cuantitativa y cualitativamente, a través de tablas y cuadros, mediante la interpretación de los datos numéricos y el análisis de cada respuesta para la forma cualitativa.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1. Características de la oferta y demanda teniendo en cuenta el público meta al que se dirigirá la empresa, a través de un estudio de mercado.

4.1.1 Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Teniendo en cuenta la necesidad de crear una empresa de confección ropa femenina en la ciudad de Ocaña, se aplicó una encuesta a 266 habitantes de la ciudad de Ocaña, posibles clientes para la empresa que se creará.

Tabla 1.

Frecuencia compra de ropa femenina

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	23	9
Bimensual	111	41
Trimestral	105	39
Semestral	12	5
Cada 5 meses	9	3
Cada 7 meses	4	2
Anual	2	1
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

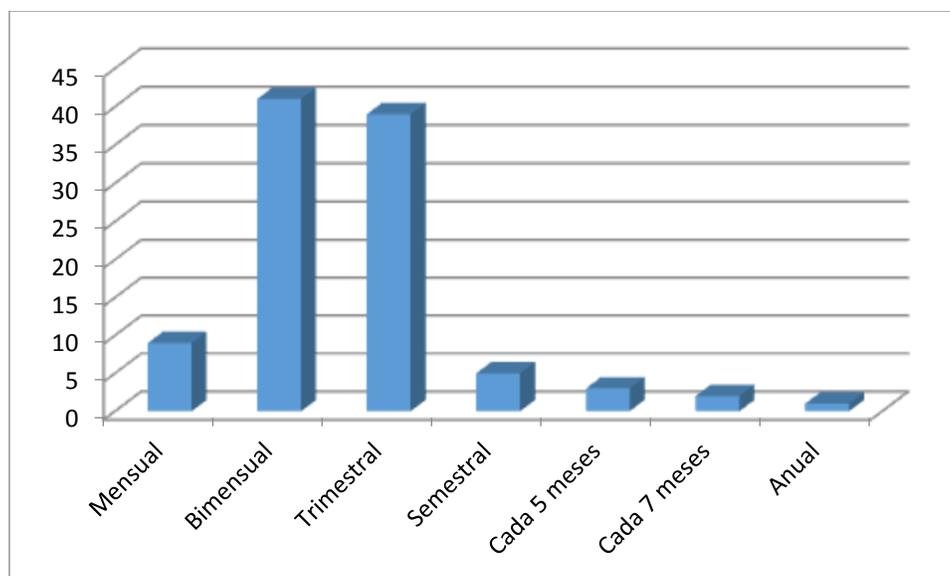


Figura 3. Frecuencia compra de ropa femenina

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a la frecuencia con que se adquieren las prendas femeninas se debe decir que el 41% lo hace de forma bimensual, es decir cada dos meses y el 39% trimestral, siendo estos los porcentajes más altos y lo que demuestra que en la ciudad de Ocaña existe una buena demanda teniendo en cuenta la frecuencia de compra, sin desconocer que el 9% lo hace de forma mensual y en pequeñas cantidades cada cinco y siete meses o anualmente.

Tabla 2.

Tipo de prendas compradas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Deportivo	44	16
Clásico	115	43
Informal	84	32
formal	11	4
Casual	12	5
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

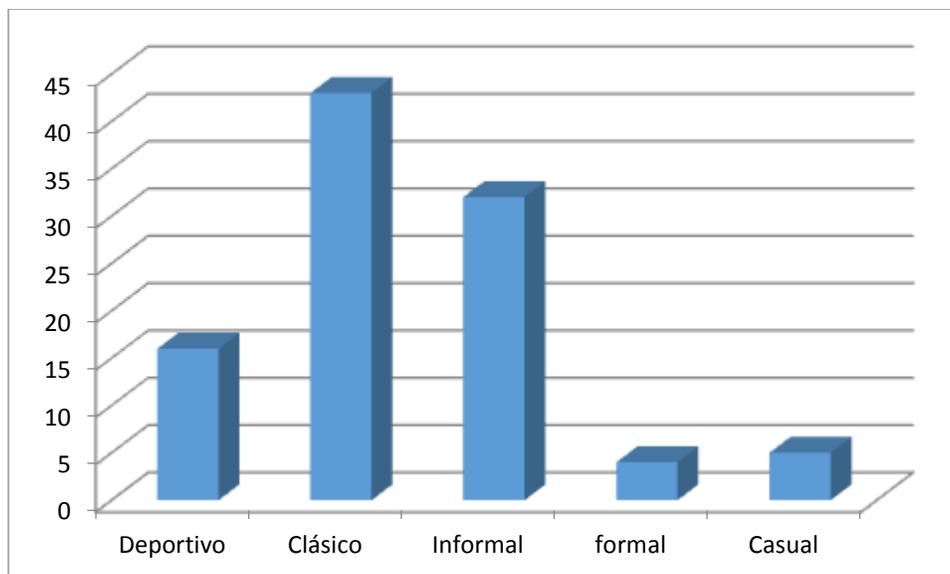


Figura 4. Tipo de prendas compradas

Fuente. Autor del proyecto

Las prendas de vestir, son un producto confeccionado con distintas clases de tejidos para cubrirse el cuerpo y abrigarse. La acepción más amplia del concepto incluye entre la ropa los pantalones, las camisetas, las camperas, los guantes, los sombreros y el calzado, entre otros artículos. Por lo que se debe decir que la mayoría de las personas encuestadas compran prendas de estilo clásico esto lo afirma el 43% de las personas encuestadas, porque en Ocaña, se conserva la tradición y sus costumbres, de otra parte el 32% compran tipo informal como es el caso de las personas más jóvenes que usan mucho jean y camisetas, de igual forma el 16% usa ropa deportiva y el 4 y 5% casual y formal.

Tabla 3.

Talla de las prendas compradas para dama.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
S	55	21
M	96	36
L	94	35
XL	21	8
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

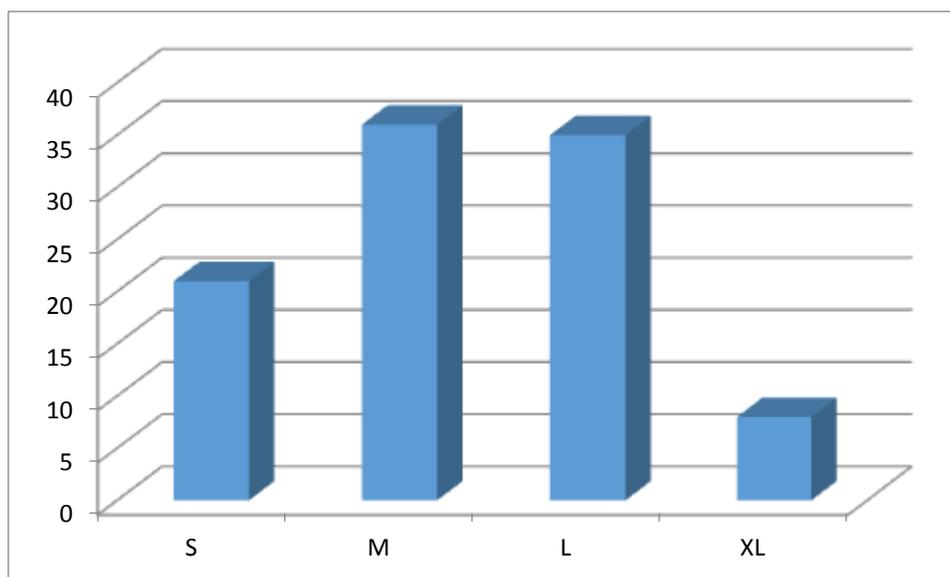


Figura 5. Talla de las prendas compradas para dama.

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto a las tallas se debe decir que el 36 y 35% usan la M y L, siendo las más comunes, por la estatura y contextura de los habitantes de la región, de otra parte es muy solicitada la talla S en un 21% y la XL en un 8% siendo una de las que menos se adquieren.

Tabla 4.

Presupuesto que se destina para la compra de prendas.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
\$20.000 a \$50.000	24	9
\$50.000 a \$70.000	94	35
\$70.000 a \$100.000	117	44
Más de \$100.000	31	12
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

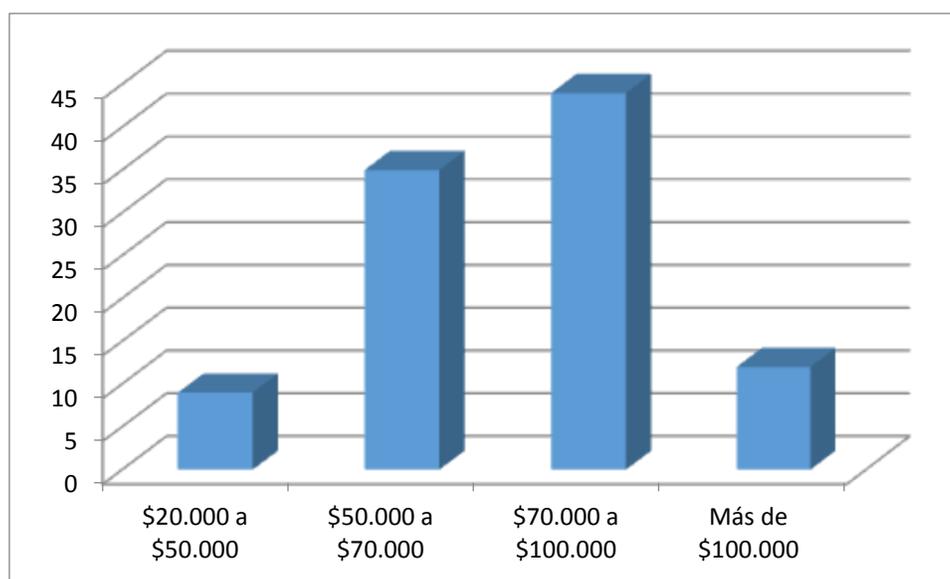


Figura 6. Presupuesto que se destina para la compra de prendas.

Fuente. Autor del proyecto

Según las respuestas dadas por los encuestados se debe decir que el 44% invierte entre \$70.000 y \$100.000 por las prendas adquiridas, de otra parte el 35% destina entre \$50.000 y \$70.000, siendo estos los porcentajes más representativos para la investigación.

Tabla 5.*Tipo de tela que busca a la hora de comprar prendas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Lycra	47	18
Jean	69	26
Dacron	43	16
Chalis	11	4
Seda	46	17
Lino	50	19
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

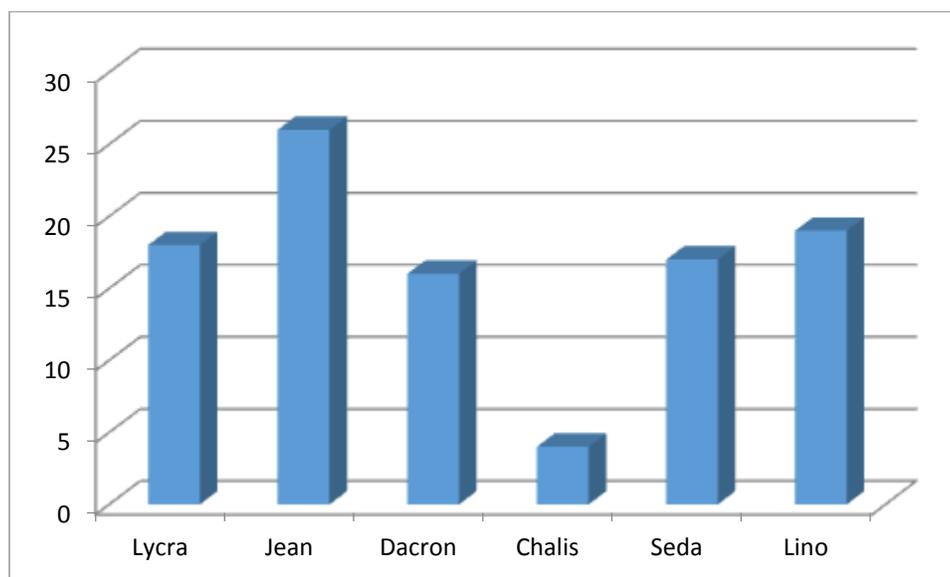


Figura 7. Tipo de tela que busca a la hora de comprar prendas

Fuente. Autor del proyecto

Las telas más solicitadas por los encuestados es el jean, especialmente entre los jóvenes, de otra parte la lycra, el dacron, la seda y el lino, siendo esta utilizadas para la elaboración de prendas clásicas y formales.

Tabla 6.*Lugar donde se compra las prendas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ocaña	173	65
Cúcuta	37	14
Bogotá	11	4
Bucaramanga	45	17
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

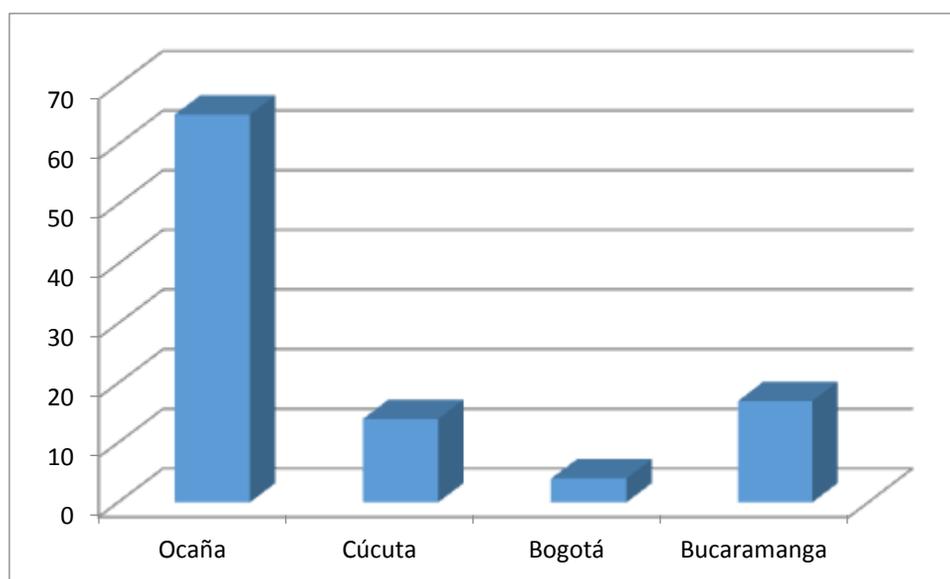


Figura 8. Lugar donde se compra las prendas

Fuente. Autor del proyecto

Las personas encuestadas afirman que el lugar donde compran las prendas es la ciudad de Ocaña, esto lo afirma el 65%, siendo los demandantes del producto para la empresa a crear, de otra parte en menores porcentajes afirman que se compra en la ciudad de Cúcuta, Bogotá y Bucaramanga.

Tabla 7.*Motivo para escoger el sitio donde adquiere las prendas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	100	38
Precio	36	13
Atención	47	17
Marca	59	23
Prestigio del establecimiento	9	3
Ofertas y promociones y descuentos	7	3
Actualización en las tendencias de moda	8	3
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

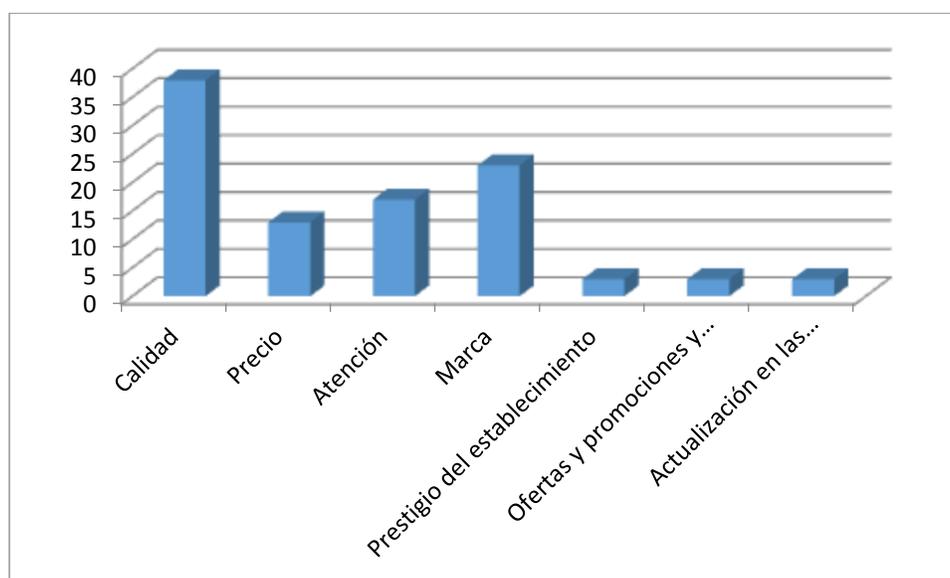


Figura 9. Motivo para escoger el sitio donde adquiere las prendas

Fuente. Autor del proyecto

Se debe decir que los encuestados se interesan mucho por la calidad de las prendas adquiridas estos teniendo en cuenta que la calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. De otra parte otro aspecto también muy importantes para ellos es la marca, atención y el precio del artículo.

Tabla 8.

Apoyo a la empresa ocañera y disposición para adquirir las prendas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	228	86
NO	38	14
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

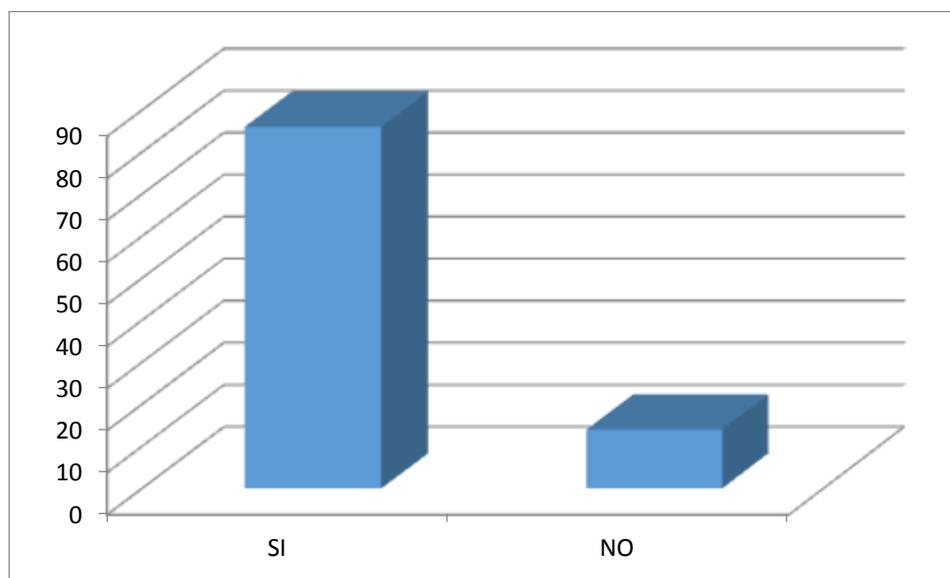


Figura 10. Apoyo a la empresa ocañera y disposición para adquirir las prendas

Fuente. Autor del proyecto

En cuanto al apoyo se debe decir que el 86% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con la creación de la empresa y dicen brindarían todo su apoyo para su buen funcionamiento, tan solo el 14% dicen que no les gustaría contar con dicha empresa en la ciudad.

Tabla 9.

Razones por las que debe existir un establecimiento de este tipo en Ocaña.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Para que sea fuente de empleo	139	52
Fácil adquisición	93	35
Economía	31	12
Marca propia	3	1
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

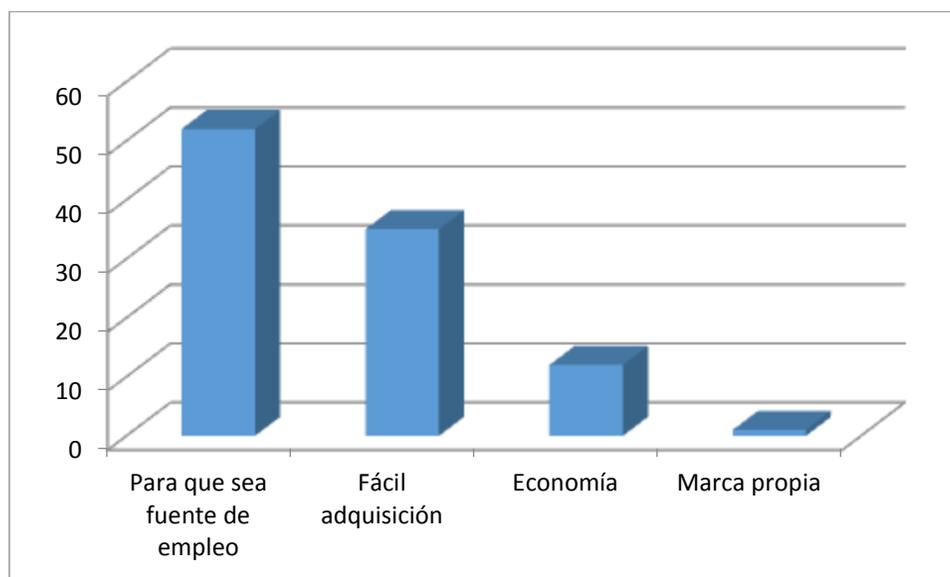


Figura 11. Razones por las que debe existir un establecimiento de este tipo en Ocaña.

Fuente. Autor del proyecto

Los habitantes de la ciudad de Ocaña manifiestan que deben existir una empresa de este tipo, ya que con ella se tiene la posibilidad de que sea fuente de empleo y así se logre bajar los niveles de desempleo en la población, de igual forma se tendría la posibilidad de una fácil adquisición de las prendas y por lo tanto economía en la adquisición de las mismas.

Tabla 10.

Publicidad que se debe implementar en la empresa.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Radial	76	29
TV	98	37
Escrita	27	10
Periódico, revista	13	5
Redes sociales	52	19
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

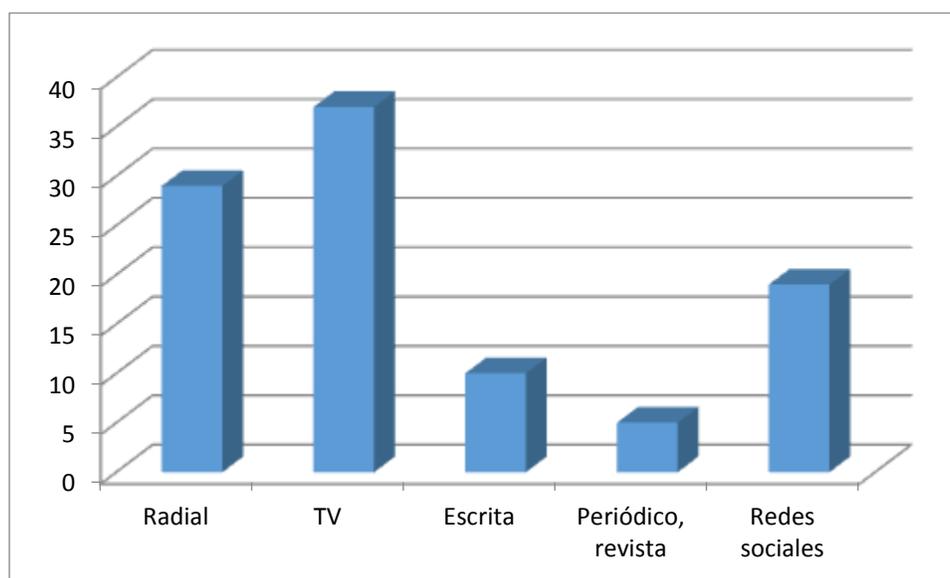


Figura 12. Publicidad que se debe implementar en la empresa.

Fuente. Autor del proyecto

Los medios de comunicación apropiados para dar a conocer la empresa y los productos a ofertar son la televisión y la radio, siendo estos de consulta masiva, de igual forma, en los últimos años entre los habitantes se ha impuesto las redes sociales siendo este medio apropiados para la publicidad de la empresa.

Tabla 11.*Expectativas sobre la creación de la empresa.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar el crecimiento de la ciudad	114	42
Se solucionen las necesidades	19	7
Generar empleos	128	49
Prestigio para los productos	5	2
TOTAL	266	100

Nota: Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

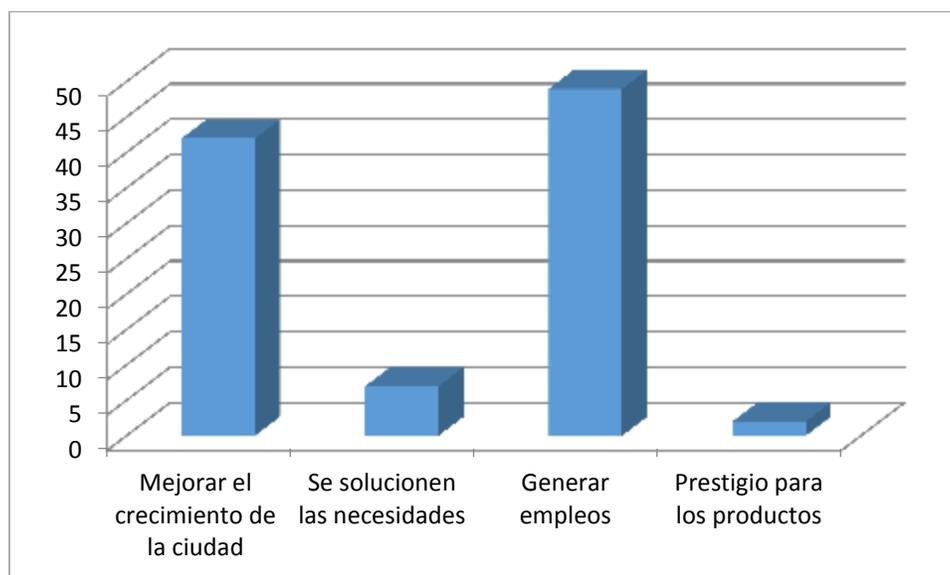


Figura 13. Expectativas sobre la creación de la empresa.

Fuente. Autor del proyecto

Los 266 encuestados poseen grandes expectativas con la creación de la empresa, ya que esperar que se generen empleos para mejorar el alto índice existente en la misma, lo que puede traer a su vez crecimiento a la ciudad, se solucionen las necesidades de los clientes y también se de prestigio a las prendas elaboradas por la entidad.

4.1.2 Entrevista aplicada a los dueños de textileras en la ciudad de Ocaña. Con el fin de diseñar el plan de negocios para la creación de una empresa de confección de ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se aplicó una entrevista a veinte dueños de textiles, los que afirmaron que el tipo de prenda que se produce en la ciudad es de tipo clásica o ejecutiva para los empleados, de igual forma en la elaboración se tarde más o menos cinco días, dependiendo de la complejidad de la misma.

De igual forma este tipo de prendas son vendidas en la ciudad de Ocaña y poblaciones vecinas como Abrego, Convención, La Playa entre otras cercanas, siendo conscientes de que se poseen grandes deficiencias en la comercialización por la falta de organización, por lo que les gustaría organizarse para poder extender el mercado a otras ciudades del país, ya que consideran que los productos son de excelente calidad.

El plan de negocio debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionarse en el mercado con un producto, una estrategia y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permiten determinar el nivel de atractivo económico del negocio y la factibilidad financiera de la iniciativa y al largo plazo mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente. En algunos casos, el plan de negocios es concebido únicamente como el estudio sobre el cual se fundamenta la decisión de iniciar una nueva empresa. También es una excelente herramienta para una empresa ya existente, que desee desarrollar nuevos proyectos que le permitan crecer.

4.1.3 Análisis del sector. La industria textil en Colombia es una de las más representativas y tradicionales. Ha tenido una historia de más de 100 años, en la cual han sobresalido aspectos como: creación de diversidad de empresas representativas a nivel internacional, planes gubernamentales para el sector, penetración en diferentes ámbitos como la academia, inclusión en programas de transformación productiva y creación de un sector de clase mundial.

En 1907 fue el comienzo de la historia de la industria con la creación de las primeras empresas de tejidos: Fábrica de Hilados y Tejidos El Hato (Fabricato-Tejicondor), Compañía de Tejidos de Bello, Tejidos Medida, Fábrica de Tejidos Hernández y Compañía Colombiana de Tejidos (Coltejer). Para la mitad del siglo se da el nacimiento de marcas para producto terminado, la más representativa Leonisa, creada en 1956. A comienzos de la década de 1960 nuevas empresas de textil y confecciones aumentan el tamaño de la industria, los nombres más destacados de estos nuevos actores eran: Caribú, Everfit, Paños Vicuña y Pepalfa. Para mediados de los 60tas, la premisa era invertir en tecnología (infraestructura, tecnología y equipos) para poder cubrir las nuevas necesidades del mercado.

En la década de 1980 sobresalieron los planes económicos y políticos para el sector encabezados por Belisario Betancur (1982-1986) y Virgilio Barco (1986-1990), quienes centraron sus políticas en ingresar al sector en la economía mundial, incrementar los niveles de calidad y productividad, y pasar de la competitividad local a la competitividad global. En 1987 se da la creación del Instituto para la Exportación y la Moda – Inexmoda, respondiendo a las necesidades de crear un organismo capaz de generar soluciones a las compañías del sector y que

fuera una base para la internacionalización de la industria. Para 1989 nacen Colombiamoda y Colombiatex de las Américas, convirtiéndose en las principales ferias de la región y siendo la plataforma para el desarrollo de negocios e intercambio comercial de compañías del sector.

A finales de la década de 1980, Colombia se convirtió en un referente mundial en el negocio de la moda. Importantes marcas y diseñadores sobresalían y otros ponían sus ojos en el país: Carolina Herrera, Badgley Mischka, Agatha Ruíz de la Prada, Custo Barcelona, Oscar de la Renta y Walter Rodríguez, entre otros. Con esto se dio el nacimiento de numerosas instituciones educativas que incluyeron programas sobre moda en sus programas académicos; imperaba la necesidad de profesionalizar el sector y crear una relación entre academia e industria; entre las instituciones destacadas se encuentra: La Colegiatura, Universidad Pontificia Bolivariana, Los Andes, Instituto Tecnológico Pascual Bravo, Arturo Tejada, Universidad Autónoma del Caribe, la Academia Superior de Artes y la universidad de San Buenaventura de Cali.

Desde la década de 1990 hasta la actualidad, la historia de la industria ha estado marcada por la búsqueda de la competitividad, diversificación de mercados y la creación de un sector de clase mundial; donde han sobresalido iniciativas de promoción a la competitividad (César Gaviria, 1990-1994), soporte a la competitividad (Andrés Pastrana, 1998-2002), promoción y diversificación de exportaciones (Álvaro Uribe, 2002-2010). Las principales manifestaciones de esto han sido los diferentes tratados de libre comercio, donde se encuentran: Triángulo Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Chile, Estados Unidos, Canadá, Unión Europea, Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador y Perú); igualmente sobresalen preferencias arancelarias con Centroamérica y el Caribe.

Finalmente, adicional de la importancia del relacionamiento internacional, el sector ha buscado su fortaleza interna a través de los Cluster y la inclusión en programas de transformación productiva Sectorial (2014).

4.1.4 Diagnóstico de la estructura actual y perspectivas del sector. El sector de la economía dedicado a la producción de prendas de vestir y confecciones, incluye varios subsectores, como el de la producción de accesorios para vestir y accesorios para decoración de prendas como bisutería, entre otros. A continuación se nombran algunos:

Subsectores:

4.1.5 Producción de fibras. Las fibras son las materias primas básicas de toda producción textil, dependiendo de su origen, las fibras son generadas por la agricultura, la ganadería, la química o la petroquímica.

Hilandería. Es el proceso de convertir las fibras en hilos.

Tejeduría. Es el proceso de convertir hilos en telas.

Tintorería y acabados. Son los procesos de teñir y mejorar las características de hilos y telas mediante procesos físicos y químicos.

Confección. Es la fabricación de ropa y otros productos textiles a partir de telas, hilos y accesorios.

Alta costura. El sector dedicado a la remuneración de artículos de lujo. Aunque produce cantidades menores de artículos, estos son de gran valor y crean las modas que determinan la dirección del mercado.

No tejidos. Producción de telas directamente desde fibras sin pasar procesos de hilatura y tejeduría.

Tejidos técnicos. La industria textil y de confecciones, ha sido históricamente muy importante para Colombia. En los últimos años ha cobrado importancia por el crecimiento que ha traído, el aumento de las exportaciones y los tratados de preferencias arancelarias que han fomentado el comercio internacional de este sector. En la actualidad la industria sigue con su propósito de ser cada vez más eficiente, de tener productos diferenciados y de adoptar estrategias logísticas que le permitan ser competitiva en el mercado mundial, que está dominado en la actualidad por países como China e India.

La cadena textil-confección es una de las más importantes en Colombia en cuanto a generación de empleo y divisas. Casi todas sus etapas tienen producción nacional; esta industria representa un 16.36% del total de la industria manufacturera en Colombia y el 22.74% de personal ocupado en este sector. Reporto ingresos por \$980 millones de dólares durante el 2010. Con un total del 10.2% de participación en los sectores industriales Gobierno en línea (2014).

Factores de crecimiento. Según el informe de la industria de la confección elaborado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo presentado en mayo de 2011, la oportunidad para desarrollar el sector se concentra básicamente en aspectos como el aumento de la oferta, romper límites geográficos, generar un valor agregado en los productos y reducir la informalidad.

En el crecimiento del último año entraron al grupo de sectores más dinámicos: prendas de vestir y químicos básicos. En los últimos años la industria local ha experimentado grandes

dificultades, pero a pesar de esto Colombia es un jugador muy relevante siendo el segundo exportador en Latinoamérica y el primero en libros. Estos factores hacen que la industria se encuentre actualmente en un momento decisivo para su transformación López Ruiz (2008).

Para alcanzar aquellos nichos de mercado en donde la diferenciación más que el precio es el factor fundamental, este sector debe aprender a agregarle mucho valor a la producción y concentrarse en el conocimiento que a hoy se posee en el mundo de la moda, factor que ubica ya a Colombia en ventaja significativa frente a otros países como Perú, Ecuador, México, e inclusive Brasil.

Colombia, representa actualmente el 0.31% y 0.17% de las exportaciones mundiales de textiles y confecciones respectivamente. Lo que lo hace responsable del 0.25% del mercado mundial de la moda. Se ha convertido en uno de los principales centros de moda en Latinoamérica, caracterizado por la innovación, el diseño, variedad de insumos y la calidad de sus creaciones. La gran acogida de ferias como Colombiatex y Colombiamoda, las cuales reúnen a las más prestigiosas compañías textiles del mundo, es una muestra clara de esto. Es un país que se conoce como un país que sabe de moda, tal como lo ratifican pasadas apreciaciones de conocedores del tema en Ferias de Milán.

Desarrollo tecnológico e industrial del sector. En Colombia no se produce ningún tipo de maquinaria textil, todos los equipos son importados de distintos países. Por lo tanto no hay una investigación o desarrollo tecnológico sino un gran seguimiento por parte de las empresas de las innovaciones en el exterior. La inversión en esos equipos acostumbra a ser una de las

prioridades de las grandes empresas textiles, según la historia de sector industrial del país, la maquinaria siempre se importó de EEUU, por cercanía e influencia económica, pero a partir de los años sesenta dicho país dejó de ser el gran productor mundial de ese tipo de maquinaria y las compras empezaron a trasladarse a Europa y a Japón. Los principales países proveedores de maquinaria textil en Colombia son Alemania, Suiza, Italia y España, cada uno especializado en un tipo distinto de equipos.

Actualmente se afirma que los empresarios han tomado conciencia que para estar a la altura de los estándares productivos el mejorar las instalaciones y los equipos es imprescindible y la reconversión se situó como una de las prioridades. Esta reconversión, cuya filosofía es eliminar todo lo viejo siguiendo modelos europeos y españoles, es muy lenta debido a las circunstancias económicas, sobre todo a la dificultad de financiación. Ésta viene dada por un lado por los altos intereses que encarecen los créditos y por otro lado por los altos aranceles aplicados a la maquinaria Sociudades (2014).

Además el sector necesita con urgencia créditos blandos o ayudas por parte del gobierno. Para la adquisición de estos bienes de capital se utilizan créditos de bancos internacionales, créditos externos que generan un riesgo debido al tipo de cambio tan variable y a las devaluaciones colombianas. La reconversión se basa en la idea que la maquinaria nueva es costosa pero rentable, mientras que la maquinaria vieja produce altos costes de mantenimiento y mezclada con la nueva dificulta enormemente el control de la eficiencia de la producción. Uno de los criterios a la hora de elegir la maquinaria nueva son especialmente las innovaciones que pueda aportar al producto y los costos de mantenimiento.

Los canales principales de compra varían dependiendo del tamaño de la empresa. Las grandes compañías suelen dirigirse a ferias internacionales en los EEUU, Japón y Europa. Es su principal medio para adquirir maquinaria y estar al corriente de los últimos avances. Algunas empresarios no confían en los representantes ya que consideran que estos son meros comerciales o administrativos incapaces de describir la ingeniería de la maquinaria. Confían en los distribuidores de las principales marcas, pero siguen prefiriendo la compra directa a la empresa y valoran mucho el servicio post-venta, donde vienen técnicos de la empresa proveedora que les asesoran en la instalación y manejo de la nueva maquinaria. También aprecian mucho los cursos ofrecidos para sus trabajadores dados por multinacionales que les proveen de insumos.

La maquinaria de segunda mano es muy desconocida y poco usada en Colombia. Además como hemos comentado con anterioridad con el proceso de reconversión si ha iniciado un proceso de destrucción de la maquinaria obsoleta, es decir, las grandes empresas optan por desmontar y desechar la maquinaria que ya ha sido usada, para impedir su compra y la posterior imitación de su producto y para evitar que sean usadas en la misma empresa complicando los cálculos de costes y productividad.

4.1.6 Análisis del mercado. El siguiente análisis del mercado, permite a la empresa, determinar el mercado potencial de sus clientes, en la ciudad de Ocaña.

Mercado objetivo. La empresa dirigirá sus diseños a la población de Ocaña, de nivel socio económico medio personas que se caracterizan por su gusto y glamur al mismo tiempo que su ropa sea cómoda y fresca. La empresa ofrecerá sus diseños a un precio competitivo en el

mercado, además se podrán realizar los pagos en efectivo y con tarjeta débito o crédito, además se manejará la modalidad de separado por tiempo límite de 1 mes. Contará con un punto de venta ubicado en el centro de la ciudad.

Estimación del Mercado Potencial. El concepto del mercado potencial, está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien, pero solo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables:

El precio del producto.

El nivel de ingreso del demandante.

El tamaño del mercado.

Los gustos y la lealtad de marca del consumidor.

La existencia de sustitutos y la demanda derivada entre otros.

Según los datos investigados y calculados se cuantifican las siguientes variables:

El precio del producto \$70.000 por cada prenda

Se inclinan por la buena calidad del producto, ya que así se puede llegar a todos los gustos.

4.1.7 Estimación del segmento/ nicho de mercado (Tamaño y crecimiento).

Esta estimación se determinó con la elaboración de las proyecciones a 5 años, de la producción y posible demanda que inicialmente producirá la empresa.

4.1.8 Demanda Potencial. De esto se puede determinar que hay una demanda grande de prendas pero hay que tener en cuenta que aunque se tiene mucha demanda, y los pedidos de las tiendas son favorables para la empresa inicialmente tendrá una capacidad de producción que no alcanza a cubrir una demanda tan grande, por lo cual las ventas dependerán de la capacidad de producción que tenga la entidad.

4.1.9 Capacidad de producción. Es la posibilidad máxima que tiene una empresa de producción para generar productos. La capacidad de producción es la habilidad para producir que tiene disponible la empresa de acuerdo a los recursos materiales, tecnológicos, humanos y el tiempo de trabajo, la capacidad de producción se calcula de dos formas, la capacidad máxima teórica, la cual es la capacidad ideal sin considerar factores que retrasen la producción y la capacidad normal o practica que tiene en cuenta todos aquellos factores que surgen diariamente durante la producción. Partiendo de la capacidad de producción que tendrá la empresa, se debe establecer la cantidad de prendas que se pueden ofrecer en el mercado.

4.1.10 Análisis del consumidor. A continuación se exponen las características de los clientes potenciales a la cual la empresa, ofrecerá sus prendas en su punto de venta.

Perfil del Consumidor. Los compradores serán individuos para realizar compras.

Demanda potencial. Para determinar la demanda potencial del proyecto se utilizó el método de investigación de mercados para obtener la información. Para esto se tomaron los datos y la información obtenida de las encuestas realizadas.

Después de obtener información relevante y concisa, de acuerdo al perfil del consumidor que se eligió, se buscan datos precisos para establecer la demanda.

4.1.11 Estrategia. Mercadeo. Cada día el cliente se encuentra mejor preparado, en cuanto a la calidad, funcionalidad, la durabilidad y el buen gusto están totalmente ligados a sus exigencias. Por lo que se debe tratar de satisfacer el gusto y la exigencia de las mujeres en la industria de la confección de ropa es prioritario.

Es por todo lo anterior, que la empresa. hace una propuesta de diseño, producción y comercialización de ropa que cumpla con todas las características que desean los clientes anteriormente descritas, pero además presentaran diseños innovadores y diferentes que le darán un valor agregado al producto, además serán productos a precios muy favorables lo que lo hará más atractivo a los clientes y comunidad en general.

Distribución. Los productos de la empresa, serán comercializados y distribuidos por medio de venta directa al consumidor, ubicando un almacén dentro del mismo punto donde se encontrará ubicada la planta de producción.

Promoción. Con la publicidad, se quiere posicionar a la empresa, en la mente del consumidor, para generar una recordación de la marca y así captar una demanda potencial, generando unas utilidades considerables. El objetivo principal de la empresa será informar sobre este producto nuevo y crear una demanda primaria. Algunas de las estrategias de publicidad que se adoptarán serán:

Estrategias de posicionamiento. Con la implementación de esta estrategia, se tendrá como objetivo dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia, a través de asociarle el valor agregado del producto. Para la ejecución de la publicidad, se llevará a cabo un plan de publicidad de la siguiente manera: Teniendo en cuenta los datos obtenidos de la encuesta, se utilizará publicidad por redes sociales y televisión, ya que la mayoría de los encuestados dijeron estar de acuerdo en recibir publicidad del producto por dichos medios.

4.1.12 Nombre. La empresa llevará por nombre “Confeccione Kary S.A.S, con el siguiente Logotipo.



Figura 14. Logotipo

Fuente. Autor del proyecto.

4.1.13 Determinación de los canales de distribución. El producto se distribuirá de la empresa al cliente, es decir la distribución describe una situación en la que el productor vende un producto directamente a un consumidor sin la ayuda de intermediarios. Una cadena de

distribución directa puede implicar una venta cara a cara, ventas por computadora o por correspondencia, pero no implica ningún tipo de distribuidor que no sea el productor original. Las cadenas de distribución que implican minoristas no afiliados o mayoristas no pueden ser descritas como canales directos de distribución y, en cambio, se clasifican como cadenas indirectas de distribución.

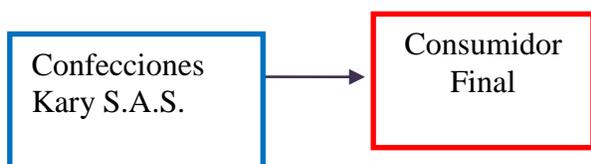


Figura 15. Canales de distribución

Fuente. Autor del proyecto

4.2 Líneas de autoridad, responsabilidad y aspectos legales necesarios para una empresa, por medio del estudio administrativo.

Fijar los parámetros o bases sobre los cuales se va a dimensionar una empresa de calidad en lo que pretende hacer y de las metas que se desean alcanzar. Es así que se dan a conocer la clase de empresa, la misión, visión, políticas, estructura organizacional, manual de funciones y reglamento interno, los cuales son ejes fundamentales en la puesta en marcha y buen funcionamiento de la entidad.

4.2.1 Misión. Somos una empresa que ofrece la mejor opción en la confección de ropa, con una constante innovación en diseños y productos de excelente calidad, disponibilidad y servicio, teniendo cobertura a nivel nacional, siendo reconocidos por nuestra solidez y valores apegados a la ética.

4.2.2 Visión. En el 2022 seremos una empresa de referencia, líder en distribución de prendas para dama, en continuo crecimiento, con presencia internacional, que se distinga por proporcionar una calidad de atención y servicio excelente a sus clientes.

4.2.3 Políticas.

Políticas de calidad. En la empresa confecciones Kary S.A.S, fabricamos y comercializamos prenda de vestir, buscando la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, a través de una gestión oportuna y de calidad.

Mejoramos continuamente nuestros procesos, productos y servicios, apoyados en un recurso humano competente, en una infraestructura acorde a las exigencias del mercado y en la consecución de materiales confiables.

Políticas empresariales. Capacitar permanentemente a los empleados de la empresa.
Capacitar a los funcionarios en atención al cliente y relaciones humanas.

Poner en marcha mecanismos de motivación, comunicación, toma de decisiones y liderazgo dentro de la empresa.

Protección al medio ambiente.

Buscar la satisfacción de los clientes garantizando la calidad de las materias primas.

La recuperación y entrega oportuna de los productos, de manera que satisfagan las necesidades de precio, uso y responsabilidad ambiental.

Construcción de una cultura empresarial con clientes y proveedores, a los cuales se busca mejorarles la calidad de vida.

Política de financiera. Mantener un fondo fijo para gastos menores, consignar el dinero recibido por ventas al día siguiente en la cuenta bancaria de la empresa, este procedimiento se hace por seguridad y por un mejor control de los recursos.

Política de cartera. La empresa confecciones Kary S.A.S tiene como política de crédito a sus clientes más fieles entre 30 y 60 días, pero en lo posible busca hacer las ventas de contado.

Política de pagos. La empresa confecciones Kary S.A.S, para realizar sus pagos de todas las compras ha optado por pagar siempre de contado.

Política ambiental. La empresa confecciones Kary S.A.S tiene el compromiso de integrar los compromisos ambientales a los propósitos generales de la empresa contribuyendo a la protección y conservación del medio ambiente como parte integral de sus actividades, procesos y productos; haciendo uso eficiente de los recursos naturales, minimizando los impactos significativos generados por la actividad.

Política de talento humano. La empresa confecciones Kary S.A.S, tiene el compromiso de integrar personal capacitado, teniendo como criterios de selección la experiencia y la calidad de la persona, serán contratadas por un mínimo, cuentan con un contrato a término indefinido. Además del salario legal cuenta con todo lo que exige el Código Sustantivo de Trabajo, con

bonificaciones e incentivos por la realización de determinadas tareas con el fin de motivar al personal para realizar de una mejor manera su tiempo.

4.2.4 Valores corporativos. Integridad. Involucra los conceptos de honestidad y respeto, y la coherencia entre lo que siento, pienso, digo y hago.

Equidad. Igualdad y Solidaridad.

Efectividad. Eficiencia + Eficacia = Excelencia en el Servicio Flexibilidad, Creatividad, Pro-actividad y Actividad.

Trabajo en Equipo. Tolerancia y paciencia para aceptar las diferencias.

Honestidad. Coherencia manifiesta es nuestro pensar, decir y actuar individual y organizacional, enmarcados en los principios, valores y normas.

Servicio. Voluntad y acto de satisfacer y superar las expectativas de quienes esperan una respuesta de la organización en un ambiente de tranquilidad, confianza mutua y seguridad.

Credibilidad. Sentimiento de confianza construido y generado por la organización frente a los miembros de la empresa y colaboradores, el cual permite decidir y actuar sin reserva, dentro de la ética y la moral.

4.2.5 Organigrama.

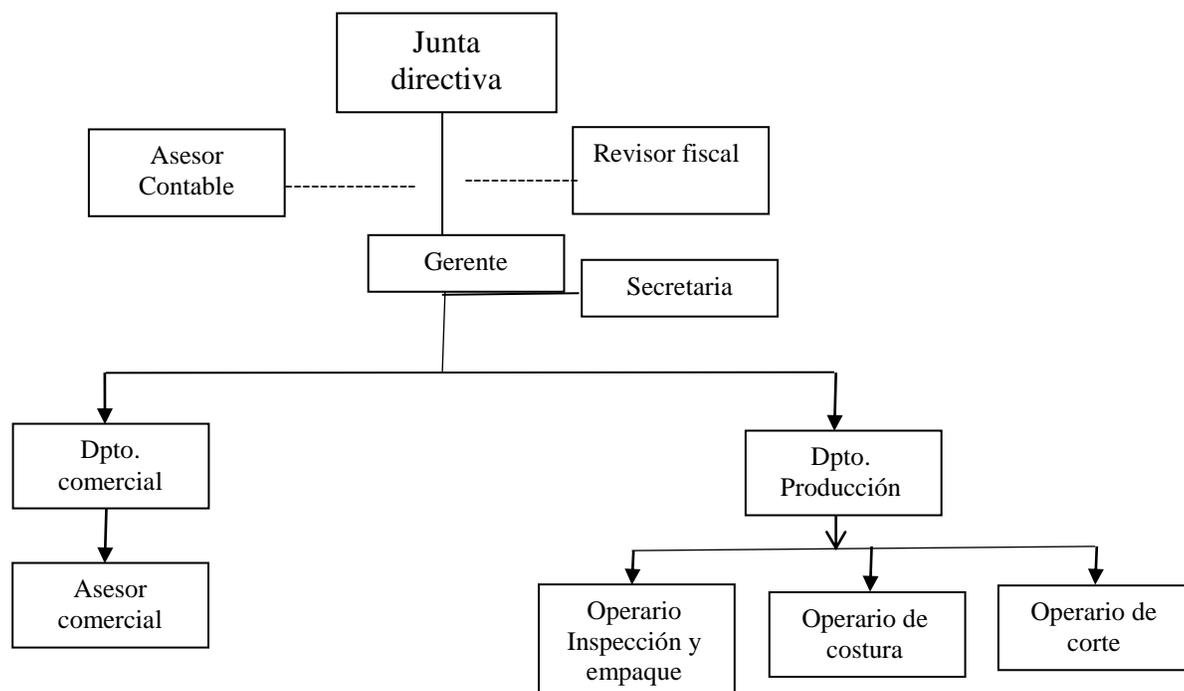


Figura 16. Organigrama

Fuente. Autor del proyecto

4.2.6 Manual de funciones.

Tabla 12.

Manual de funciones.

I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Junta Directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, vicepresidente, Tesorero, Secretario y un vocal y su suplente, elegido para un periodo de dos (2) años a partir de la fecha de elección.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	

Tabla 12 (Continuación)

Designar los dignatarios a su interior
 Dictar su propio reglamento y los demás reglamento internos de la entidad
 Delegar en el representante legal o cualquier otro funcionario, las funciones que estime convenientes
 Crear los empleos que crea necesario para el buen funcionamiento de la empresa
 Autorizar en el representante legal para comprar, vender o grabar bienes y celebrar contratos cuyo valor sea pertinente y conveniente al bien de la empresa, cuya cuantía no sea superior a 950 salarios mínimos legales mensuales vigentes
 Examinar y aprobar o improbar el balance anual, el presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para poner en vigencia el primero de enero del año siguiente y los diferentes proyectos y estudios que le presentan a su consideración el presidente
 Decidir sobre la participación de la empresa en otras entidades, cualquiera que sea su naturaleza jurídica.
 Examinar cuando lo estime a bien, los libros, documentos y caja de la entidad
 Crear las obras sociales que juzgue necesarias y convenientes y aprobar o improbar el plan de actividades de las obras sociales concernientes a la vejez a la niñez desamparada.
 Las demás que le puedan corresponder por los presentes estatutos o reglamentos y en general todas aquellas que no estén asignadas a otro órgano.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo

Revisor Fiscal

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

El Revisor Fiscal es un delegatario de los socios para ejercer inspección permanente a la administración y validar los informes que está presente, debiendo rendir informes a los mismos en las reuniones. El Revisor Fiscal es un auditor que no puede ser encasillado en forma exacta en alguna de las categorías establecidas en la Unidad Dos, puesto que tiene características de unas y otras, encuadrándose solamente en la de auditoría integral aunque no de manera perfecta. El Revisor Fiscal realiza un examen crítico y sistemático del sistema de información financiera de la sociedad, utilizando técnicas y procedimientos de auditoría, el cual culmina con la emisión de una opinión independiente sobre la razonabilidad de los estados financieros, los cuales autentifica con su firma bajo la figura de la Fe Pública. Además del examen anterior, el Revisor Fiscal realiza también un examen crítico y sistemático del sistema de información administrativo, que conlleva a la rendición de una opinión independiente sobre la gestión administrativa, la correspondencia y el control interno de la sociedad y el apego de las operaciones a la normatividad interna y externa.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Cerciorarse de que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la empresa se ajustan a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la asamblea general y de la junta directiva.
 Dar oportuna cuenta, por escrito, a la asamblea o junta de socios, a la junta directiva o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y en el desarrollo de sus negocios.
 Colaborar con las entidades que ejercen la inspección y vigilancia de la empresa y rendirles los informes a que haya lugar o le sean solicitados.
 Velar por que se lleven regularmente la contabilidad de la empresa y las actas de las reuniones de la asamblea, de la junta directiva, y por qué se conserven debidamente la correspondencia de la empresa y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.
 Inspeccionar asiduamente los bienes de la empresa y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia a cualquier otro título.
 Impartir las instrucciones, practicar las inspecciones y solicitar los informes que sean necesarios para establecer un control permanente sobre los valores sociales
 Autorizar con su firma cualquier balance que se haga, con su dictamen o informe correspondiente.
 Convocar a la asamblea o a la junta directiva a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue necesario.
 Cumplir las demás atribuciones que le señalen las leyes o los estatutos y las que, siendo compatibles con las anteriores, le encomiende la asamblea o junta directiva.

Tabla 12. (Continuación)

I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Gerente
Dependencia	Dirección administrativa
Jefe inmediato	Junta directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Ejercer las Funciones de representante legal de la empresa	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<p>Coordinar todas las labores de la empresa, velar porque se cumplan la Ley, los presentes estatutos y los Reglamentos de la empresa.</p> <p>Propender por el logro de los objetivos de la empresa, actuando siempre en colaboración y armonía con la Junta Directiva.</p> <p>Representar judicial y extrajudicialmente a la entidad y designar los apoderados correspondientes.</p> <p>Presidir las reuniones generales de la Junta directiva.</p> <p>Solicitar informes y nombrar comisiones y/o comités que sean necesarios, reglamentar su funcionamiento, integrales y señalar los honorarios dentro de sus miembros cuando fuere necesario</p> <p>Transigir, conciliar, desistir y renovar los actos o negocios jurídicos que tuviere la empresa con terceros a estos con ella, de conformidad con la Junta Directiva.</p> <p>Presentar un informe trimestral sobre la marcha de la empresa.</p> <p>Elaborar y sustentar el proyecto de presupuesto de gastos, ingresos e inversiones para someterlo a la consideración de la Junta Directiva antes del 30 de noviembre de cada año para iniciar su vigencia al primero de enero del año siguiente.</p> <p>Nombrar, remover y decidir sobre las renunciaciones y licencias de los funcionarios no directivos y colaboradores temporales de la entidad y asignarles su salario u horario dentro de los rangos fijados por la Junta directiva.</p> <p>Cumplir con las demás funciones que le asignen la Ley, la Junta Directiva y los presentes estatutos.</p>	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Se siguen las directrices de la Junta Directiva y Asamblea General	
V. PERFIL	
Profesional en administración de empresas, cuatro (4) años en nivel directivo, conocimiento de procesos comerciales, contractuales, financieros, administrativos y operativos en empresas productoras.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Secretaria
Dependencia	Dirección administrativa
Jefe inmediato	Junta directiva
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de orden administrativo de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
<p>Llevar y mantener actualizados los documentos administrativos de la empresa de conformidad con las normas expedidas por la autoridad competente</p> <p>Organizar y ejecutar las actividades de registro depuración, presentación y sustentación administrativos</p> <p>Garantizar la organización de documentos y actas administrativos.</p> <p>Velar por el cuidado y protección legal de los recursos de la empresa</p> <p>Administrar y operar los procesos sistematizados de la empresa</p> <p>Preparar y rendir informes administrativos.</p> <p>Llevar y mantener actualizada la contabilidad</p> <p>Administración y operar los procesos sistematizados y automatizados de la información contable</p> <p>Preparar y suministrar informes contables</p> <p>Realizar las conciliaciones bancarias</p>	

Tabla 12 (Continuación)

Registrar las operaciones contables de la empresa	
Mantener los estados financieros listos para las revisiones	
Informar sobre la gestión contable	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Se siguen las directrices del gerente	
V. PERFIL	
Tecnólogo en administración comercial y financiera, experiencia de un año en cargos similares, conocimientos en la preparación de informes, buena presentación, excelentes relaciones humanas.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Asesor contable
Dependencia	Junta directiva
Cargo del jefe inmediato	Quien ejerza la supervisión directa
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de orden contable en la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la empresa.	
Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad con lo establecido por la empresa.	
Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.	
Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los esté obligado.	
Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.	
Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.	
Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.	
Presentar los informes que requieran la Junta Directiva, el Gerente, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.	
Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido	
Las demás que le asignen los Estatutos, reglamentos, normas que rigen para la empresa.	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.	
V. PERFIL	
Profesional en el área de Contaduría Pública, experiencia de un año, la persona que aspire a desempeñar el cargo deberá ostentar altas calidades morales y profesionales	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Asesor comercial
Dependencia	Departamento comercial
Cargo del jefe inmediato	Director administrativa
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a las necesidades de producción de la empresa	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Realizar planes de comercialización.	

Tabla 12 (Continuación)

Mercadeo y actitud mental hacia la orientación y satisfacción del cliente.
 Aplicar estrategias de marketing como incremento de clientes.
 Control permanente tanto de la promoción como de la venta del producto.
 Establecer mercados objetivos.
 Atención y servicio al cliente.
 Cumplir con las metas mensuales de venta.
 Despachar las mercancías correspondientes a los respectivos clientes.
 Ejecutar las órdenes del gerente respecto a su área.
 Realizar negocios dentro del giro ordinario de su actividad con clientes.
 Representar comercialmente a la empresa.
 Rendir periódicamente al gerente informes relativos a su gestión.
 Ejercer las demás funciones que le sean asignadas y sean afines a su cargo.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva y gerente.

V. PERFIL

Tecnólogo en administración comercial y financiero
 Experiencia mínimo de un años en cargos afines
 Excelente presentación y manejo de clientes.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Operario de corte
Dependencia	Departamento de producción
Cargo del jefe inmediato	Dpto. Producción

II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES

Atender a las necesidades de producción de la empresa

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Encargado de él proceso de corte
 Manipular adecuadamente herramientas y máquinas a su cargo.
 Responder por la labor desempeñada con entusiasmo y honradez.
 Realizar órdenes provenientes de su superior inmediato.
 Cumplir con las metas diarias de producción.
 Realizar de manera idónea la labor encomendada.
 Realizar mantenimiento preventivo a sus herramientas de trabajo.
 Colaborar con los operarios de costura cuando es requerido.
 Formular recomendaciones tendientes al logro de mejoras en producción.
 Contribuir con eficiencia y eficacia en la ejecución de los procesos en los que se encuentra comprometidos.
 Cumplir las funciones que sean delegadas y confiadas por su jefe directo.
 Comunicar a la administración cualquier novedad que se presente.
 Ejercer las demás funciones que le sean asignadas.

IV. NIVELES DE AUTORIDAD

Seguir las directrices de la junta directiva, jefe de producción y gerente.

V. PERFIL

Estudiante bachiller, mayor de edad, experiencia de un año
 Tecnólogo en confección y corte
 Dos años de experiencia

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación del empleo	Operario de costura
-------------------------	----------------------------

Tabla 12 (Continuación)

Dependencia	Departamento de producción
Cargo del jefe inmediato	Dpto. Producción
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender las actividades realizadas de costura	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Ejecutar la programación establecida para el servicio	
Manipular adecuadamente herramientas y máquinas a su cargo.	
Responder por la labor desempeñada con entusiasmo y honradez.	
Realizar órdenes provenientes de su superior inmediato.	
Cumplir con las metas diarias de producción.	
Realizar de manera idónea la labor encomendada.	
Realizar mantenimiento preventivo a sus herramientas de trabajo.	
Colaborar con los operarios de costura cuando es requerido.	
Formular recomendaciones tendientes al logro de mejoras en producción.	
Contribuir con eficiencia y eficacia en la ejecución de los procesos en los que se encuentra comprometidos.	
Cumplir las funciones que sean delegadas y confiadas por su jefe directo.	
Comunicar a la administración cualquier novedad que se presente.	
Ejercer las demás funciones que le sean asignadas.	
I. IDENTIFICACIÓN	
Denominación del empleo	Operario de inspección y empaque
Dependencia	Departamento de producción
Cargo del jefe inmediato	Dpto. Producción
II. NATURALEZA DE LAS FUNCIONES	
Atender a los requerimiento y necesidades de la microempresa	
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES	
Manipula adecuadamente las herramientas y maquinaria a su cargo.	
Responde por la labor desempeñada.	
Cumple con las órdenes impartidas por su superior.	
Efectúa control de calidad del producto terminado.	
Realiza el empaque, inventario y almacenamiento del producto.	
Realiza mantenimiento preventivo a las herramientas.	
Colabora y da sugerencias a los operarios de costura y acabados cuando se requiere.	
Formula recomendaciones tendientes al logro de la mejora del producto.	
Cumple con las funciones delegadas.	
Comunica a la administración cualquier novedad que se presente.	
Ejerce las demás funciones que le sean asignadas	
IV. NIVELES DE AUTORIDAD	
Departamento de producción	
V. PERFIL	
Capacitación técnica en corte y costura.	
Experiencia mínima de un año.	

Nota: Fuente. Autor del proyecto

4.2.7 Reglamento interno de trabajo.

CAPITULO I

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito para la Confeccione Kary S.A.S. Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, a sus disposiciones quedan sometidos tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo, solo pueden ser favorables al trabajador.

CAPITULO II

Artículo 2. Quien aspire a tener un puesto deberá presentar hoja de vida acompañada de los siguientes documentos: Libreta militar y cédula de ciudadanía según el caso. Certificado de su estado de salud. Además, debe presentar pruebas escritas de acuerdo a su cargo y respectiva entrevista.

Periodo de prueba.

Artículo 3. Todos los contratos de trabajo a término indefinido firmados en la empresa Confeccione Kary S.A.S, tienen un periodo de prueba de sesenta (60) días.

Artículo 4. El periodo de prueba debe ser el estipulado por escrito, y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 5. Durante este período, tanto la empresa Confeccione Kary S.A.S como la persona pueden tomar la decisión de terminar el contrato sin ninguna justificación y sin reconocer ni el preaviso, ni la indemnización correspondiente.

PARÁGRAFO. Cuando la empresa Confeccione Kary S.A.S es quien toma la decisión de no continuar con el contrato de trabajo, se le debe notificar al empleado a más tardar el día anterior a la finalización del periodo de prueba. A pesar de que la empresa no tiene que justificar su decisión, es necesario que la hoja de vida del empleado se archive y la evaluación final que sustente la razón de la terminación del contrato.

CAPITULO III.

TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS.

Artículo 6. No tienen el carácter de trabajadores, propiamente dicho de la empresa, sino trabajadores accidentales que se ocupen de labores de corta duración no mayor de un (1) mes, los cuales no tienen derecho a prestaciones sociales.

CAPITULO IV.

DEL HORARIO DE TRABAJO

Artículo 7. La jornada ordinaria de trabajo se extenderá desde las 8:00 AM a 12:00 M y 2:00 PM a 6:00 PM, cada empleado laborará dentro de este horario, ocho (8) horas diarias, de acuerdo a lo estipulado por la ley.

PARÁGRAFO. El horario de trabajo podrá ser modificado por la empresa, de acuerdo a sus necesidades pero no excederá la jornada máxima legal.

Artículo 8. Quedan exceptuados del anterior horario, los trabajadores que desarrollen actividades continuas.

Artículo 9. No habrá limitaciones de jornada para quienes desempeñen cargos directivos de confianza por manejo.

CAPITULO V.

Artículo 10. El trabajador diurno es el comprendido entre las ocho (8) a doce (12) de la mañana y entre las dos (2) y seis (6) de la tarde.

Artículo 11. El trabajo suplementario o de horas extras es el que excede la jornada ordinaria y en todo caso el que excede lo máximo legal; solo se trabajará ocho horas diarias.

CAPITULO VI.

Días de trabajo legalmente obligatorios.

Artículo 12. Serán de descanso obligatorio remunerado los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral, a la vez los empleados están en la obligación de laborar 48 horas semanales, según el Código Sustantivo de Trabajo, específicamente en el artículo 161.

Artículo 13. La empresa Confeccione Kary S.A.S, solo remunerará el descanso dominical a trabajadores que hayan prestado sus servicios en todos los días laborales y que si han faltado lo hayan hecho por justa causa.

Artículo 14. Los trabajadores que habitualmente tengan que laborar el día de descanso remunerado, gozaran de un descanso compensatorio.

Artículo 15. El descanso compensatorio se dará en otro día laborable de la semana siguiente.

Vacaciones remuneradas.

Artículo 16. Todo empleado por horas o contrato de salario mensual tiene derecho a quince (15) días hábiles de vacaciones, de acuerdo con la ley, cada vez que cumple un año de trabajo continuo dentro de la empresa.

Artículo 17. El empleado podrá solicitar sus vacaciones a partir del momento en que las cumple y dentro del año siguiente hasta el nuevo aniversario.

Artículo 18. El representante legal será el responsable de hacer la programación de vacaciones de todos los empleados de manera que se cumpla individualmente con la ley y la necesidad del descanso y se tengan en cuenta las necesidades del personal. Esta programación debe tener en cuenta entonces factores como: La fecha de aniversario de cada empleados. El deseo y la necesidad del empleado de tomar sus vacaciones dentro de la fecha más cercana posible a su aniversario. Las necesidades de la empresa en general de dejar cubiertos todos los puestos de trabajo. Es potestad de la fundación otorgar las vacaciones en una fecha que idealmente cumpla con todos los requisitos.

Artículo 19. La programación deberá hacerse anualmente de (enero a diciembre) y revisarse semestralmente (junio) y pasarse al supervisor o en su defecto al director ejecutivo para su aprobación. La aprobación de esta programación o los cambios respectivos deben ser comunicados por el director ejecutivo a cada uno de los empleados en lo que a él interesa personalmente. Esa programación se respetará salvo circunstancias excepcionales en cuyo caso, tanto la empresa como el empleado avisarán la otra parte con anticipación del cambio, y se hará la nueva programación para la fecha siguiente más cercana posible.

Artículo 20. Mensualmente antes de las fechas previstas para entrega de informes que afecta la nómina del gerente o administrador deberá pasar el formato de vacaciones,

especificando exactamente las fechas de toma de las vacaciones y el número total de los días previamente probados.

Artículo 21. En ningún caso las vacaciones son acumulables de un año a otro. De acuerdo con la ley de no tomar mínimo seis (6) días hábiles continuos se pierde el derecho a estas. Cualquier excepción debe ser justificada ante el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, razón por la cual solo en caso de fuerza mayor, podrá ser aprobada por el director ejecutivo.

Artículo 22. Las vacaciones se cuentan de acuerdo con el horario habitual de cada empleado, es decir, se cuentan los días hábiles de lunes a viernes. No se contarán ni los domingos ni los festivos como días hábiles.

Artículo 23. La base para el cálculo del pago de vacaciones del personal que trabajara por horas es el promedio mensual de lo devengado en doce (12) meses anteriores a la fecha de salida. Todas las vacaciones se pagaran a través de la nómina en el mes correspondiente.

Artículo 24. Para el personal con salario mensual se tomara el sueldo que esté devengando en el momento en que sale a disfrutar de sus vacaciones. Para los empleados que devengan salario integral se calcula el pago sobre el cien por ciento (100%) del salario.

Artículo 25. En caso de licencia no remunerada se interrumpe para todos los efectos el contrato de trabajo, es decir, no se cuenta con este tiempo para vacaciones.

Artículo 26. La enfermedad comprobada mediante la incapacidad de la respectiva EPS, interrumpe las vacaciones. Los días pendientes deberán ser tomados en la fecha más próxima posible.

Compensaciones y beneficios.

Artículo 27. A los empleados de sueldo fijo se les pagará quincenalmente, los días de pago serán los 15 y 30 de cada mes.

Artículo 28. La empresa Confeccione Kary S.A.S, establecerá un programa para cumplir con una serie de objetivos importantes: Reconocer y recompensar las diferencias en materia de capacidad individual y rendimiento. Establecer y mantener sueldos justos y competitivos. Organizar diferentes niveles de remuneración para cargos que requieran diferentes grados de responsabilidad, experiencia, habilidad y conocimiento.

Artículo 29. Los ajustes a la remuneración serán a consecuencia de cambios en los promedios normales de salarios en la oferta y la demanda en el mercado laboral o modificaciones gerenciales de remuneraciones en la plaza motivada por la inflación y otros factores.

Permisos.

Artículo 30. Conceder al trabajador las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio; en caso de grave calamidad domestica debidamente comprobada, siempre que avise con la debida oportunidad al gerente.

En el Reglamento Interno de Trabajo se señalarán las condiciones para las licencias antes mencionadas. Salvo convención en contrario, el tiempo empleado en estas licencias puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas de su jornada ordinaria, a opción del patrono.

Artículo 31. Todo permiso deberá presentarse previamente por escrito ante el representante legal.

Artículo 32. Queda a opción del gerente pagar o no el salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar por razón de permisos.

CAPÍTULO VII.

Salarios, lugar, horas de paga y periodos que lo regulan.

Artículo 33. La empresa Confeccione Kary S.A.S se acogerá a las disposiciones legales dictadas sobre el salario mínimo.

Artículo 34. La remuneración del trabajo se estipulará por quincena y se pagará por quincena vencida dentro de cada periodo.

Artículo 35. El trabajador al firmar las planillas sobre recibidos correspondientes a los salarios devengados, constituye la declaración del empleado de estar a paz y salvo con la entidad.

CAPITULO VIII.

Servicios médicos, prescripciones de orden de seguridad, riesgos profesionales y primeros auxilios.

Artículo 36. La empresa Confeccione Kary S.A.S, mantendrá los servicios médicos en la empresa promotora de salud (EPS) para la atención del personal que sea necesario. Todo trabajador dentro del día que se enferme deberá hacerlo saber al gerente.

Artículo 37. El empleado que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes y tratamientos indicados, perderá el derecho a las prestaciones en dinero por la incapacidad que sobrevenga a esa negativa.

Artículo 38. En caso de accidente de trabajo, el director ejecutivo ordenará inmediatamente los servicios de un médico.

Artículo 39. La empresa Confeccione Kary S.A.S no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa de la víctima.

CAPITULO IX.

Prescripciones de orden

Artículo 40. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes: Solicitar el carné de identificación como empleado. Mostrar respeto y subordinación a los superiores. Respetar a sus compañeros de trabajo.

Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores. Guardar buena conducta en todo y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina en general de la empresa. Realizar los trabajos que se le asignen con honradez y de la mejor manera posible.

Hacer reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, cometida y respetuosa. Ser verídico en todo caso, recibir y aceptar órdenes de instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo.

Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar por conducto del respectivo superior, siendo en consecuencia prohibido pasar al puesto de trabajo del compañero. Atender con la debida oportunidad y cortesía a toda persona con quien deba comunicarse por razones de sus funciones. Reportar cualquier situación irregular que observe dentro de la empresa.

CAPITULO X.

Obligaciones especiales para la empresa Confeccione Kary S.A.S y los trabajadores

Artículo 41. Son obligaciones de la empresa. Poner a disposición de los trabajadores los instrumentos adecuados para la realización de las labores. Procurar a los trabajadores, locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales, en forma que garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

Presentar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad, a este efecto en la empresa se mantendrá lo necesario según el reglamento de las autoridades necesarias. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos, guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto por las leyes.

Artículo 42. Son obligaciones del trabajador: Realizar personalmente, cuidadosa y eficazmente las labores encomendadas de acuerdo con el manual de funciones de la empresa Confeccione Kary S.A.S.

Cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular la imparten. Conservar el buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos, útiles y demás que hayan sido facilitados.

Mantener el respeto, la moral y las buenas relaciones con sus superiores y compañeros de trabajo. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o de riesgo que afectan a las personas que laboren en la empresa. Atender de manera amable y cordial a los clientes, brindándoles los servicios y/o información que estos requieran.

CAPITULO XI.

Prohibiciones especiales para los trabajadores

Artículo 43. Prohibiciones para los trabajadores: Desobediencia y/o desempeño incorrecto de tareas de acuerdo con las políticas de la empresa. Retraso o ausencia sin autorización. Dejar el trabajo sin permiso u ocuparse de otros asuntos personales desde el trabajo sin autorización.

No informar inmediatamente al director ejecutivo sobre heridas o accidentes personales. Cometer cualquier acto u omisión que pueda afectar la seguridad de algunos empleados o cliente. Perturbar la diligencia o el trabajo de otros empleados durante las horas laborables.

Tardanza en el desempeño del trabajo o descuido de las tareas. No avisar aun superior sobre la imposibilidad de acudir al trabajo en el turno acordado con anticipación suficiente como para conseguir un reemplazo.

Desempeño o resultados deficientes o incompetencia en la realización del trabajo. No demostrar una actitud seria o falta de diligencia al llevar a cabo las tareas. Ocupar los computadores con programas que no corresponden a la propiedad de la empresa. Faltantes de caja bajo control del empleado.

Usar un lenguaje profano, obsceno, vil o abusivo hacia los empleados o clientes.

Contravención de reglas de seguridad o desobediencia de cualquier reglamento. Una conducta incorrecta contraria a la ley y a la moral con respecto a un empleado o cliente (ejemplo, hostigamiento sexual). Presentarse a trabajar ebrio, bajo efectos o en posición de drogas. Perdida fraudulenta en tiempo libre o ausencia debido a una falsa enfermedad. Hacer uso del teléfono para fines particulares, o llamadas que no tengan relación con el trabajo. Así mismo su uso debe ser breve.

El personal de la oficina debe hacer sus propias llamadas evitando el uso excesivo del teléfono. Hacer comentarios mal intencionados o sin base, acusaciones falsas o divulgar rumores de sus compañeros o jefes, o de medidas disciplinarias que adopte la empresa. Está prohibido efectuar o autorizar gastos que no estén aprobados previamente. El desacato a estas reglas causará llamados de atención y/o cancelación del contrato por justa causa.

4.2.8 Estatutos.

CAPÍTULO I

Nombre, nacionalidad, domicilio, objeto y duración de la sociedad

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio. La empresa Confeccione Kary S.A.S.,. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

Artículo 2. Objeto. La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil.

Artículo 3. Duración. La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

Artículo 4. Capital autorizado, suscrito y pagado. El valor nominal de las acciones es de \$500

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción. Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

Dirección, administración, representación y revisoría fiscal de la sociedad

Artículo 6. Órganos sociales. La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

Artículo 7. Dirección de la sociedad: asamblea general de accionistas. La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión

convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

Artículo 8. Administración y representación legal de la sociedad. La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

Artículo 9. Facultades de los representantes legales. Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

Artículo 10. Revisoría fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la

provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

Estados financieros, reservas y distribución de utilidades.

Artículo 11. Estados financieros y derecho de inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

Artículo 12. Reserva legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Artículo 13. Utilidades, reservas y dividendos. Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo

pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

Disolución y liquidación

Artículo 14. Causales de disolución. La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.

Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

Por las causales previstas en los estatutos.

Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.

Por orden de autoridad competente.

Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

Artículo 15. Liquidación. Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

Artículo 16. Liquidador. Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Artículo 17. Sujeción a las normas legales. En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

Firmas:

NOMBRE DEL CONSTITUYENTE

IDENTIFICACIÓN DEL CONSTITUYENTE

4.2.9 Aspecto legal.

Sociedad. Sociedad por Acciones Simplificadas

Constitución de la sociedad. La sociedad se constituye mediante acta de constitución y debe contener los siguientes requisitos:

Nombres, apellidos, identificación y domicilio de los socios.

Clase de sociedad que se constituye.

Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.

Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad, es la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.

Objeto social. Una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizará la sociedad.

Capital social. Se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido.

La forma de administración. Establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.

Causales de disolución: enunciar las causales de la disolución anticipada de la sociedad.
Época y forma de convocar la junta de socios a sesiones ordinarias y extraordinarias.

Debe presentar las declaraciones tributarias contempladas en el estatuto tributario.

Matricula. La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la cámara de comercio con Jurisdicción en el lugar donde va tener su domicilio principal.

Registro de la escritura y la matrícula de la sociedad. Presentar el original o la copia autenticada pertinente de la escritura pública otorgada en la notaría correspondiente, junto con el formulario de matrícula de sociedades diligenciado con la información solicitada de manera exacta y real.

Cancelar el valor de los derechos de inscripción.

Matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad.

Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT, quedar inscrito en el Registro Único

Tributario RUT que lleva la DIAN y en el Registro de Información Tributaria RIT que lleva la Secretaria de Hacienda del Distrito si fuere el caso.

Con el certificado expedido por la Cámara de Comercio se acredita la existencia de la sociedad, el nombre del representante legal, actividad económica, referencias, solvencia económica y patrimonio. Esto evita que otras sociedades o establecimientos de comercio con el mismo nombre puedan matricularse en esta Cámara.

Facilita el proceso de inscripción en el registro de proponentes.

Facilita contactos comerciales directos con proveedores y clientes.

Facilita la obtención de créditos en el sector financiero.

Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio.

Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.

Renovación. El Código de Comercio establece que a 31 de Marzo de cada año se debe renovarse la matrícula, para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales. Para la renovación de la matrícula se debe diligenciar el formulario correspondiente, presentarlo en la Cámara de Comercio y cancelar los derechos respectivos.

Modificación de la información de la matrícula. Cualquier modificación que afecte el contenido del formulario de matrícula o renovación, debe ser solicitada por escrito a la Cámara de Comercio. Para que la Empresa, esta funcionará debe cumplir los siguientes requisitos:

Elaborar los Estatutos para la empresa.

Registrarse en la Cámara de Comercio de la ciudad cancelando los respectivos derechos.

Pago en la Colecturía de Rentas.

Pago derecho a suelo.

Pago derecho a Bomberos y saico y acinpro.

Pago saneamiento ambiental.

4.3 Necesidades de los recursos físicos, técnicos y humanos para la puesta en marcha de la empresa.

Con el presente análisis técnico, se determinará si para la empresa de Confecciones Kary S.A.S, es viable producir las prendas, con la calidad, cantidad y el costo requerido. Este estudio, permitirá diseñar la función de producción óptima que mejor maneje los recursos disponibles para obtener cada uno de los productos deseados.

4.3.1 Ficha técnica del producto. La ficha técnica, es un documento de manejo interno de la empresa Confecciones Kary S.A.S., que en un sistema organizado y será la base para un adecuado control de calidad, lo que permitirá mantener un nivel de diferencia mínimo entre la calidad real y la calidad prevista.

La ficha técnica es un ejemplo práctico de medidas preventivas que promueven la producción más limpia a nivel empresarial. La finalidad de esta es ser práctica y didáctica, de manera que el empresario este en capacidad de implementarla.

Esta ficha suministrará la información de forma clara, precisa y oportuna, ya que la transmisión de datos e instrucciones dentro de la compañía no puede ni debe llevarse a cabo de manera informal y ligera.

4.3.2 Descripción del proceso. Luego definidos aspectos como la tecnología necesaria, los materiales y las normas de calidad, se procede a definir el proceso de producción de la confección, inicialmente se plantean unos procedimientos que a medida que se vaya desarrollando el proyecto, pueden ser modificados o ampliados según lo requiera la empresa Confecciones Kary S.A.S.

Proceso de producción. A continuación, se presenta una explicación del proceso productivo a nivel microempresarial:

Diseño de la prenda. se diseñan todos los modelos que se vayan a exhibir en la colección, determinando que materiales y cantidades se necesitan para su fabricación.

Selección y compra de materiales. De acuerdo a los materiales solicitados durante el diseño, se procede a la compra de estos para poder realizar con la producción.

Recepción y almacenamiento de materiales. Se recibe la muestra del vestido terminado, la tela cortada y las habilitaciones (adornos, cierres, botones y resortes, entre otras), así como una tabla de especificaciones.

Inspección de tela y habilitaciones. Se inspecciona la tela y sus habilitaciones, separando, en su caso, tallas y color, entre otros.

Corte de tela y sus habilitaciones. Se recibe la tela, la cual es marcada y cortada según los modelos propuestos y luego se envía junto con sus habilitaciones (adornos, piedras, encajes, cueros, resortes, entre otros).

Transporte al área de cosido de la tela o ensamble. Se envía al área de máquinas.

Ensamble. En esta sección, se cosen las piezas con ayuda de diversos tipos de máquinas de coser, integrando así, la prenda de vestir. Las telas incluyen guías para que la costura sea precisa.

Transporte al área de planchado. Una vez terminada de ensamblar la prenda, se transporta al área de planchado.

Planchado. La prenda se plancha con una determinada temperatura, dependiendo del material de la tela. En este punto se pueden realizar los dobleces especiales que lleve la prenda.

Empaque. Después del planchado, la ropa se cuelga en un gancho y se cubre con una envoltura plástica para evitar que se manche o se ensucie.

Entrega. Una vez empacado la prenda, se procede a su entrega.

Distribución interior de las instalaciones. Los factores a considerar en el momento de elaborar el diseño para la distribución de planta son:

- a) Determinar el volumen de producción
- b) Movimientos de materiales
- c) Flujo de materiales, y
- d) Distribución de la planta.

Además de la localización, diseño y construcción de la planta es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución interna de la misma, para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de

las materias primas y de los productos acabados, de modo que se aprovechen eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores, además hay que tener en cuenta que allí mismo se tendrá el punto de venta directo de los productos.

4.3.3 Necesidades y requerimientos. Para la puesta en marcha de la empresa Confecciones Kary S.A.S., se necesita contar con un grupo de trabajo conformado por el recurso humano, la maquinaria y los equipos, además un lugar físico en el cual estarán ubicados la planta, oficinas y punto de venta directo de la empresa en la ciudad de Ocaña. Para su inicio se necesitará lo siguiente:

Recurso Humano. Se establecerá un equipo de trabajo altamente calificado y con mucha creatividad para de esta manera garantizar resultados positivos en el proceso.

Con la idea de ampliar y fortalecer los conocimientos del equipo que conformaría la empresa Confecciones Kary S.A.S., se pretende asistir a una serie de capacitaciones, talleres, entre otros medios de conocimiento, como:

Talleres y cursos de diseño y confección

Seminarios sobre creación de empresas

Asistir a diversos eventos de moda

Capacitación sobre emprendimiento

Entre otros

Maquinaria y equipo.

Maquina plana industrial jointex con su mueble	\$1.000.000
Maquina fileteadora jointex con su mueble	\$1.000.000

Maquina collarin industrial jointex con su mueble	\$2.500.000
Maquina cortadora eléctrica	\$ 500.000
Tela	\$ 200.000
Accesorios varios de bisuteria	\$ 400.000
Agujas	\$ 400.000
Tijeras, carretes, enhebradoras	\$ 100.000
Mesa de corte en madera	\$ 400.000
Total inversión	\$6.500.000

Macrolocalización. La empresa Confecciones Kary S.A.S., estará ubicada en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Microlocalización. Para el funcionamiento de la empresa se tendrá en cuenta el sector de la Ermita, ya que este sitio cuenta con las características que el proyecto requiere y por lo tanto ofrece las mejores condiciones para su funcionamiento.

Tamaño del proyecto. La empresa solo contará con un piso, teniendo la demanda inicial del servicio, se debe mencionar que a medida que aumente se debe aumentar la capacidad para generar el servicio.

Distribución en planta. La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores

directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección.

4.3.4 Propiedad planta y equipo. La oficina funcionará inicialmente en un local tomado en arrendamiento que deberá contar con suficiente área física, servicios públicos y línea telefónica. La distribución física se realizará de acuerdo a los equipos requeridos y necesidades de la empresa para su normal funcionamiento. Los muebles y enseres serán ubicados de forma adecuada para facilitar el desempeño de las labores dentro de la empresa, garantizando la seguridad y la comodidad de los empleados y cliente.

Muebles y equipo de oficina. La propiedad planta y equipo para el inicio de la empresa, es decir en el primer mes, está representado en los siguientes elementos.

1.	Escritorio gerente	\$ 300.000
1.	Escritorio secretaria	\$ 300.000
1.	Escritorio asesor comercial	\$ 300.000
9.	Sillas ergonómicas	\$ 450.000
TOTAL		\$1.350.000

Requerimiento Equipo de computación y comunicación.

1.	Computadores	\$ 700.000
1.	Teléfono	\$ 50.000
1.	Archivadores	\$ 100.000
TOTAL		\$ 850.000

Requerimiento del Recurso Humano

1. Representante legal
1. Secretaria
1. Revisor fiscal
1. Asesor contable
1. Asesor comercial
1. Operario de corte
1. Operario de costura
1. Operario de inspección y empaque

4.4 Costos iniciales, de la inversión y operación de la empresa, por medio del estudio financiero y evaluación económica.

En el periodo inicial la inversión será con capital propio, a medida que se empieza a vender los servicios se empieza a recuperar la inversión inicial, al fin del periodo se realizarán los estados financieros para saber cómo se encuentra la empresa financieramente y económicamente, dicha inversión inicial es suficiente para los gastos iniciales.

El uso en el costo total vendido y activo de trabajo se han imputado a la inversión inicial, sin embargo las mismas no son en sí un desembolso, por esta razón las mismas se suman en caja acumulándolas, por el contrario a los efectos impositivos incidente en la determinación de lo económico para el cálculo del impuesto de ganancias, el saldo acumulativo en caja y banco formara el activo corriente de la empresa.

4.4.1 Balance inicial. Se hace al momento de iniciar una empresa, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones. Cuando se crea una nueva empresa se requiere que los socios aporten una serie de activos y posiblemente se deba incurrir en algunas obligaciones para poder operar o adquirir los activos, lo que en su conjunto conforman el balance inicial.

**EMPRESA CONFECCIONES KARY S.A.S.
BALANCE INICIAL**

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		\$850.000
DISPONIBLE		
Caja	\$850.000	
INVENTARIOS		
Materia Prima		
ACTIVO FIJO		<u>\$8.700.000</u>
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
Construcciones y edificaciones	\$ 0	
Maquinaria y equipo	\$6.500.000	
Equipo de oficina	\$1.350.000	
Equipo de comunicación y computación	<u>\$ 850.000</u>	
ACTIVO DIFERIDO		<u>\$450.000</u>
CARGOS DIFERIDOS		
Útiles y papelería	\$ 100.000	
Publicidad	\$ 300.000	
Imprevistos	<u>\$ 50.000</u>	
TOTAL ACTIVO		\$9.150.000
PASIVO		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bancos Nacionales	<u>\$ 0</u>	
TOTAL PASIVO		\$0
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aportes Sociales	\$10.000.000	
TOTAL PATRIMONIO		\$10.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$10.000.000</u>	

4.4.2 Manejo de depreciación. La depreciación es el desgaste de los activos fijos en la vida útil. Se entiende por vida útil el lapso durante el cual se espera que estos activos contribuyan a la generación de ingresos de la empresa.

$$\text{Depreciación del Equipo de oficina} = \frac{1.350.000}{10 \text{ años}} = 135.000 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	1.350.000				
DEPRECIACIÓN		135.000	135.000	135.000	135.000
VALOR POR DEPRECIAR		1.215.000	1.080.000	945.000	810.000

$$\text{Depreciación Maquinaria y equipo} = \frac{6.500.000}{10 \text{ años}} = 650.000 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	6.500.000				
DEPRECIACIÓN		650.000	650.000	650.000	650.000
VALOR POR DEPRECIAR		5.850.000	5.200.000	4.550.000	3.900.000

$$\text{Depreciación Equipo de comunicación y Computación} = \frac{850.000}{5 \text{ años}} = 170.000 \text{ anual}$$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVO A DEPRECIAR	850.000				
DEPRECIACIÓN		170.000	170.000	170.000	170.000
VALOR POR DEPRECIAR		680.000	510.000	340.000	170.000

4.4.3 Proyección del precio. La siguiente tabla muestra el precio de venta de las prendas, por la proyección del 5%, teniendo en cuenta que los encuestados pagan \$70.000 por cada prenda, compran dos prendas cada dos meses y son 228 las personas que apoyarían la empresa, de igual forma se espera ganar el 20% en cada una de las prendas a partir del segundo año.

Tabla 13.

Proyección de precios

PRENDAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cientes	228	239	251	263	277
Valor	70.000	73.500	77.175	81.033	85.085
Ganancia		88.200	92.610	97.239	102.102
Cantidad	6	6	6	6	6
TOTAL	95.760.000	126.478.800	139.470.660	153.443.142	169.693.524

Nota. Fuente, Autor de proyecto

4.4.4 Determinación del costo variable.

COSTO VARIABLES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Arriendo	6.000.000	6.300.000	6.615.000	6.945.750	7.293.037
Servicio de acueducto	600.000	630.000	661.500	694.575	729.303
Servicio de energía	600.000	630.000	661.500	694.575	729.303
Servicio de teléfono	600.000	630.000	661.500	694.575	729.303
TOTAL	7.800.000	8.190.000	8.599.500	9.029.475	9.480.948

4.4.5 Gastos de operación.

CONCEPTO (MENSUAL)	REP. LEGAL	SECRET ARIA	ASESOR COMERCIA L	OPER. DE CORTE	OPER. DE COSTURA	OPER. DE INSPECCIÓN Y EMPAQUE	ASESOR CONTABLE	REVISOR FISCAL
SALARIO	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717		
HONORARIOS- BONIFICACIÓN	500.000						300.000	300.000
AUXILIO DE TRANSPORTE	83.140	83.140	83.140	83.140	83.140	83.140		
SALUD	62.705	62.705	62.705	62.705	62.705	62.705		
PENSIÓN	88.526	88.526	88.526	88.526	88.526	88.526		
VACACIONES	30.689	30.689	30.689	30.689	30.689	30.689		
CESANTÍAS	61.451	61.451	61.451	61.451	61.451	61.451		
INTERESE SOBRE CESANTÍAS	614	614	614	614	614	614		
PRIMAS	61.451	61.451	61.451	61.451	61.451	61.451		
ARL 0,522	3.850	3.850	3.850	3.850	3.850	3.850		
DOTACION	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000		
TOTAL	1.655.143	1.155.143	1.155.143	1.155.143	1.155.143	1.155.143	300.000	300.000

GASTOS PERSONAL PROYECTADOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
REP. LEGAL	19.861.716	20.854.801	21.897.541	22.992.418	24.142.039
SECRETARIA	13.651.716	14.334.301	15.051.016	15.803.567	16.593.746
ASESOR COMERCIAL	13.651.716	14.334.301	15.051.016	15.803.567	16.593.746
OPER. DE CORTE	13.651.716	14.334.301	15.051.016	15.803.567	16.593.746
OPER. DE COSTURA	13.651.716	14.334.301	15.051.016	15.803.567	16.593.746
OPER. DE INSPECCIÓN Y EMPAQUE	13.651.716	14.334.301	15.051.016	15.803.567	16.593.746
ASESOR CONTABLE	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.822
REVISOR FISCAL	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.822
TOTAL	95.320.296	100.086.310	105.090.626	110.345.157	115.862.415

4.4.6 Estado de resultado. Muestra el movimiento de ingresos, costos y gastos a realizarse durante el desarrollo de la actividad de la empresa y proyectar el resultado neto de la misma, al cabo de los 5 años siguientes a su creación, pudiendo ser Utilidad o Pérdida el resultado neto.

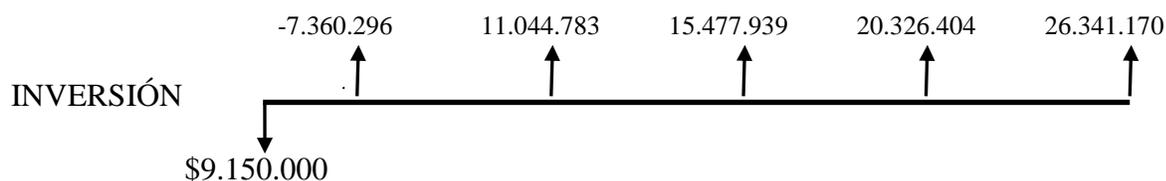
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS NETAS	95.760.000	126.478.800	139.470.660	153.443.142	169.693.524
- COSTOS DE VARIABLES	7.800.000	8.190.000	8.599.500	9.029.475	9.480.948
= UTILIDAD BRUTA	87.960.000	118.288.800	130.871.160	144.413.667	160.212.576
- GASTOS DE OPERACIÓN	95.320.296	100.086.310	105.090.626	110.345.157	115.862.415
-DEPRESIÓN	955.000	955.000	955.000	955.000	955.000
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-8.315.296	17.247.490	24.825.534	33.113.510	43.395.161
- IMPUESTO 35%		6.036.621	8.688.936	11.589.728	15.188.306
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO		11.210.869	16.136.598	21.523.782	28.206.855
- RESERVA LEGAL 10%		1.121.086	1.613.659	2.152.378	2.820.685
= UTILIDAD NETA		10.089.783	14.522.939	19.371.404	25.386.170

4.4.7 Flujo de caja. Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
UTILIDAD NETA	-8.315.296	10.089.783	14.522.939	19.371.404	25.386.170
+ DEPRECIACIÓN	955.000	955.000	955.000	955.000	955.000
= FLUJO AJUSTADO DE CAJA	-7.360.296	11.044.783	15.477.939	20.326.404	26.341.170

La evaluación económica de la empresa permite analizar la viabilidad del proyecto mediante los siguientes factores:

4.4.8 Valor Presente Neto (VPN). Para el cálculo del VPN se toma una tasa de rentabilidad del 14% anual* siendo esta la tasa de captación de las entidades financieras, el proyecto se realizará con aportes de \$10.000.000 millones.



$$\text{VPN} = \frac{-7360296}{(1+0.14)^1} + \frac{11044783}{(1+0.14)^2} + \frac{15477939}{(1+0.14)^3} + \frac{20326404}{(1+0.14)^4} + \frac{26341170}{(1+0.14)^5}$$

$$\text{VPN} = -\$6.456.400 + \$8.561.847 + \$10.458.067 + \$12.099.050 + \$13.719.359$$

$$\text{VPN} = \mathbf{\$38.381.924}$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera una ganancia adicional de \$38.381.924, y por lo tanto el resultado es satisfactorio ya que el resultado del Valor Presente Neto supera el valor de la inversión.

4.4.9 Tasa Interna de Retorno (TIR). Es la tasa que iguala el valor presente neto cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

TIR al 14%

$$10.000.00 = \frac{-7360296}{(1+0.14)^1} + \frac{11044783}{(1+0.14)^2} + \frac{15477939}{(1+0.14)^3} + \frac{20326404}{(1+0.14)^4} + \frac{26341170}{(1+0.14)^5}$$

$$10.000.00 = -\$6.456.400 + \$8.561.847 + \$10.458.067 + \$12.099.050 + \$13.719.359$$

$$10.000.00 = \mathbf{\$38.381.924}$$

TIR al -17%

$$10.000.00 = \frac{-7360296}{(1+0.17)^1} + \frac{11044783}{(1+0.17)^2} + \frac{15477939}{(1+0.17)^3} + \frac{20326404}{(1+0.17)^4} + \frac{26341170}{(1+0.17)^5}$$

$$10.000.00 = -\$6.290.851 + \$8.121.164 + \$9.673.712 + \$10.869.735 + \$12.027.932$$

$$10.000.00 = \mathbf{\$34.401.691}$$

INTERPOLACIÓN.

$$\begin{array}{r}
 3\% \left\{ \begin{array}{l} 14\% \\ \\ 17\% \end{array} \right. \left\{ \begin{array}{l} 38.381.924 \\ 10.000.000 \\ 34.401.691 \end{array} \right. \left\{ \begin{array}{l} 28.381.924 \\ \\ 3.980.233 \end{array} \right.
 \end{array}$$

$$X = \frac{28.381.924}{3.980.233} = 7\%$$

$$\text{TIR} = 7\%$$

Con este indicador se busca establecer el porcentaje con el que ingresa la inversión inicial durante los cinco años proyectados. Con el establecimiento de dos tasas para la interpolación se pretende encontrar un porcentaje promedio de recuperación, en el caso concreto se utilizó una tasa inferior de la base que es del 14%, y una tasa superior del 17%; la empresa recupera el 7% de la inversión.

4.4.10 Valor Actual Neto

$$\text{VPN} - \text{INVERSIÓN} = 38.381.924 - 10.000.000 = \$28.381.924$$

$$\text{VAN} = \$28.381.924$$

Arrojó un resultado positivo lo que indica que el proyecto es viable para la empresa.

4.4.11 Razón costo beneficio

$$\text{RAZÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{FLUJOS POSITIVOS}}{\text{FLUJOS NEGATIVOS}} = \frac{38.381.924}{10.000.000} = 4$$

La razón costo beneficio indica que por cada peso invertido cuanto se va a poder recuperar en el proyecto, en este caso el indicador es favorable, ya que por cada peso invertido se recupera 4 en los 5 años proyectado, lo que significa que el proyecto está en punto de equilibrio, y además posee rentabilidad.

4.5 Impacto social y ambiental que genera la empresa mediante su puesta en marcha.

4.5.1 Aspecto social. El impacto social se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, el autor sustenta el criterio de que el impacto como concepto es más amplio que el concepto de eficacia, porque va más allá del estudio del alcance de los efectos previstos y del análisis de los efectos deseados, así como del examen de los mencionados efectos sobre la población beneficiaria.

El impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso (producto). Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan. Esta definición se refiere a cambios, pero se diferencia de otras definiciones en que este cambio ocurre en los procesos y productos, no en las personas.

La Empresa con este proyecto ofrece grandes aportes al desarrollo local y regional, mediante la generación de empleo y en la prestación de servicios necesarios para la población. Los beneficios que serían de forma directa e indirecta, se llevan a cabo con resultados que se traducirán en las satisfacciones a mediano y largo plazo para quien o quienes decidan invertir y hagan parte de la empresa.

En esta empresa se reducir los riesgos para los seres humanos y el medio ambiente, se ahorra la materias primas y energía, la eliminación de materias primas las cuales no son tóxicas. Se cuida el impacto que se pueda generar desde la extracción hasta la disposición final.

Generación de empleo. Es tal vez este factor el que tiene mayor incidencia en lo social ya que es importante destacar que en Ocaña, al igual que en el resto del país posee una gran tasa de desempleo, representando una disminución de ingresos lo que no permite la satisfacción de las necesidades mínimas vitales de una comunidad, es por ello que sería de gran importancia contar con este proyecto, de esta manera reducir en parte el alto índice de desempleo existente actualmente en el municipio de Ocaña ya que contribuirá a mejorar las condiciones de vida de las personas que intervengan en la empresa y la satisfacción de una necesidad de la población general, además de ofrecer un servicio comercial ajustado a los requerimientos de la comunidad.

4.5.2 Impacto ambiental. Una empresa debe aplicar un buen sistema de gestión ambiental con el fin de ahorrar costos, prevenir accidentes, controlar situaciones, con la cual se puede tener una relación más amena con las autoridades ambientales, al cumplir con la normatividad existente en el tema ambiental, aprovechando los recursos existentes, para poder incrementar la competitividad y mejoramiento de la imagen de la empresa.

El impacto ambiental en la empresa ayuda a que esta tenga organización y modernización necesarios para penetrar en mercados futuros y crecientes, pues cada vez son mayores los requerimientos de productos que cumplan con especificaciones técnicas de calidad incluidas las ambientales.

Capítulo 5. Conclusiones

Al realizar la investigación, con la población escogida es decir los habitantes de la ciudad de Ocaña, se pudo determinar que la mayoría de los encuestados apoyan la creación de una dedicada a confeccionar prendas de vestir, al igual que el canal de distribución del servicio debe ser directo, y para promocionar los productos siendo los medios idóneos para tal fin es la radio y televisión.

De igual forma se creó una Sociedad por Acciones Simplificadas, siendo la más apropiada para este tipo de actividad económica, de igual forma ofrece garantías para su creación y funcionamiento, como también se formuló toda la organización interna con el objetivo de llevar un orden adecuado al interior de la entidad.

Como también se debe tener en cuenta requerimientos específicos en cuanto a la maquinaria, enseres y demás elementos para el buen funcionamiento de la empresa.

El estudio financiero y económico permitió conocer los gastos e ingresos del proyecto, logrando evaluar las alternativas a desarrollar más convenientes para la empresa, dando como resultado la viabilidad de la creación.

Con la puesta en marcha del proyecto de la empresa, no se verá el medio ambiente afectado, de otra parte en el aspecto social se debe tener en cuenta que la generación de empleo que será un factor muy importante ya que se verán beneficiados una gran cantidad de familias.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda lograr la creación de la empresa y continuar realizando estudios de mercados para ofrecer nuevos productos, garantizando la permanencia en el mercado, de igual forma implementar estrategias publicitarias, dando a conocer los productos y las ventajas que esta posee para los clientes de la ciudad.

Es conveniente para el buen funcionamiento de la empresa, que se realicen constantes capacitaciones a los empleados en temas relacionados al servicio al cliente y nuevos diseños, para tal efecto se puede solicitar los servicios a entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, con el objetivo de lograr incrementar el sentido de pertenencia con la empresa.

Se sugiere tener en cuenta la maquinaria y equipo sugerido, al igual que ir incrementándolo a medida que vaya creciendo la empresa y producción.

Es conveniente tener en cuenta los beneficios que trae la creación de la empresa para la comunidad, al igual que la viabilidad arrojada, con el objetivo de tomar conciencia de la importancia que puede tener la creación de la entidad, para los directivos, empleados y comunidad en general.

Se recomienda vincularse a campañas de reciclaje y separación de los residuos sólidos al interior de la empresa con el objetivo de contribuir de alguna forma con el cuidado del medio

ambiente, al igual que implementar la responsabilidad social en la empresa, llegando a la comunidad con beneficios sociales.

Referencias

- Campos Tavera, Andrés Gerardo. El sector textil en Colombia: ¿cómo ser más competitivos?. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, 2014
- Castiblanco, S. (2011). Responsabilidad social frente al contrabando en las importaciones de materiales textiles y manufacturas en Colombia. Bogotá.
- Celis, C. (2013). Factores y estrategias del sector textil confección diseño y moda de Antioquia para aprovechar competentemente las oportunidades comerciales. Medellín: Universidad de Medellín.
- Centro de Desarrollo Empresarial. (2010). Industria de las confecciones y su visualización internacional. Bucaramanga.
- Claro, K. (2015). Plan de negocios para la creación de una fabrica y distribuidora de blusas para dama en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
- Congreso de la República. (2001). Decreto 410 de 1971. . Bogotá: Norma.
- Defensoria del pueblo. (2006). Situación social y ambiental de la región del Catatumbo. Bogotá.
- Espinosa, A. (2011). Teoría de la oferta. . Editorial Mac Graw Hill.
- Fontaine, E. (2011). Teoría de los precios. . Bogotá. : Ediciones Cupido. .
- Garcia, K. (2016). Educación ambiental para el desarrollo sostenible.
- Mendez, A. (2010). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá.: 3ª Ed. Mc Graw Hill.
- Negocio, O. d. (14 de Agosto de 2016).Recuperado de http://www.negociosgt.com/main.php?id=99&show_item=1&id_area=123.
- Orjuela, S. (2010). Guía del estudio de mercados para la evaluación de proyectos.
- Overloogh. (11 de Marzo de 2015). Obtenido de Estudio administrativo: https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257.html.
- Páez, L. A. (2009). Historia de la Región de Ocaña. Bogotá: Jaguar Group Producciones.
- Porto, J. (2014). Fuentes de financiación. Buenos Aires.

- Pyme, I. (20 de Septiembre de 2016). Obtenido de Mercado potencial:
<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3495/Mercado-Potencial>
- Ramirez, A. (2013). Amenaza China contra la industria Mexicana.
- República de Colombia. (2010). Decreto 624 de 1989. Bogotá: Edición littio.
- República de Colombia. (2012). Constitución Política de Colombia. Bogotá: Cupido.
- Smith, A. (2010). Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones; versión en español del Fondo de Cultura Económica. Mexico.
- Spiegel, H. W. (2016). El desarrollo del pensamiento económico. Barcelona: versión en español de Ediciones Omega, S.A.
- Tamta, D. (7 de Septiembre de 2009). Obtenido de Cadenas productivas y productividad de las mipymes:
<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/11/CriterioLibre11art06.pdf>
- Tierra Colombiana. (2016). Sector textiles Colombianos. Bogotá.
- Vargas, a. (2011). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para la empresa pequeña y mediana.
- Vargas, a. (2011). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para la empresa pequeña y mediana.
- Zona económica. (17 de Enero de 2012). Obtenido de Estudio financiero:
<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Apéndices

Apéndice 1. Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Objetivo. Diseñar el plan de negocios para la creación de una empresa de confección ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1- ¿Con qué frecuencia compra usted ropa femenina?

Mensual _____
Bimensual _____
Trimestral _____
Otra ¿Cuál? _____

2- ¿Generalmente qué tipo de prenda compra usted?

Deportivo _____
Clásico _____
Informal _____
Otro ¿Cuál? _____

3- ¿Cuál es su talla en las prendas?

Dama
S _____
M _____
L _____
XL _____

4- ¿Cuál es el presupuesto que usted destina para la compra de prendas?

\$20.000 a \$50.000 _____
\$50.001 a \$70.000 _____
\$70.001 a \$100.000 _____
Más de \$100.000 _____

5- ¿Qué tipo de tela busca a la hora de comprar prendas?

_____ , _____

6- ¿En dónde compra usted las prendas que necesita?

Ocaña	_____	Establecimiento	_____
Cúcuta	_____	Establecimiento	_____
Bogotá	_____	Establecimiento	_____
Bucaramanga	_____	Establecimiento	_____
Otra ¿Cuál?	_____		

7- ¿Cuáles son los motivos de escogencia del sitio donde adquiere las prendas?

Calidad	_____
Precio	_____
Atención	_____
Marca	_____
Prestigio del establecimiento	_____
Ofertas y promociones y descuentos	_____
Actualización en las tendencias de moda	_____

8. ¿Estaría dispuesto a adquirir las prendas elaborados en la ciudad de Ocaña y así apoyar la empresa Ocañera?

Sí _____ No _____ ¿Por qué? _____

9. ¿Por qué le gustaría que existiera un establecimiento de este tipo?

_____, _____
 _____, _____
 _____, _____

10. ¿Qué tipo de publicidad capta más su atención y considera usted se la apropiada a implementar por la empresa?

Radial	_____	Emisora	_____
TV	_____	Canal	_____
Escrita	_____	Periódico, revista	_____
Otra ¿Cuál?	_____		

11- ¿Qué expectativas tiene usted frente a la creación de la empresa?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

OBSEVACIONES _____

Apéndice 2. Entrevista aplicada a los dueños de textileras en la ciudad de Ocaña.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Objetivo. Diseñar el plan de negocios para la creación de una empresa de confección ropa femenina en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1. ¿Qué tipo de prenda produce? _____

2. ¿Cuánto tarda en la producción de la prendas? _____

3. ¿En qué lugar del país vende su producción? _____

4. ¿Considera que posee deficiencias en su servicio? ¿Cuáles? _____

5. ¿Le gustaría extender su mercado? _____
