	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	
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(116)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ROBINSON GÓMEZ NORIEGA JHOAN ARLEY PABÓN SUAREZ		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
DIRECTOR	JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO		
TÍTULO DE LA TESIS	PLAN DE NEGOCIOS PARA INICIAR UNA EMPRESA DE VENTA DE ROPA DE SEGUNDA MANO EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>LA PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE ENMARCA EL DETERMINAR EL PROCESO DE ESTUDIO DE MERCADOS, PLAN DE OPERACIÓN, PLAN FINANCIERO, ECONÓMICO, ESTUDIO ADMINISTRATIVO, SOCIAL Y AMBIENTAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VENTA DE ROPA USADA O DE SEGUNDA MANO EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Via Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**PLAN DE NEGOCIOS PARA INICIAR UNA EMPRESA DE VENTA DE ROPA DE
SEGUNDA MANO EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

AUTORES

ROBINSON GÓMEZ NORIEGA

JHOAN ARLEY PABÓN SUAREZ

Proyecto presentado como requisito para obtener el título de administrador de empresas

DIRECTOR

JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ NAVARRO

Especialista

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

Ocaña, Colombia

Agosto, 2019

Índice

Capítulo 1. Plan de negocios para iniciar una empresa de venta de ropa de segunda mano en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Objetivos (General y Específicos)	2
1.3.1 Objetivo General.....	2
1.3.2 Objetivos Específicos. Realizar un estudio de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	3
1.4 Justificación	3
1.5 Delimitaciones	5
1.5.1 Operativa.....	5
1.5.2 Conceptual	5
1.5.3 Geográfica.....	5
1.5.4 Temporal.....	5
 Capítulo 2. Marco Referencial	 6
2.1 Marco Histórico	6
2.1.1 Marco histórico a nivel internacional de la venta de ropa usada	6
2.1.2 Marco histórico a nivel nacional de la venta de ropa usada	8
2.1.3 Marco histórico a nivel local de la venta de ropa usada	8
2.2 Marco Teórico.....	9
2.2.1 Teoría de las relaciones humanas.	9
2.2.2 Teoría organizacional.....	10
2.2.3 La ventaja competitiva.	10
2.2.4 Teoría de la cadena de valor.	10
2.2.5 Teoría del comportamiento	11
2.3 Marco Conceptual.....	11
2.3.1 Plan de negocios	11
2.3.2 Emprendimiento.....	11
2.3.3 Ventas de ropa usada.	12
2.3.4 Oferta.	12
2.3.5 Demanda.	12
2.3.6 Plan de operación.	13
2.4 Marco legal	13
2.4.1 Constitución Política de Colombia	13
2.4.2 Código de Comercio.	14
 Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	 16
3.1 Tipo de Investigación.....	16
3.2 Población.....	16
3.3 Muestra	17

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	18
Capítulo 4. Resultados	19
4.1 Desarrollo del instrumento de investigación.....	19
4.1.1 Diagnostico situacional.....	38
4.2 Realizar un estudio de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	39
4.2.1 Análisis del sector.....	39
4.2.2 Análisis de la demanda.....	40
4.2.3 Proyeccion de la demanda.....	40
4.2.4 Estimación de la demanda.....	42
4.2.5 Análisis de la Oferta.....	43
4.2.6 Estimación de la oferta actual.....	43
4.2.7 Análisis de la Competencia.....	44
4.2.8 Relación entre demanda y oferta.....	44
4.1.9 Estrategias de precio	45
4.2.10 Mecanismo distribución de publicidad	45
4.2.11 Canales de Distribución.....	46
4.2.12 Logo y slogan.....	47
4.3 Ejecutar un estudio financiero y una evaluación económica que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	47
4.3.1 Inversión inicial	47
4.3.2 Estudio financiero	61
4.3.2.1 <i>Balance inicial</i>	61
4.3.2.2 <i>Valor presente neto (VPN)</i>	63
4.3.2.3 <i>Valor actual neto</i>	64
4.3.2.4 <i>Razón costo beneficio (RCB)</i>	64
4.3.2.5 <i>Tasa interna de retorno</i>	65
4.4 Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	66
4.4.1 Clase de empresa.....	67
4.4.2 Reglamento Interno.....	68
4.4.3 Misión	76
4.4.4 Visión.....	76
4.4.5 Estructura Organizacional.....	77
4.4.6 Valores	77
4.4.7 Manual de funciones.....	78
4.5 Llevar a cabo un plan de operación que determine los aspectos técnicos y características de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	90
4.5.1 Tamaño del proyecto.....	90
4.5.2 Localización de la empresa.....	90
4.5.3 Dimensión del mercado.....	91

4.5.4 Estrategia Organizacional	91
4.5.5 Requerimiento físicos	92
4.5.6 Distribución en planta.....	93
4.5.7 Necesidades del recurso humano	93
4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	93
Conclusiones.....	95
Recomendaciones	97
Referencias	98
Apéndices	100

Lista de tablas

Tabla 1. Población residente en el municipio de Ocaña por rango de edad	17
Tabla 2. Sexo	19
Tabla 3. Edad	20
Tabla 4. Profesión	21
Tabla 5. Nivel de Importancia al uso del vestuario y el calzado	22
Tabla 6. Preferencia para el uso de la ropa	23
Tabla 7. Preferencia en los productos de vestuario y calzado	25
Tabla 8. Procedencia del vestuario y calzado	26
Tabla 9. Presupuesto destinado mensualmente para la compra de vestuario y calzado	27
Tabla 10. Procedencia de la ropa usada que utiliza el encuestado.....	28
Tabla 11. Procedencia de la adquisición de la ropa usada por medio de compras	30
Tabla 12. Preferencias para la compra de ropa usada	31
Tabla 13. Presupuesto para invertir en compras de ropa usada o de segunda mano	32
Tabla 14. Modalidades para la compra de ropa usada	33
Tabla 15. Disposición para adquirir ropa usada en una tienda en el municipio de Ocaña	34
Tabla 16. Disposición de presupuesto para invertir en ropa usada en la tienda en el municipio de Ocaña	35
Tabla 17. Preferencias para la ubicación física de la tienda de venta de ropa usada o de segunda mano.....	36
Tabla 18. Preferencias para la difusión de la información sobre la tienda de ropa usada o de segunda mano.....	37

Tabla 19. Proyección de la demanda semanal	41
Tabla 20. Proyección de la demanda mensual	41
Tabla 21. Proyección de la demanda anual.....	42
Tabla 22. Determinación del precio de venta	45
Tabla 23. Gastos de personal para la empresa Closed Used S.A.S.	48
Tabla 24. Requerimiento de equipo de oficina para Closed Used S.A.S.....	49
Tabla 25. Insumos para la actividad económica de la empresa	50
Tabla 26. Determinación del costo de insumos por unidad.....	51
Tabla 27. Total costos de insumos de acuerdo on la demanda proyectada mensual	51
Tabla 28. Total costos de insumos de acuerdo on la demanda proyectada anual.....	52
Tabla 29. Diferidos	52
Tabla 30. Inversión inicial para la empresa	53
Tabla 31. Costos fijos y variables.....	53
Tabla 32. Financiación inicial.....	55
Tabla 33. Gastos mensuales.....	55
Tabla 34. Gastos totales anuales para la prestación del servicio	56
Tabla 35. Gastos diferidos	56
Tabla 36. Proyección de egresos de la empresa.....	57
Tabla 37. Ingresos mensuales Closed Used S.A.S.....	58
Tabla 38. Ingresos anuales Closed Used S.A.S.	59
Tabla 39. Proyección de ingresos a 5 años	59
Tabla 40. Depreciación Muebles, equipos y Enseres	60
Tabla 41. Balance Inicial	61

Tabla 42. Estado de Resultados	62
Tabla 43. Flujo de Caja.....	62
Tabla 42. Requerimientos físicos.....	92

Lista de graficas

Grafica 1. Sexo.....	20
Grafica 2. Edad	21
Grafica 3. Profesión	22
Grafica 4. Nivel de Importancia al uso del vestuario y el calzado	23
Grafica 5. Presencias para el uso de la ropa.....	24
Grafica 6. Preferencia en los productos de vestuario y calzado	25
Grafica 7. Procedencia del vestuario y calzado	26
Grafica 8. Presupuesto destinado mensualmente para la compra de vestuario y calzado	28
Grafica 9. Procedencia de la ropa usada que utiliza el encuestado.....	29
Grafica 10. Procedencia de la adquisición de la ropa usada por medio de compras	30
Grafica 11. Preferencias para la compra de ropa usada	31
Grafica 12. Presupuesto para invertir en compras de ropa usada o de segunda mano	32
Grafica 13. . Modalidades para la compra de ropa usada	33
Grafica 14. Disposición para adquirir ropa usada en una tienda en el municipio de Ocaña	34
Grafica 15. Disposición de presupuesto para invertir en ropa usada en la tienda en el municipio de Ocaña.....	35
Grafica 16. Preferencias para la ubicación física de la tienda de venta de ropa usada o de segunda mano.....	36
Grafica 17. Preferencias para la difusión de la información sobre la tienda de ropa usada o de segunda mano.....	37
Grafica 18. Estimación de la oferta actual	44

Lista de Figuras

Figura 1. Medios de Comunicación.....	46
Figura 2. Canales de Distribución.....	46
Figura 3. Logo.....	47
Figura 4. Estructura Organizacional	77
Figura 5. Necesidades de Recurso Humano	93

Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta.....	101
---------------------------	-----

Capítulo 1. Plan de negocios para iniciar una empresa de venta de ropa de segunda mano en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del Problema

El mundo globalizado y ampliamente influenciado por las nuevas tendencias en tecnología, comunicaciones, tendencias de vida saludable y moda han abierto nuevos mercados para los emprendedores en todo el mundo.

Colombia no ha sido la excepción ante la entrada de nuevas ideas emprendedoras a la hora de comenzar con planes de negocios para empresas que buscan satisfacer tendencias nuevas que nacen con la influencia del modernismo. En el ámbito de la tecnología hoy en día el desarrollo de las aplicaciones es un boom y son cada vez más los consumidores que a través de una pantalla electrónica manejan sus asuntos y compromisos personales, laborales, familiares, del hogar y demás.

Por su parte en el ámbito del consumismo de ropa y moda los colombianos tampoco son ajenos a estas nuevas tendencias, abarcando los mercados con ofertas para todos los niveles económicos y necesidades del consumidor. Sin embargo en los últimos años este mercado ha sido influenciado por la venta de ropa pero de segunda mano o usada, puesto que si bien es cierto las personas compran para su uso la moda es muy cambiante y debido a ello las personas han optado por vender lo que ya no usan y que se encuentre en óptimas condiciones a través de plataformas digitales o ventas de garaje.

Ante estas nuevas ideas de emprendimiento y su rápido abastecimiento del mercado en Colombia diversos estudios han determinado que estos planes de negocio alcanzan a obtener

excelentes ganancias. En Bogotá, por ejemplo, es normal reconocer las tiendas dedicadas a este negocio en el sector de Chapinero. O en la Plaza España, en el centro de la ciudad. En Medellín, se ha popularizado la Plaza Minorista. Y también tiene su protagonismo en la web y en redes sociales. Dos ejemplos: Trendier y Renueva tu Clóset (que ofrece ropa de famosas). Nos zambullimos en una piscina de prendas usadas y esto fue lo que encontramos. (Rentenria, 2017)

Sin embargo en regiones como Norte de Santander esta tendencia aún no ha sido explorada pues por lo general la gente acostumbra a donar la ropa a sus mismos familiares o lo envían a fundaciones o entidades en las cuales puedan darle uso con niños o niñas de escasos recursos o con habitantes de la calle. En el municipio de Ocaña ubicado geográficamente como punto estratégico de la región del Catatumbo y donde convergen los habitantes de los demás municipios de la zona, el consumidor de ropa se caracteriza por acudir a los mercados que ofrece Ocaña pero en tendencias como la oferta de ropa de segunda mano o usada aún no existe un portafolio de servicios, evidenciando una necesidad insatisfecha de la cual nace una idea de negocios de emprendimiento para el municipio de Ocaña sobre la cual no se requiere un amplio capital económico ni humano puesto que su manejo requiere de poco personal y poca inversión.

1.2 Formulación del problema

¿Es factible la iniciación de un plan de negocios enmarcado en la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos (General y Específicos)

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.3.2 Objetivos Específicos. Realizar un estudio de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Ejecutar un estudio financiero y una evaluación económica que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Proponer un plan de operación que determine los aspectos técnicos y características de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.4 Justificación

El mercado de los servicios y productos hoy en día ha ido evolucionando de acuerdo con las necesidades del ser humano, llevando a que las sociedades cada vez sean más consumistas de productos y el vestuario tanto en hombre como en mujeres representa una necesidad básica en todos los estratos sociales y económicos. A partir de estas necesidades y el alto índice de consumo de estos productos ha entrado en el mercado una idea de emprendimiento para brindar la oportunidad de estar a la moda con productos usados o de segunda mano.

El ciclo va más allá: se adquiere, se usa y se vende a quien esté interesado, este se empodera de esta. No importa si es de marca o no. Si fue usada por una o más personas. Así está la cosa: la ropa de segunda mano comienza a marcar la pauta. Lo afirma Andrew Brooks, profesor de estudios de desarrollo del King's College de Londres y autor del libro *Clothing Poverty*, que calcula que estamos ante un negocio que mueve cerca de cinco mil millones de dólares. El experto asegura que es, además, un tema de importancia mundial. Los principales países exportadores son Estados Unidos, Reino Unido, Corea del Sur, Alemania y los Países Bajos. Y los mayores importadores son los países de África subsahariana, Suramérica, Ucrania y Polonia. (Rentenria, 2017)

En países latinoamericanos como Colombia esta tendencia se hace cada vez más fuerte y abarca el mercado a través de plataformas digitales y en locales comerciales en ciudades como Bogotá y Medellín. Sin embargo en sectores como el municipio de Ocaña con un aproximado de 120.000 habitantes y que son consumidores del mercado de la moda, no se ha implementado una idea de negocios que tienda a la venta de ropa usada o de segunda mano que ya no sea útil para el consumidor principal pero que lo puede ser para otro supliendo una necesidad e iniciando una idea de negocios factible para el municipio. (Alcaldía Municipal de Ocaña)

De forma análoga se propone partiendo de las ideas anteriores la propuesta de un plan de negocios que enmarca el determinar el proceso de estudio de mercados, plan de operación, plan financiero, económico, estudio administrativo, social y ambiental para determinar la factibilidad de la creación de una empresa de venta de ropa usada o de segunda mano en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa: Se generará inconvenientes en dicho proceso, debido al suministro de información errónea o negación de la misma por parte de los habitantes del municipio de Ocaña y la información suministrada por la Alcaldía Municipal de Ocaña. Estos inconvenientes se manejan con el respectivo director del presente proyecto.

1.5.2 Conceptual: En la presente investigación se manejaron los siguientes conceptos: Plan de negocios, emprendimiento, ventas de ropa usada, oferta, demanda, plan de operación, estudio económico, estudio financiero, impacto social, consumidores, tendencias, necesidades.

1.5.3 Geográfica: El proyecto se desarrolló en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Temporal: El tiempo estipulado para la realización de la propuesta es de 10 semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Marco histórico a nivel internacional de la venta de ropa usada

El uso de vestuario ha estado inmerso desde siempre en la historia de la humanidad, sin embargo su evolución se ha venido transformando de acuerdo con cada época de la historia.

Para muchos, los antecedentes se han enmarcado en hablar acerca de la historia de la moda, dejando de lado una modalidad también de la industria textil, y es el uso de la ropa de segunda o usada.

La moda del uso de ropa usada entre hombres y mujeres cada vez es una tendencia de negocio que se hace más fuerte en todos los estratos sociales y que llama la atención de los consumidores. Esta moda se impuso ya hace varios años y es conocida con el nombre de vintage y es además una forma de frenar el desmedido consumo de ropa, permitiendo prácticas como el reciclaje de prendas que están en un muy buen estado.

Los primeros antecedentes que sobre este tema se conocen pertenecen a la época de Alejandro Magno, en la que se relata en cita elaborada por el Periódico el Tiempo, que:

Diógenes el filósofo, el cínico, el que despreciaba la moda y por ello se vestía con ropa usada y hasta rota se encontró un día con Alejandro Magno, en quien se reflejaba toda la elegancia y pulcritud de la época. Al verse frente a frente, este último impresionado por la sencillez del filósofo le dijo qué puedo hacer por ti, a lo que Diógenes también impresionado por la exageración en las ropas y los adornos de su interlocutor le contestó quitarte porque me tapas el sol. La de Diógenes es la primera referencia que la historia de la moda hace sobre el uso de la ropa usada. Pero no es la única, pues el ropavejero (que compraba y vendía ropa usada) se ha mantenido como un personaje siempre presente en las sociedades más recientes. Así

mismo, desde la época de la esclavitud se registra como una costumbre de las clases altas regalar ropa a sus empleados. (Munevar, 1997)

Posteriormente, en hacia la edad media y principio del Renacimiento en el siglo XIV. En esa época, poca gente podía permitirse nuevas prendas de ropa dado su precio exorbitante. Cada pieza era única, hecha a medida y utilizada durante años o décadas. Los vestidos pasaban de madre a hija como legado y los amos podían llegar a dar a sus sirvientes prendas desgastadas como forma de pago o moneda de cambio. Era muy común ver en los mercados a los comerciantes de ropa de segunda mano. Famosos en mercados italianos, como en el de Venecia donde los strazzaruoli debían seguir una formación de 5 años para poder tener su propia tienda de segunda mano y en el Mercato Vecchio de Florencia, donde los rigattieri eran muy populares entre la población menos favorecida por la venta de prendas de buena calidad a precios más bajos (Steps towardsd sustainable consumption, 2017).

Progresivamente y hacia el siglo XIX y principios del XX, se presenta una época en la que esta modalidad de vestirse con ropa usada pierde vigencia por un fenómeno conocido como prêt-à-porter que ofertaba tallas estandarizadas a los consumidores.

Tras la terminación de la segunda guerra mundial, esta tendencia nuevamente se intensifico como idea de negocios extendiéndose hacia América donde esta modalidad tuvo gran auge pero posteriormente fue disminuyendo teniendo en cuenta que Estados Unidos es un país muy desarrollado, sin embargo esta continuo siendo tendencia en países en pleno desarrollo.

Al llegar la moda vintage a finales del siglo XX, gran variedad de tiendas de segunda mano, también llamadas tiendas vintage, fueron apareciendo en los barrios alternativos de las grandes ciudades. La popularidad de este tipo de tiendas ha ido aumentando a lo largo de los

años. No solo por la tendencia del estilo vintage de los años 70 u 80, pero también por la búsqueda de prendas de buena calidad, duraderas y a precios más asequibles. (Steps towards sustainable consumption, 2017).

2.1.2 Marco histórico a nivel nacional de la venta de ropa usada

En Colombia la idea de negocios de vender ropa usada se ha popularizado en los últimos con la influencia de países que la impusieron hacia finales del siglo XX y principio del siglo XXI como Estados Unidos, trasladándose esta moda hacia Latinoamérica y llegando a Colombia a ciudades como Bogotá y Medellín.

Hoy en día esta modalidad cuenta con gran credibilidad en el mercado del consumo de ropa llegando a las plataformas digitales e imponiéndose como una modalidad de negocios con muy buenos ingresos económicos.

En el año 2017 dos grandes multi latinas abrieron sus puertas en el mercado nacional. Primero fue Renueva Tu Closet, la plataforma argentina que desembarcó en Colombia con su concepto de compra y venta de ropa de segunda en perfectas condiciones, bajo un formato user friendly que se asemeja más a un intercambio de ropa entre amigas que a un negocio. Ahora es el turno de Trendier (Revista Dinero, 2017).

Trendier, la nueva plataforma virtual que ingresó en el país hace poco menos de 2 meses, ya suma 30.000 usuarios colombianos en sus rangos y más de 1.000 transacciones exitosas.

2.1.3 Marco histórico a nivel local de la venta de ropa usada

En municipios como Ocaña como más de 400 años de historia, se han constituido diferentes modalidades en el sector de los productos y servicios que se ofertan.

Las principales sociedades comerciales de Ocaña, comienzan con la iniciativa de don Manuel Roca Rincón, en 1863 quien, según el registro periodístico de La Nueva Era, No. 21 de 10 de octubre de 1886, era "Importador y exportador. Tiene de venta mercancías inglesas, francesas, americanas, españolas, sal, tabaco, &. &. Compra café, cueros, taguas, quina, anís. Vende y compra letras sobre Exterior y varias plazas del país". Cronológicamente, encontramos seguidamente, la sociedad comercial de José D. Jácome & Hnos., en 1864, "Importadores, exportadores y comisionistas. Compran y venden LETRAS sobre las principales plazas de Europa, New York, Cartagena y Barranquilla. Tienen de venta un surtido de mercancías Inglesas, Francesas, Alemanas, Españolas y Americanas, los acreditados Tabacos de Ambalema marca FN y del Carmen de Bolívar, marca JES" (Londoño, 2010).

Sin embargo, en el comercio de la ropa usada se desconoce de una empresa que preste el servicio y que ofrezca en la formalidad ropa usada en el municipio de Ocaña, lo que permite evidenciar que sobre este tema es muy poco lo que se ha escrito y las investigaciones al respecto.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Teoría de las relaciones humanas. Esta teoría, tiene como propósito contrarrestar las fuertes tendencias de la deshumanización del trabajo, la cual fue iniciada a partir de la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos, a los que los colaboradores debían someterse forzosamente, de allí que la razón por la que surge es por la necesidad de humanizar y democratizar la administración, es decir, liberar los conceptos rígidos y mecanicistas que se

venían dando, a causa de las preconcepciones de la teoría clásica, a través de la democratización de los conceptos administrativos, a partir del desarrollo de ciencias humanísticas. (Jaramillo, 2006)

2.2.2 Teoría organizacional. A partir de esta teoría, fue posible comprobar la importancia que tiene para el desarrollo organizacional, el compromiso de la dirección, ya que debido a la complejidad que presentan muchas organizaciones al momento de llevar a cabo sus procesos y actividades es necesaria la cooperación de los diferentes niveles: individual, interpersonal, por grupos e inter grupos, para la ejecución de estos. De manera que, lo que busca dicha teoría es, que se den cambios al interior de las organizaciones pero que estos hayan sido estudiados, analizados y planeados previamente (Rivas L. , 2009).

2.2.3 La ventaja competitiva. Hace énfasis a la amenaza que existe en las organizaciones al momento que hay entrada de nuevos competidores, teniendo en cuenta que pueden existir ganancias y beneficios en un sector cualesquiera que aún no han sido explotadas, lo que indica que en cualquier instante pueden llegar nuevas empresas para aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado, aumentando de esta manera la competencia, lo cual incide directamente en la rentabilidad, sin embargo, se deben tener en cuenta aspectos relacionados con el requerimiento de capital, costos de producción, la falta de información, saturación del mercado, etc., que puedan ser barreras de entrada que solo aquellos que saben tratarlos serán quienes sobrevivan (Villalobos, 2012).

2.2.4 Teoría de la cadena de valor. En las organizaciones independientemente del sector al que pertenezcan es de suma importancia, debido a que a partir de esta es posible determinar cuáles son las principales actividades que generan mayor valor para los clientes y/o usuarios, y a

su vez las que sirven de apoyo para el diseño de otras nuevas, de manera que, la cadena permite identificar los distintos costos en que puede incurrir, de allí que se constituya como uno de los elementos más fundamentales para lograr determinar la estructura de costos (Quintero & Sánchez, 2006).

2.2.5 Teoría del comportamiento. La teoría del comportamiento hace énfasis en la toma de decisiones, donde según Herbert Simón, citado por Rivas (2009), este es uno de los puntos más fundamentales que una organización debe tener presente. Pues respecto a lo expuesto por Herbert, la tarea principal de un gerente es la de definir bien el problema para así lograr tomar las decisiones más adecuadas, entre las que podemos encontrar, las decisiones programables y no programables. Donde para el caso de las primeras pueden seguir procedimientos establecidos y las segundas por su complejidad no tienen precedentes útiles. (Rivas, 2009)

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Plan de negocios. El plan de negocios se concibe como el documento que describe un nuevo negocio, sus productos o servicios, cómo ganará el dinero, los líderes y el personal, las finanzas, el modelo de operaciones y otros detalles que son esenciales tanto para operar como para el éxito. Los emprendedores lo crean como parte del proceso de emprendimiento mientras que los negocios existentes a menudo lo escriben cuando cambian de dirección la estrategia. La mayoría de los planes de negocio cubren los primeros tres o cinco años de la compañía.

(Enciclopedia de negocios para empresas, 2012)

2.3.2 Emprendimiento. La palabra emprendimiento viene del francés “entrepreneur”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para

alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. (Jaramillo, 2013)

2.3.3 Ventas de ropa usada. La venta de ropa usada es una forma de emprendimiento en la cual se pone a disposición en un lugar físico o mediante una plataforma digital la ropa que está en buen estado y que otras personas pueden comprar de forma económica.

2.3.4 Oferta. En Economía se conoce a la Oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. La cantidad ofertada del bien o servicio por los fabricantes depende de un conjunto de factores que pueden provocar aumentos o disminuciones de la cantidad ofrecida en el mercado; estos factores son el precio de los distintos inputs que intervienen en la producción del bien o servicio, el estado de la tecnología necesaria para producir el producto, el precio del producto y las expectativas que tengan los fabricantes sobre el futuro del producto y el mercado. (Economía Nivel Usuario, 2014)

2.3.5 Demanda. Comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.

Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna, son considerados como ‘demandantes’. (Economipedia,2011)

2.3.6 Plan de operación. El Plan de Operaciones resume todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o a la prestación de los servicios. Contiene cuatro partes productos o servicios, procesos, programa de producción y aprovisionamiento y gestión de existencias. (Guía para la creación de Empresa)



2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia. La norma de normas denominada como la hoja de ruta para el ordenamiento jurídico en Colombia establece como marco referente para el comercio el artículo 333 que dispone que:

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

2.4.2 Código de Comercio. Como segundo eje transversal de la política de Estado para el comercio en Colombia se ha establecido el Código de Comercio que dispone:

Artículo 10. <Comerciantes - concepto - calidad>. 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.

Artículo 11. <aplicación de las normas comerciales a operaciones mercantiles de no comerciantes>. Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a las normas comerciales en cuanto a dichas operaciones.

Artículo 12. <Personas habilitadas e inhabilitadas para ejercer el comercio>. 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.

El menor habilitado de edad puede ejercer libremente el comercio y enajenar o gravar, en desarrollo del mismo, toda clase de bienes.

Los menores no habilitados de edad que hayan cumplido 18 años y tengan peculio profesional, pueden ejercer el comercio y obligarse en desarrollo del mismo hasta concurrencia de dicho peculio.

Los menores adultos pueden, con autorización de sus representantes legales, ocuparse en actividades mercantiles en nombre o por cuenta de otras personas y bajo la dirección y responsabilidad de éstas.

Artículo 13. <Presunción de estar ejerciendo el comercio>. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio. (Congreso de la Republica , 1971)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación será de tipo cuantitativo con enfoque descriptivo que permitirá el logro de los objetivos trazados en el diseño del plan de negocios para la creación de una empresa que comercializara ropa usada o de segunda en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. (Hernandez, 2006. Pag 3)

3.2 Población

Teniendo en cuenta que la investigación se realizará en el municipio de Ocaña se tomara la población de este municipio, pero tras no tener el dato exacto de la Departamento Nacional de Estadística DANE se acudió a la proporción establecida en el plan de desarrollo municipal de 2016. Sin embargo de dicha población solo se trabajará para la aplicación del instrumento con los mayores de 18 años que por su edad y madurez mental tiene capacidad adquisitiva.

Tabla 1. *Población residente en el municipio de Ocaña por rango de edad*

Población por rango de edad	
18 a 20 años	5.825
21 a 30 años	16.898
31 a 40 años	13.866
41 a 50 años	11.352
51 a 60 años	8.556
61 y +:	8.882
Total	65.379

Fuente: Autores del proyecto basadas en el plan de desarrollo municipal de Ocaña

3.3 Muestra

n = muestra

N = población dada en el estudio = 65.379

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

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

$$N - 1 * (E)^2 + (Zc)^2 * p * q$$

$$n = \frac{65.379 * (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}{65.379 - 1 * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$65.379 - 1 * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 378$$

La fórmula estadística evidencia que se requiere de la aplicación del instrumento a 378 personas del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Los instrumentos que permitirán el desarrollo de los objetivos y de la metodología cuantitativa en el presente proyecto serán la encuesta, posteriormente realizar el análisis de la información y con ello obtener el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados para el diseño del plan de negocios propuesto.

La encuesta se aplicará en el total de personas obtenidas a través de la fórmula matemática que arrojo un total de 378 personas habitantes del municipio de Ocaña.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Desarrollo del instrumento de investigación

El diseño del plan de negocios parte desde el estudio de mercados que permite determinar el comportamiento de la población con respecto a la idea que se le plantea para la satisfacción de sus necesidades.

Para empezar se debe partir de la aplicación del instrumento de recolección de información denominado encuesta, el cual a través de la muestra obtenida mediante la fórmula matemática propuesta en el anterior capítulo.

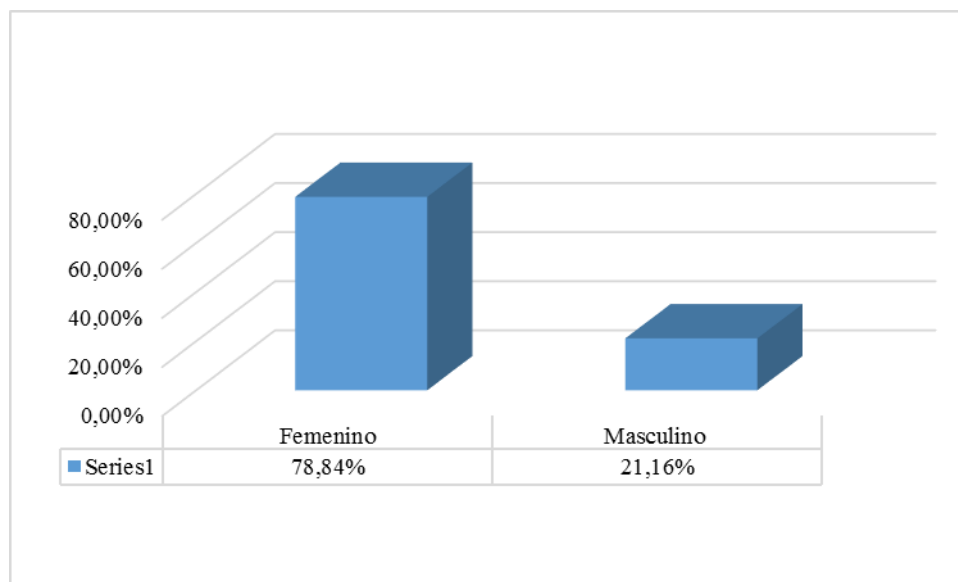
La encuesta aplicada a 378 personas de edades entre 18 a más de 50 años, permitió determinar primero 3 aspectos característicos de la población.

El primer aspecto a revisar, fue el sexo, a partir del cual la mayoría de la población representada en un 78% pertenece al género femenino y el 22% al género masculino.

Tabla 2. *Sexo*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	298	78%
Masculino	80	22%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 1. Sexo

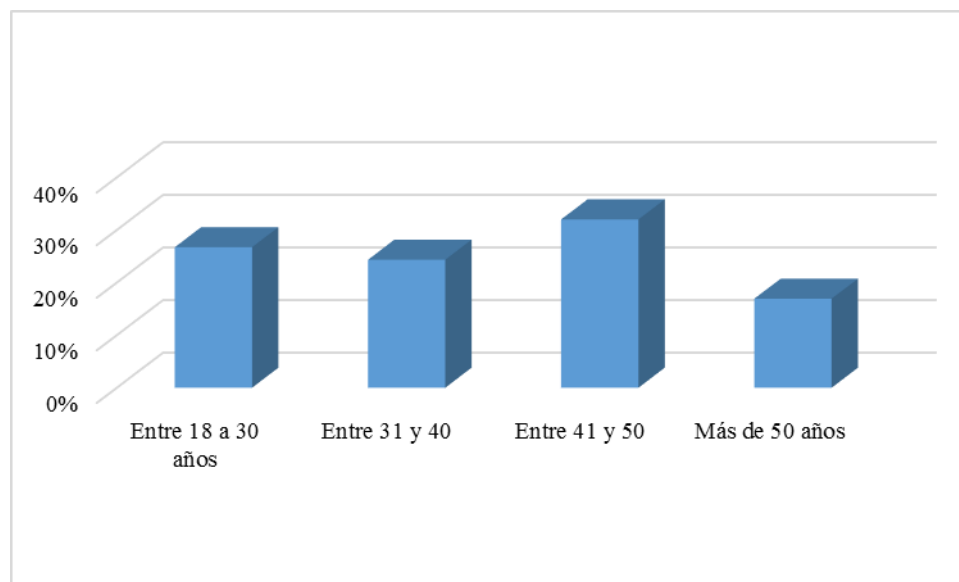
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

En segundo lugar, encontramos referente a la edad que la mayor participación en la encuesta se obtuvo por parte del rango de edad entre los 41 a 50 años representados en un total del 32%, seguidamente en el rango de edad entre 31 y 40 años representado por el 24% de la población encuestada, y el rango de entre 18 y 30 años representada en un porcentaje del 27% y finalmente la población mayor a los 50 años corresponde al 17% de la muestra encuestada.

Tabla 3. Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 a 30 años	101	27%
Entre 31 y 40	92	24%
Entre 41 y 50	121	32%
Más de 50 años	64	17%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 2. Edad

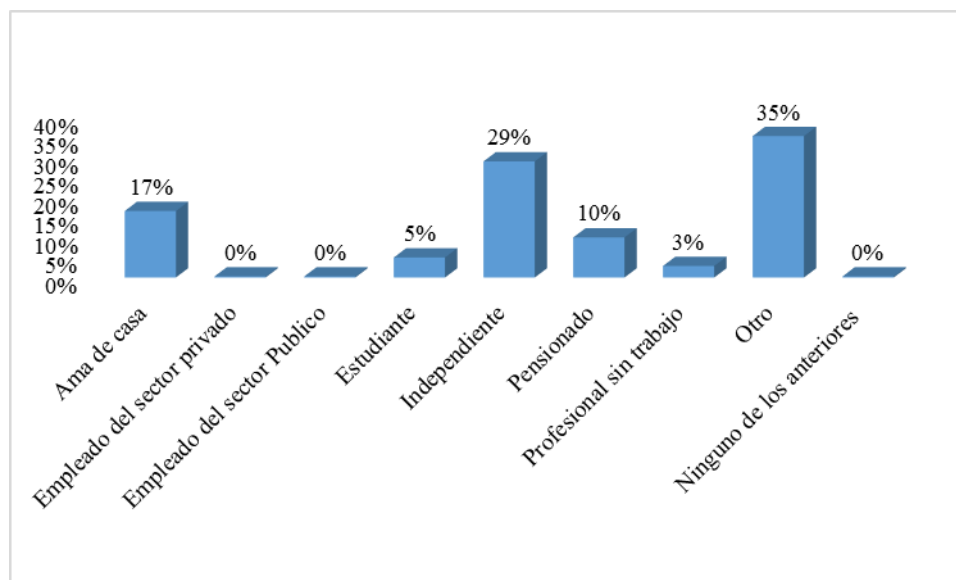
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

El tercer aspecto revisado y que permite caracterizar a la población encuestada lo encontramos en la pregunta tres donde tal como lo describe la tabla 4, la mayoría de la población se encuentra ocupada en otras profesiones diferentes a las opciones dadas, el 29% son independientes, el 17% se ocupan como amas de casa, el 10% son pensionados y el 5% estudiante.

Tabla 4. Profesión

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Otro	134	35%
Independiente	110	29%
Ama de casa	63	17%
Pensionado	38	10%
Estudiante	19	5%
Profesional sin trabajo	11	3%
Empleado del sector privado	1	0%
Empleado del sector Publico	1	0%
Ninguno de los anteriores	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 3. Profesión

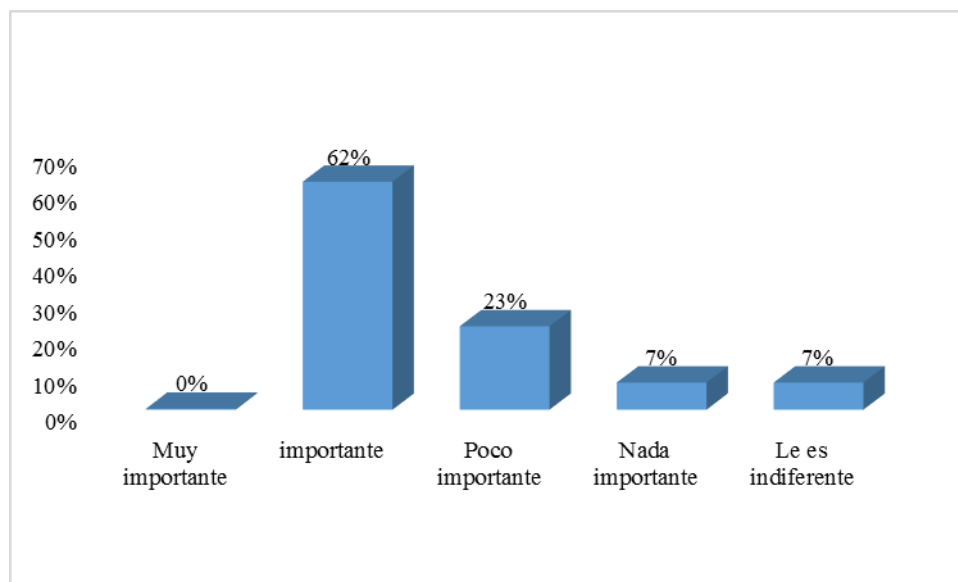
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

Entrando en materia sobre la temática del plan de negocios, se le pregunto a la población acerca del nivel de importancia que se le asigna al uso del vestuario y del calzado.

Tabla 5. Nivel de Importancia al uso del vestuario y el calzado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Importante	235	62%
Poco importante	86	23%
Nada importante	28	7%
Le es indiferente	28	7%
Muy importante	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 4. Nivel de Importancia al uso del vestuario y el calzado

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

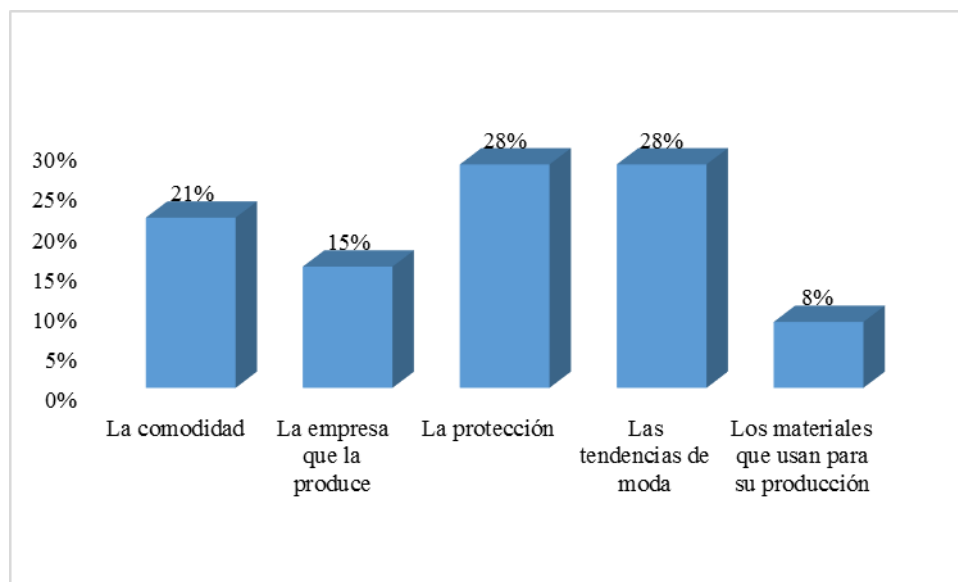
Al respecto la tabla 5 y la gráfica 4 nos permiten identificar que la población responde que en el nivel importante se representa el 62% de la población, luego encontramos que en el nivel poco importante se encuentra un sector del 23% y en el nivel nada importante el 7% y en el que corresponde a la indiferencia sobre el tema otro 7%.

El siguiente enfoque se dio sobre las preferencias a la hora de escoger las prendas de vestir y el calzado, a lo que la población encuestada respondió de acuerdo con la tabla 6 y la gráfica 5 lo siguiente:

Tabla 6. *Preferencia para el uso de la ropa*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
La protección	105	28%
Las tendencias de moda	105	28%
La comodidad	80	21%
La empresa que la produce	57	15%
Los materiales que usan para su producción	31	8%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 5. Presencias para el uso de la ropa

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

Lo que permite concluir que la población de acuerdo con el 28% prefiere la protección que le da la prenda, otro 28% se guía sobre las tendencias de moda, el 21% sobre la comodidad que le proporciona la pieza o el calzado y el 8% encuentra más afinidad en los materiales que se usan para la producción de la misma.

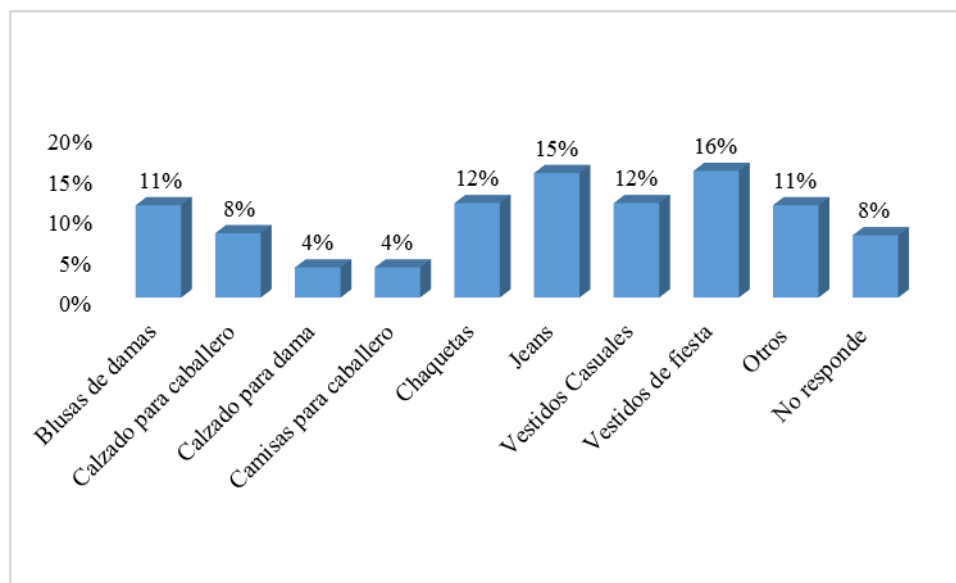
Tal solo el 15% encuentra representadas sus preferencias sobre la empresa o marca que produce la prenda o el calzado.

El siguiente tema que surgió en medio del estudio sobre las necesidades de la población, enmarco en preguntar sobre las preferencias sobre las prendas de vestir y el calzado.

Tabla 7. *Preferencia en los productos de vestuario y calzado*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Blusas de damas	43	11%
Calzado para caballero	30	8%
Calzado para dama	14	4%
Camisas para caballero	14	4%
Chaquetas	44	12%
Jeans	58	15%
Vestidos Casuales	44	12%
Vestidos de fiesta	59	16%
Otros	43	11%
No responde	29	8%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

**Gráfica 6.** *Preferencia en los productos de vestuario y calzado*

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

Al respecto la tabla 7 y la gráfica 6 muestra los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, evidencian como la población prefiere entre sus prendas de vestir los vestidos de fiesta con un 16%, luego los jeans con un 15%, seguidamente los vestidos casuales con un 12%, y en un mismo porcentaje del 12% las chaquetas, luego las blusas de dama con un 11% y una

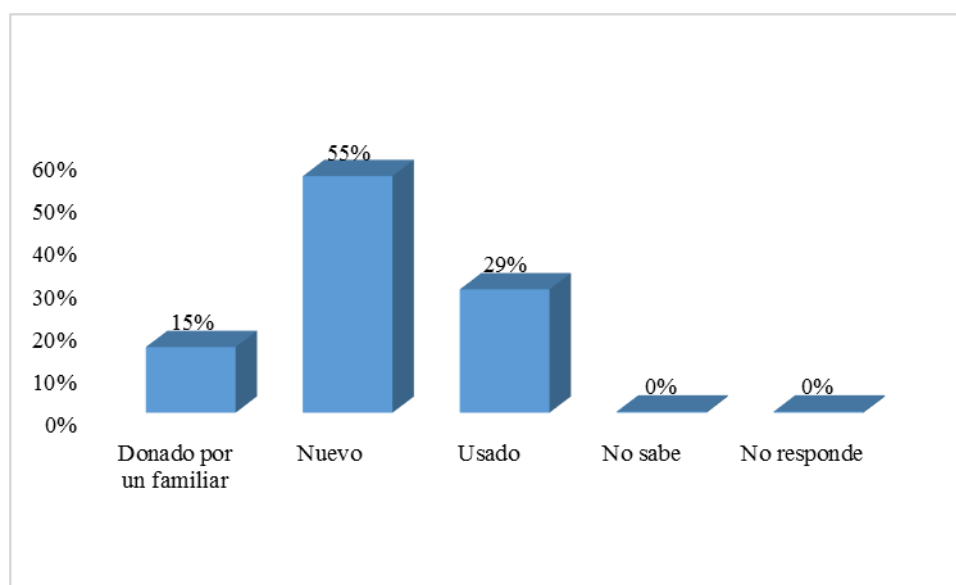
población que tiene otra tendencias en un porcentaje del 11%, luego en el 8% no respondió dicha proporción y en el mismo porcentaje respondieron que prefieren el calzado para caballero. Finalmente el 4% de la población responde a la preferencia de calzado para dama y en la misma dimensión las camisas para caballero.

En el mismo orden de ideas, se preguntó sobre los orígenes de adquisición del vestuario y el calzado. A lo que encontramos como lo describe la tabla 8 y grafica 7:

Tabla 8. *Procedencia del vestuario y calzado*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nuevo	209	55%
Usado	109	29%
Donado por un familiar	58	15%
No sabe	1	0%
No responde	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 7. *Procedencia del vestuario y calzado*

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

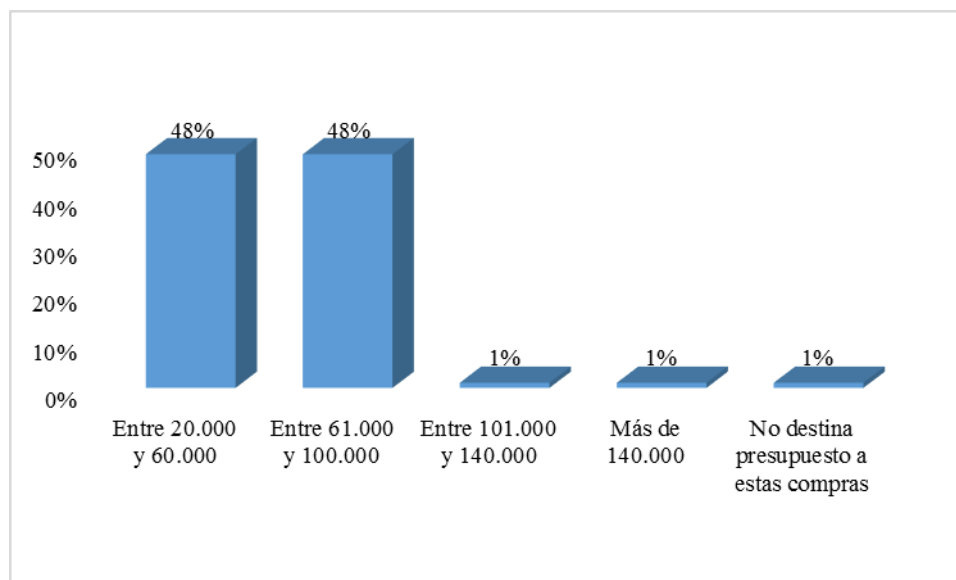
Encontrando así que la población encuestada adquiere su vestuario en un 55% nuevo, en un 29% usado, y en un 15% de donación de un familiar, lo que nos permite inicialmente llegar a la conclusión que la oportunidad de negocio sobre la venta de ropa usada tiende a ser muy rentable ya que por lo general la inversión en vestuario en dichas tiendas economiza y ayuda a la problemática del medio ambiente.

Teniendo en cuenta la pregunta anterior, nos dispusimos a preguntar en el siguiente contexto sobre el presupuesto que destinan mensualmente a dicho gasto de vestuario y calzado. A continuación encontramos que la tabla 9 y la gráfica 8, nos muestran los siguientes resultados:

Tabla 9. *Presupuesto destinado mensualmente para la compra de vestuario y calzado*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20.000 y 60.000	183	48%
Entre 61.000 y 100.000	183	48%
Entre 101.000 y 140.000	4	1%
Más de 140.000	4	1%
No destina presupuesto a estas compras	4	1%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 8. Presupuesto destinado mensualmente para la compra de vestuario y calzado

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

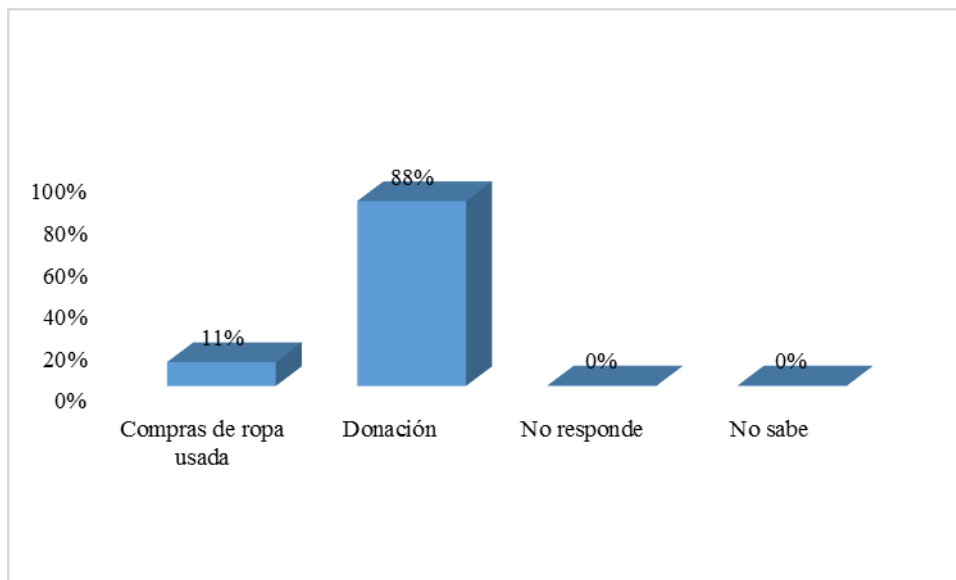
El 48% de la población destina un total de entre 20.000 y 60.000 a la inversión en prendas de vestir y en calzado. Por su parte un porcentaje igual se gasta mensualmente entre 61.000 a 100.000, y el resto de la población destina otros valores como entre 101.000 y más de 140.000.

En el siguiente aspecto se le pregunto la procedencia de la ropa usada, cuando adquiere la misma, lo que nos permitió determinar cómo lo expresan la tabla 10 y la gráfica 9, que el 88% de dicha ropa usada se obtiene de la donación.

Tabla 10. Procedencia de la ropa usada que utiliza el encuestado.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Compras de ropa usada	43	11%
Donación	333	88%
No responde	1	0%
No sabe	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 9. Procedencia de la ropa usada que utiliza el encuestado

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

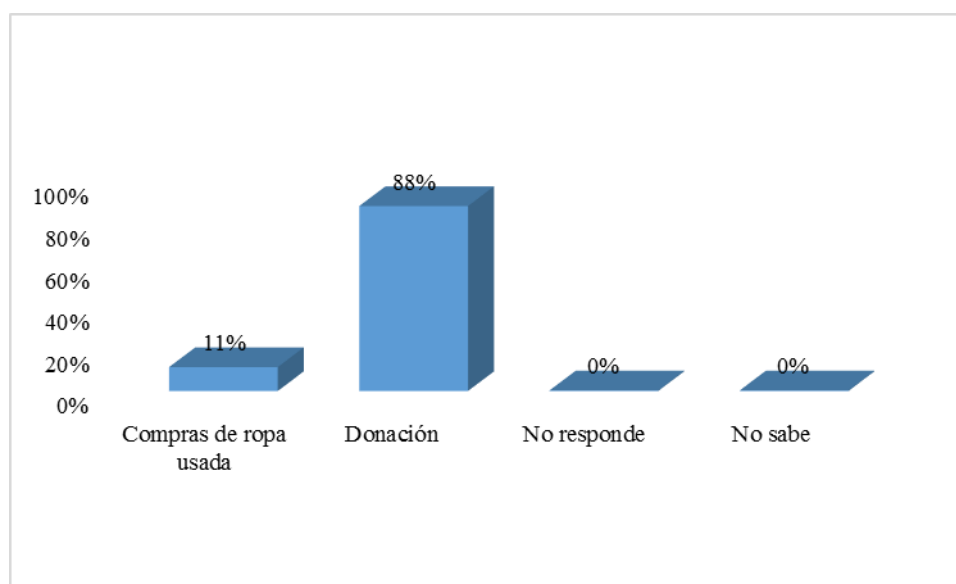
Por su parte tan solo el 11% la obtiene a través de compras y el resto de la población o no sabe o no responde. Lo que nos permite coludir que la opción de vender la ropa usada es una muy buena idea de negocios, y además muy rentable en el municipio de Ocaña por su innovación en dicho mercado.

A continuación la tabla 11 y la gráfica 10 exponen los resultados obtenidos a través de la pregunta que indago sobre la procedencia de la adquisición de ropa usada, cuando esta es comprada, lo que nos permitió concluir que las personas que utilizan ropa usada pero a través de compras lo hacen en una población del 11% mediante compras de ventas de ropa usada, y otras lo hacen mediante compras que se hacen a familiares o amigos en un 88%.

Tabla 11. *Procedencia de la adquisición de la ropa usada por medio de compras*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Compras de ropa usada	43	11%
Donación	333	88%
No responde	1	0%
No sabe	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población

**Gráfica 10.** *Procedencia de la adquisición de la ropa usada por medio de compras*

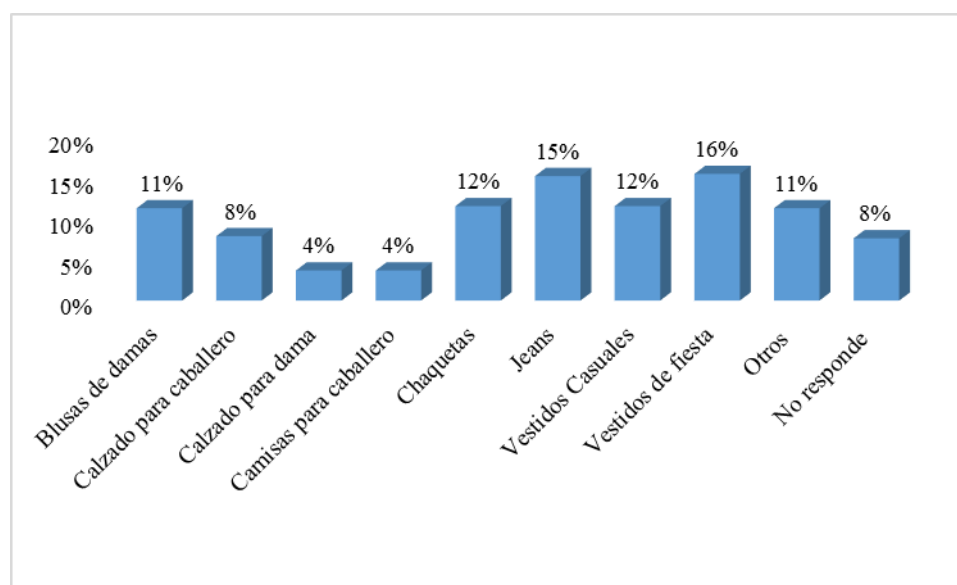
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

En el mismo contexto se preguntó sobre las preferencias a la hora de adquirir ropa usada, a lo que los ciudadanos respondieron de acuerdo con lo que se encuentra consignado en la tabla 12 y gráfica 11, que los vestidos de fiesta marcan el mayor porcentaje en un 11%, luego los jeans con un 15%, luego las chaquetas con un 12%, luego las blusas de dama y otros. En cambio el calzado obtuvo un porcentaje bajo en un 8% y el calzado para damas y las camisas para caballero en un 4% cada uno.

Tabla 12. *Preferencias para la compra de ropa usada*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Blusas de damas	43	11%
Calzado para caballero	30	8%
Calzado para dama	14	4%
Camisas para caballero	14	4%
Chaquetas	44	12%
Jeans	58	15%
Vestidos Casuales	44	12%
Vestidos de fiesta	59	16%
Otros	43	11%
No responde	29	8%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

**Gráfica 11.** *Preferencias para la compra de ropa usada*

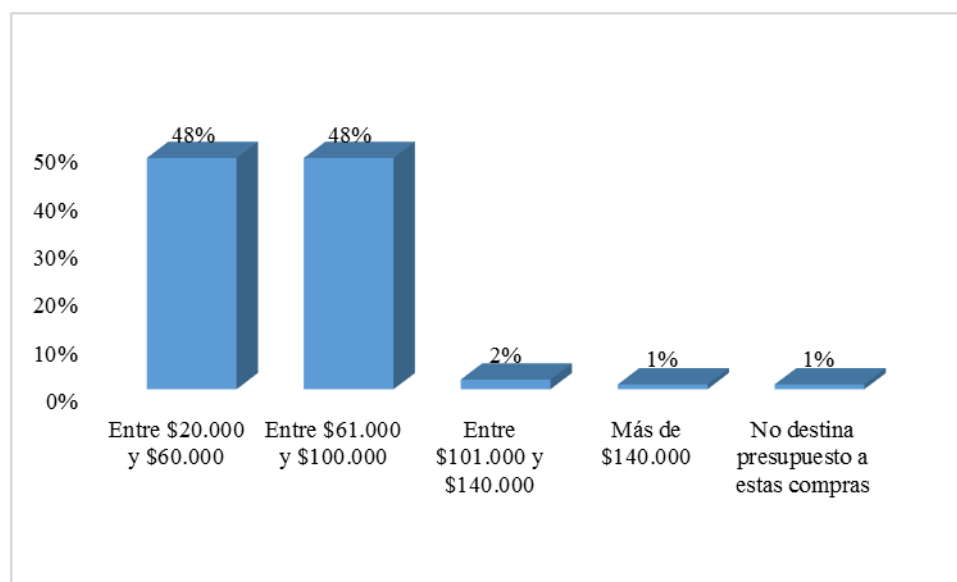
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

Al respecto de la temática de la adquisición de ropa usada se le pregunto a la población sobre las preferencias de inversión o presupuesto para la compra de ropa usada. Frente a ello encontramos que el 48% puede invertir entre 20.000 a 60.000, y en el mismo porcentaje entre 61.000 y 100.000. A continuación la tabla 13 y grafica 12 nos permiten concluir acerca de los resultados ya citados.

Tabla 13. Presupuesto para invertir en compras de ropa usada o de segunda mano

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$20.000 y \$60.000	183	48%
Entre \$61.000 y \$100.000	183	48%
Entre \$101.000 y \$140.000	5	2%
Más de \$140.000	3	1%
No destina presupuesto a estas compras	4	1%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera



Grafica 12. Presupuesto para invertir en compras de ropa usada o de segunda mano

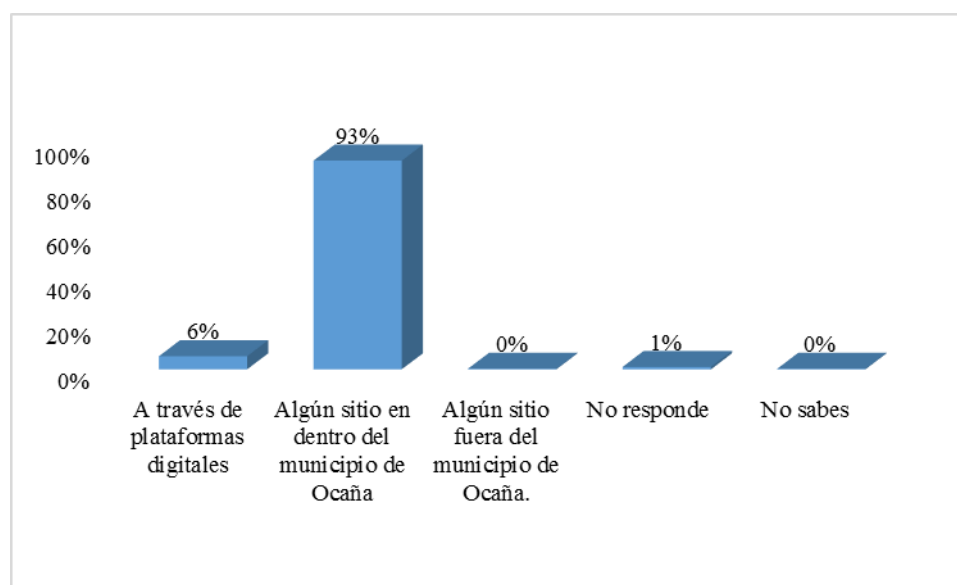
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

En el siguiente aspecto se le pregunto a la población sobre la compra de ropa usada y sus modalidades para adquirirla, encontrando como lo evidencia la tabla 14 y grafica 13 que este servicio se satisface mediante plataformas digitales en un 6% de la población, luego en un 93% manifiestan que en algún lugar dentro del municipio de Ocaña, puesto que ya existen algunas ventas de garaje, y el restante de la población no responde a dicho interrogante.

Tabla 14. *Modalidades para la compra de ropa usada*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
A través de plataformas digitales	22	6%
Algún sitio en dentro del municipio de Ocaña	350	93%
Algún sitio fuera del municipio de Ocaña.	1	0%
No responde	4	1%
No sabes	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población



Grafica 13. . Modalidades para la compra de ropa usada

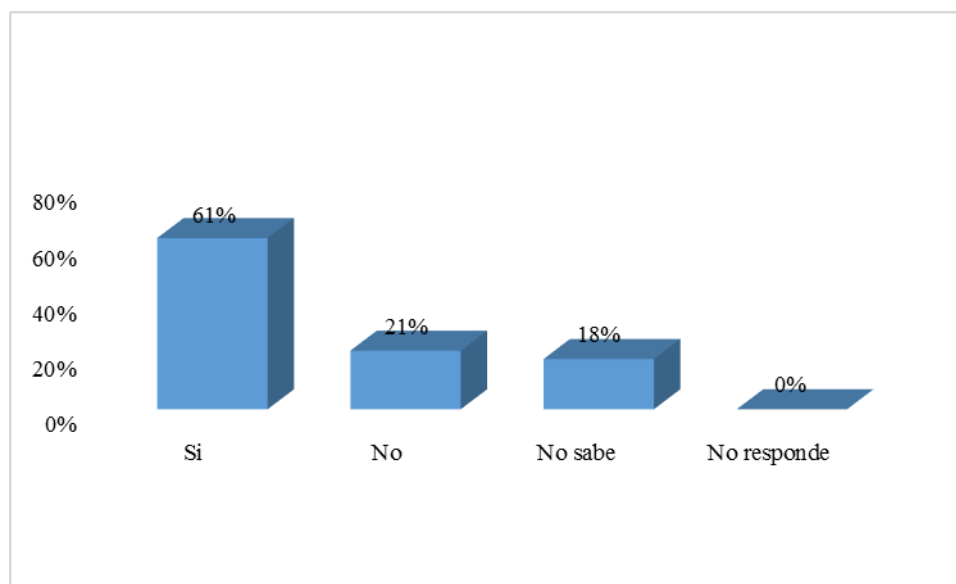
Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

Ahora bien, encontrando que existe la necesidad de satisfacer este servicio se le pregunto a la población ocañera en caso de que existiera una tienda en el municipio que respondiera a todas las necesidades de los productos que requieren, con precios exequibles y calidad en sus procesos de venta y en el servicio prestado.

Tabla 15. Disposición para adquirir ropa usada en una tienda en el municipio de Ocaña

Respuesta	frecuencia	Porcentaje
Si	232	61%
No	82	21%
No sabe	63	18%
No responde	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población



Grafica 14. Disposición para adquirir ropa usada en una tienda en el municipio de Ocaña

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

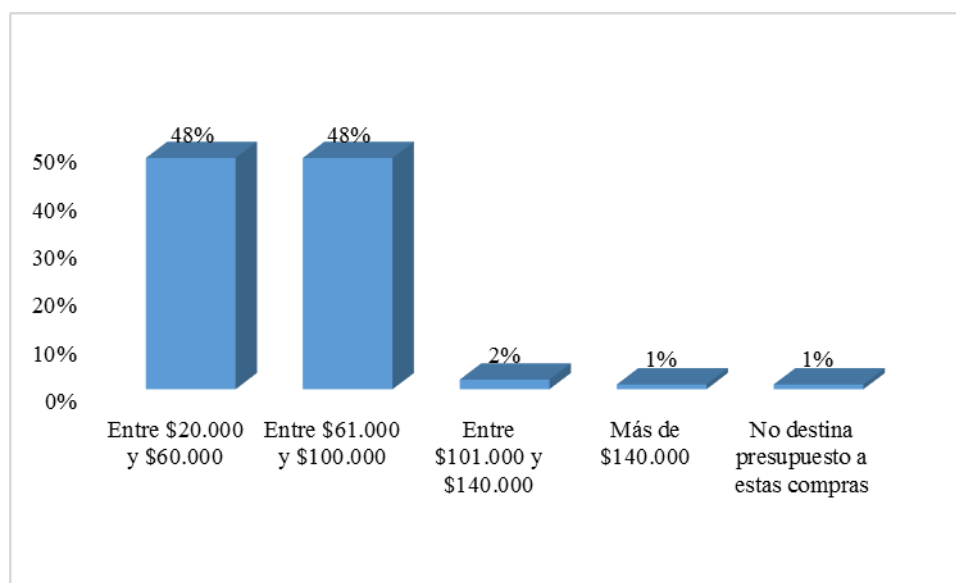
Al respecto la tabla 15 y la gráfica 16 permitieron establecer que el 61% estaría dispuesto a adquirir dichas prendas en la tienda que se propone en el presente plan de negocios, solo el 21% respondió que no y el 18 se limitó a exponer que no sabía.

Ahora bien, sabiendo ya de la disposición de compra, pasamos a establecer

Tabla 16. Disposición de presupuesto para invertir en ropa usada en la tienda en el municipio de Ocaña

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$20.000 y \$60.000	183	48%
Entre \$61.000 y \$100.000	183	48%
Entre \$101.000 y \$140.000	5	2%
Más de \$140.000	3	1%
No destina presupuesto a estas compras	4	1%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población Ocañera



Gráfica 15. Disposición de presupuesto para invertir en ropa usada en la tienda en el municipio de Ocaña

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

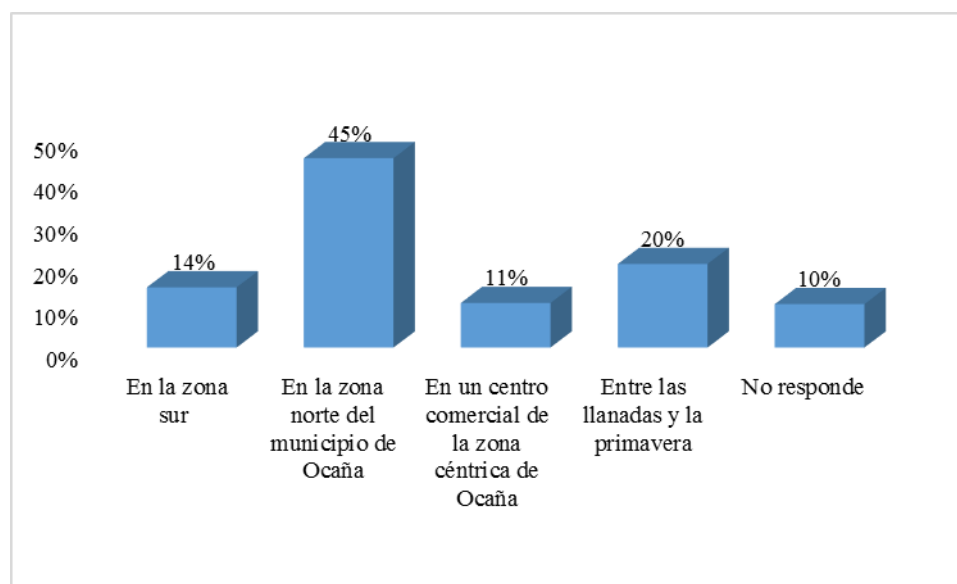
Frente a ello se pudo determinar que el presupuesto destinado para tales compras es de un 48% entre 20.000 y 60.000, luego entre 61.000 a 100.000 otra porción del 48% y finalmente un 2% destinaria cerca de 101.000 a 140.000.

Ahora bien, la tabla 17 y grafica 16 evidencia los resultados sobre la pregunta de la preferencias de la ubicación de la tienda.

Tabla 17. *Preferencias para la ubicación física de la tienda de venta de ropa usada o de segunda mano*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En la zona sur	54	14%
En la zona norte del municipio de Ocaña	170	45%
En un centro comercial de la zona céntrica de Ocaña	40	11%
Entre las llanadas y la primavera	75	20%
No responde	39	10%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población Ocañera



Grafica 16. *Preferencias para la ubicación física de la tienda de venta de ropa usada o de segunda mano*

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

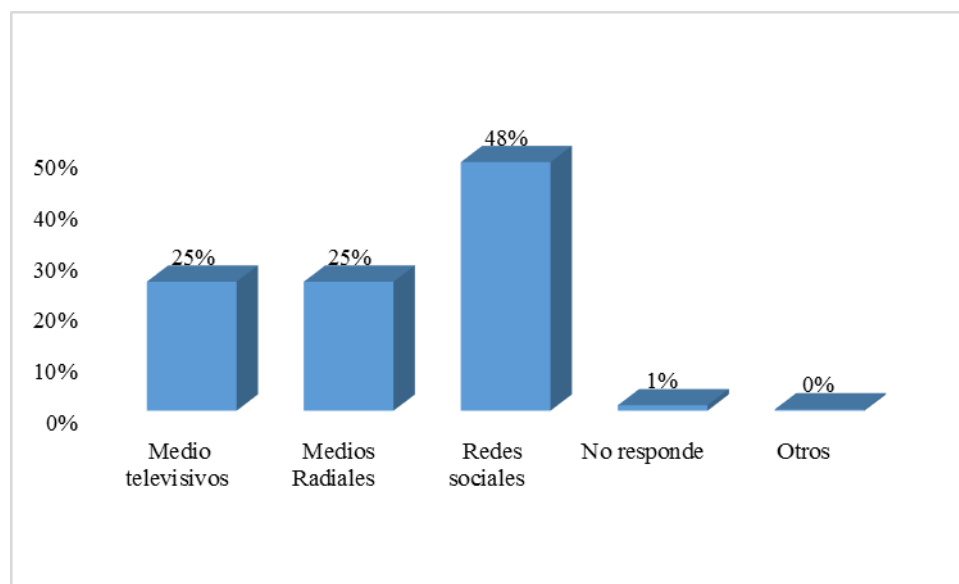
Lo que permite concluir que la población prefiere en un porcentaje cercano al 45% de la población que se ubique la tienda en la zona norte del municipio de Ocaña. El 20% prefiere que se haya en las llanadas o en la primavera, el 14% en la zona sur y el 11% en un centro comercial de la zona céntrica del municipio.

Finalmente, frente a las preferencias para la difusión de la información referente a la tienda de venta de ropa usada, la población opina en un 48% que se debe hacer por redes sociales, el 25% por medios radiales y otra población en la misma proporción que mediante medios televisivos.

Tabla 18. *Preferencias para la difusión de la información sobre la tienda de ropa usada o de segunda mano*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Medio televisivos	95	25%
Medios Radiales	95	25%
Redes sociales	183	48%
No responde	4	1%
Otros	1	0%
Total general	378	100%

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población



Grafica 17. *Preferencias para la difusión de la información sobre la tienda de ropa usada o de segunda mano*

Nota Fuente: Autores de la investigación a partir del desarrollo del instrumento de investigación en la población ocañera

4.1.1 Diagnostico situacional

A partir de los resultados obtenidos en el desarrollo de la encuesta con la población ocañera, se pudo establecer inicialmente unas características demográficas de la misma, tales como que el 78% de las personas que respondieron la encuesta pertenecen al 78% del total de la muestra, también que su edad oscila entre 41 y 50% de acuerdo con el 32% de la población y que sus ingresos provienen e otros oficio según el 35% diferentes a ser amas de casa, independientes, pensionados y demás opciones presentadas.

Referente al estudio planteado, se pudo concluir que el 62% de la población considera como importante el uso de calzado y prendas de vestuario y que para ello prefieren la protección y las tendencias de moda.

Respecto a la clase de ropa que usan o que prefieren usar con más frecuencia se tiene que el 16% prefiere los vestidos de fiesta, el 15% los jeans y el 12% las chaquetas, las cuales tienen origen nuevo según el 55%, y usado un 29%.

En el ámbito del presupuesto que se destina para el vestuario de acuerdo con la población encuestada, se pudo determinar que el 45% de la población destina entre \$20.000 y \$60.000 mensual para adquirir vestuario.

Frente al uso de ropa usada por parte de la comunidad del municipio de Ocaña, se estima que el 38% la recibe de donaciones de algún familiar o amigo, y que cuando la compran lo hacen en su mayoría para adquirir vestido de fiesta, jean o chaquetas, para lo cual destinan según el 48% entre 20.000 y 60.000 pesos, y el otro 48% entre 61.000 y 100.000 pesos.

Finalmente se determinó que para la adquisición de ropa usada, la población ocañera ha encontrado dicho servicio en varios lugares de venta de garaje en el municipio, argumento que fundamenta la disposición del 61% para adquirir en una tienda que oferte todas las prendas de vestir de marcas reconocidas.

4.2 Realizar un estudio de mercados que permita conocer la viabilidad para la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

El diseño del plan de negocios plantea en primera instancia el diseño de un estudio de mercado, que se desarrollará a continuación bajo la estructura de los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta.

De esta forma presentamos el estudio de mercados:

4.2.1 Análisis del sector. La empresa estará destinada al servicio de venta de ropa usada o de segunda mano en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, la cual se denominará de acuerdo a su objeto social Closed Used S.A.S., lo que en el idioma español significa armario usado.

Teniendo en cuenta el mismo objeto social es importante determinar el sector económico al cual pertenece dicho servicio. Con base en ello, encontramos que la economía colombiana se fundamenta en tres sectores denominados uno como el primario que se enfoca hacia la recolección y distribución de las materias primas, el segundo en el cual se da la transformación e industrialización de las materias primas y en el tercero llamado terciario que se ubican los

servicios entre ellos el comercio, a través del cual se ejecuta dicha actividad al por mayor y al detal, y en todos los ámbitos y estratos sociales del país.

Con fundamento en dicha apreciación, será entonces la empresa Closed Used S.A.S. una empresa comercializadora de ropa usada o de segunda mano en el municipio de Ocaña, la cual se ubicará dentro del sector terciario de la economía colombiana, puesto que su objeto principal será el comercio clasificado dentro de los servicios que se prestan en el mismo.

4.2.2 Análisis de la demanda. La aplicación de la encuesta tenía como finalidad la recolección de información que aportará al desarrollo del plan de negocios. En ese orden de ideas ya hemos determinado que la empresa denominada Closed Used S.A.S. pertenece al sector terciario de la economía colombiana. Ahora con base en la información aportada mediante la encuesta hemos determinado que el 232 personas que suman el 61% de la población ha respondido si a la pregunta que buscaba encontrar el nivel de interés para adquirir las prendas de segunda mano en la tienda, lo que nos permite concluir con base en dicha información que la demanda del servicio será del 61%.

4.2.3 Proyeccion de la demanda. Determinada la demada, es importante que la misma sea proyectada con el fin de establecer las metas y los objetivos de la empresa Cosed Used S.A.S. Con base en ello, la demnda de productos de vestuario y calzado para la empresa se halla de acuerdo con la recoleccion de la informacion en la encuesta. A partir de alli, encontramos que de acuerdo con las opciones que se le propuso a cada uno de los encuestados, la proyeccion de la demanda seria de la sigueitne forma:

Tabla 19. *Proyección de la demanda semanal*

Tipo de prenda	Frecuencia
Blusas de damas	43
Calzado para caballero	30
Calzado para dama	14
Camisas para caballero	14
Chaquetas	44
Jeans	58
Vestidos Casuales	44
Vestidos de fiesta	59
Total general	306

Nota Fuente: Autores del proyecto

A partir de lo expuesto en dicha tabla, se pudo determinar las compras destinadas mensualmente en ropa usada o de segunda mano por parte de la población tomada como muestra en la presente investigación.

Tabla 20. *Proyección de la demanda mensual*

Tipo de prenda	Frecuencias mensual
Blusas de damas	172
Calzado para caballero	120
Calzado para dama	56
Camisas para caballero	56
Chaquetas	176
Jeans	232
Vestidos Casuales	176
Vestidos de fiesta	236
Total general	1224

Nota Fuente: Autores del proyecto

Teniendo dicha proyección mensual, es posible entonces determinar la proyección anual de la empresa a partir de los datos suministrados por las personas que diligenciaron la encuesta.

Con base en ello, la proyección mensual que los productos más demandados son los de mujer y que el calzado de hombre ocupa un nivel de demanda bajo. A su vez también nos permite concluir que la empresa tiene muchas probabilidades de funcionar debido a su innovación y a la poca inversión que se requiere para la misma.

Ahora bien, determinada la proyección mensual de acuerdo con la información que nos aporta la encuesta, ahora es momento de realizar la proyección anual, la cual de acuerdo con los meses de funcionamiento de la empresa durante un año, se realizara la aplicación de la fórmula matemática, la cual nos permite hallar los siguientes resultados:

Tabla 21. *Proyección de la demanda anual*

Tipo de prenda	Proyección anual
Blusas de damas	2064
Calzado para caballero	1440
Calzado para dama	672
Camisas para caballero	672
Chaquetas	2112
Jeans	2784
Vestidos Casuales	2112
Vestidos de fiesta	2832
Total general	14688

Nota Fuente: Autores del proyecto

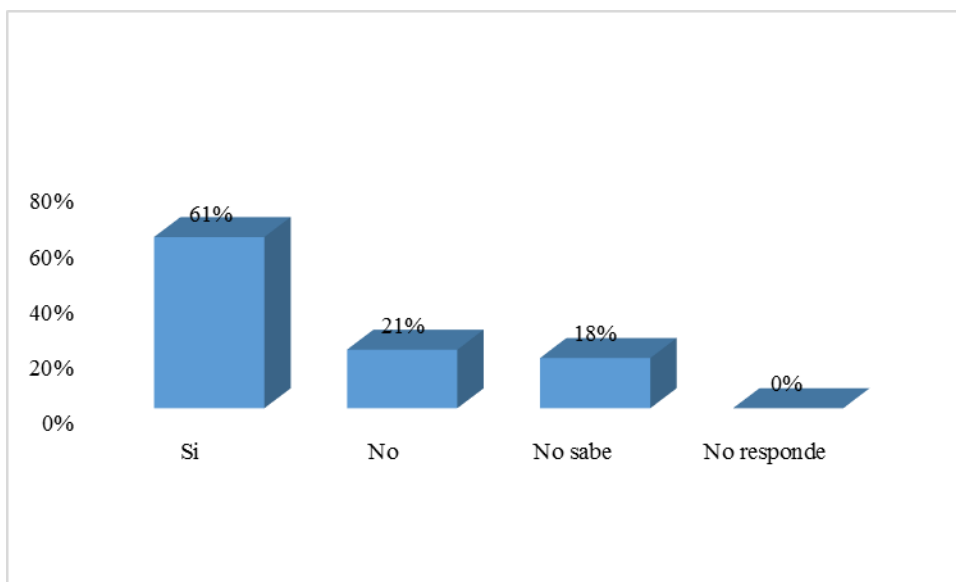
A partir de la formula matematica de la multiplicacion entre la demanda mensual por los 12 meses del año, se pudo determinar que la demanda anual a partir de la prendas que se dieron como opcion en la encuesta sera de 3.672 prendas de vestuario y calzado para dama y caballero.

4.2.4 Estimación de la demanda. A partir de lo que ya hemos expuesto en los anteriores apartes de la investigación, hemos podido determinar que el porcentaje de demanda para la

empresa Closed Used S.A.S., es del 61% y que de acuerdo con su proyección mensual y anual representa una idea de negocios rentable para poner en práctica en el municipio de Ocaña.

4.2.5 Análisis de la Oferta. Con referencia a la oferta actual del servicio en el municipio de Ocaña hemos podido determinar que actualmente existen dos ventas de garaje, una ubicada en el barrio Juan XXIII y otra en el Barrio Buenos Aires, donde se brinda el servicio de venta de ropa usada, sin embargo, las mismas no se encuentran reconocidas jurídicamente ni legalmente como empresas sino que se dedican a la venta de ropa usada dentro de las mismas viviendas, lo que quiere decir que no prestan el mismo servicio que ofrecerá Closed Used S.A.S.

4.2.6 Estimación de la oferta actual. A partir de los resultados obtenidos en la encuesta no se encuentra en Ocaña actualmente una empresa que brinde el servicio de acuerdo con los lineamientos que se plantean en el actual diseño de plan de negocios, que le permita a los habitantes del municipio gozar de un sitio cálido, con manejo de buenos precios, comodidad, estrategias publicitarias y de atención al cliente, y demás que brinde el servicio, solamente como lo mencionamos se encuentran ubicadas ventas de garaje que no proporcionan los mismos servicios que ofrecerá Closed Used S.A.S.



Grafica 18. Estimación de la oferta actual

Nota Fuente: Autores del proyecto

Con base en lo dicho la oferta se ha determinado con base en el estudio de mercados, determinándose altas probabilidades de funcionamiento para Closed Used S.A.S

4.2.7 Análisis de la Competencia. Hemos desarrollado en el plan de mercados un estudio sobre la demanda, la oferta y ahora es momento de determinar la competencia.

Como competencia directa de la empresa se pudo determinar que actualmente en el municipio de Ocaña existen dos ventas de garaje donde se comercializa ropa usada o de segunda mano, y que pueden tenerse como competencia directa, mas no son empresas que tengan la misma proyección de Closed Used S.A.S., ni que dispongan de la capacidad administrativa, legal, financiera, económica que se propone en el actual plan de negocios.

4.2.8 Relación entre demanda y oferta. La interrelación de los resultados obtenidos referidos a la demanda y oferta permite cuantificar la participación del proyecto en el mercado. Se pudo identificar con el estudio de mercados que actualmente existe la necesidad de una

empresa que comercialice ropa usada o de segunda mano en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

4.1.9 Estrategias de precio. El precio será determinante a la hora de ofrecer el servicio de venta de ropa usada, o de segunda, por lo que para encontrar un punto de equilibrio en el mismo, hemos investigado las empresas que actualmente prestan el mismo servicio para con base en dicha información implementar los precios para la venta.

Tabla 22. *Determinación del precio de venta*

Tipo de prenda	Precios de prendas sin marca reconocida
Blusas de damas	\$30.000
Calzado para caballero	\$30.000
Calzado para dama	\$30.000
Camisas para caballero	\$25.000
Chaquetas	\$35.000
Jeans	\$25.000
Vestidos Casuales	\$25.000
Vestidos de fiesta	\$45.000
Total general	

Nota Fuente: Autores del proyecto basados en los precios de venta de OLX, closeando y renuevatucliset

4.2.10 Mecanismo distribución de publicidad. La empresa trabajará a su vez los medios de comunicación más activos por los usuarios hoy en día para ampliar la distribución de sus productos. Para ello se han creado sus redes sociales.

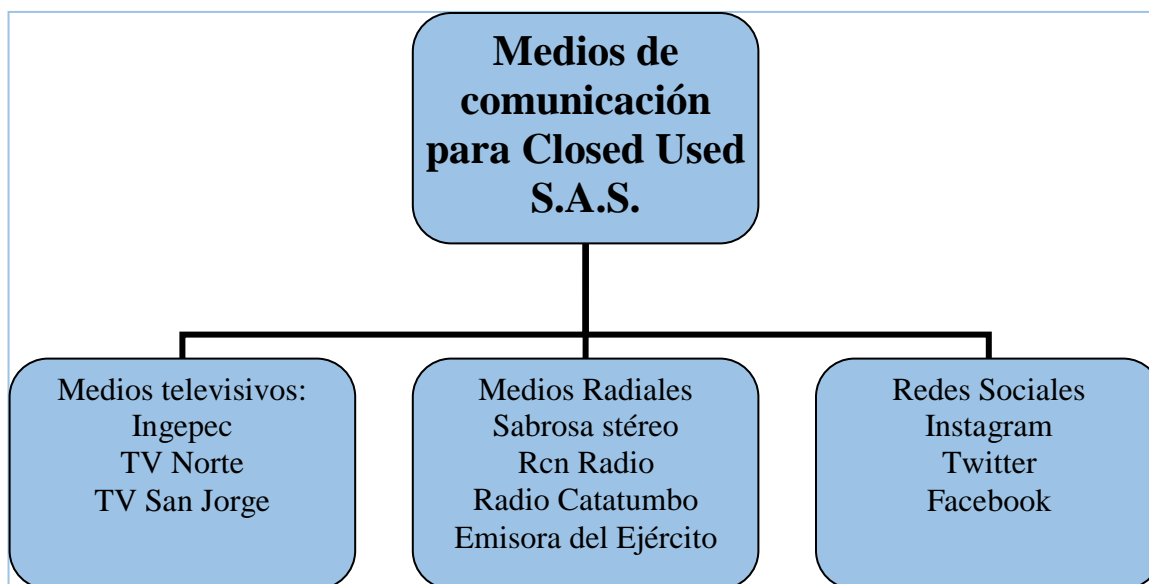


Figura 1. Medios de Comunicación

Nota Fuente: Autores del Proyecto

4.2.11 Canales de Distribución

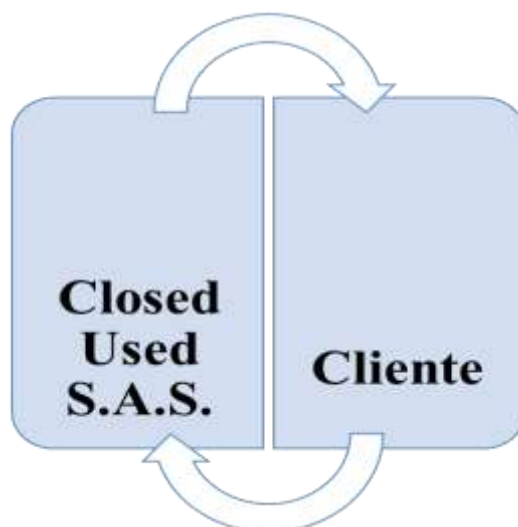


Figura 2. Canales de Distribución

Nota Fuente: Autores del Proyecto

4.2.12 Logo y slogan



Figura 3. Logo

Nota Fuente: Autores del Proyecto

4.3 Ejecutar un estudio financiero y una evaluación económica que permita cuantificar la inversión económica necesaria para la creación una empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

La empresa Closed Used S.A.S. además del plan de mercados, también requiere de la cuantificación de la inversión económica para poner en marcha su actividad comercial. Con base en ellos esta inversión se visiona desde dos aspectos, el primero de ellos es la inversión destinada a la adquisición de activos fijos y la de suministros necesarios para dar inicio a la actividad y por otra la liquidez necesaria para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros.

4.3.1 Inversión inicial. A continuación se desglosaran uno por uno los componentes de la inversión inicial de la empresa Closed Used S.A.S.

4.3.1.1 Presupuesto de gasto de personal.

La empresa pagará salarios y los honorarios, partiendo del ordenamiento jurídico en materia laboral en Colombia, el cual ha regulado para el año 2019 un salario mínimo mensual legal vigente de \$828.116 pesos mensuales, jornada ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art. 20, más auxilio de transporte siempre y cuando el salario no exceda de dos salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Tabla 23. Gastos de personal para la empresa Closed Used S.A.S.

Descripción	Gerente	Contador	Secretaria	Vendedor 1	Vendedor 2
SALARIO	\$1.656.232	\$0	\$828.116	\$828.116	\$828.116
HONORARIOS BONIFICACIÓN	\$0	\$800.000	\$0	\$0	\$0
AUX. TRANSPORTE	\$0	\$0	\$97.032	\$97.032	\$97.032
SALUD (8.5%)	\$140.780	\$0	\$70.390	\$70.390	\$70.390
PENSIÓN (12%)	\$198.748	\$0	\$99.374	\$99.374	\$99.374
VACACIONES	\$69.010	\$0	\$34.505	\$34.505	\$34.505
CESANTÍAS	\$138.019	\$0	\$69.010	\$69.010	\$69.010
INTERESES SOBRE LAS CESANTÍAS	\$1.380	\$0	\$690	\$690	\$690
PRIMAS	\$138.019	\$0	\$69.010	\$69.010	\$69.010
ARL (0.522%)	\$8.646	\$0	\$4.323	\$4.323	\$4.323
SENA 2%	\$33.125	\$0	\$16.562	\$16.562	\$16.562
ICBF 3%	\$49.687	\$0	\$24.843	\$24.843	\$24.843
Caja de compensación familiar 4%	66.249	\$0	\$33.125	\$33.125	\$33.125
Total Mensual	\$2.499.895	\$800.000	\$1.346.979	\$1.346.979	\$1.346.979

Total Anual	29.998.740	9.600.000	16.163.751	16.163.751	16.163.751
--------------------	-------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Nota Fuente: Autores del proyecto

Con base en los requerimientos de la empresa con base en el gasto de personal, se ha podido determinar que se requiere de un gerente que se encargue de operar la empresa desde la parte administrativa, lega, económica y del servicio prestado, de un contador que se encargue de la parte financiera y económica de la empresa, una secretaria que acompañe las funciones del gerente y del contador y dos vendedores que presten el servicio al cliente.

En cuanto a la cuantificación de los gastos de personal, encontramos que mensualmente se requiere de una inversión para el personal de \$7.340.832 y anualmente de \$88.089.993.

4.3.1.2 Requerimiento equipo de oficina.

Los requerimiento de oficina, fueron cotizados en la página web de alkosto que maneja precios a nivel nacional cómodos y de calidad.

Tabla 24. *Requerimiento de equipo de oficina para Closed Used S.A.S.*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio MADERKIT	2	\$ 129.900	\$259.800
Escritorio INVAL 4603	1	\$199.900	\$199.900
Silla de Oficina TUKASA 8007 Negra	2	\$ 79.900	\$159.800
Silla de Oficina TUKASA 5938L Negra	1	\$199.900	\$199.900
PC All in One HP - 22-c0051a - AMD A9 - 21.5" Pulgadas	1	\$1.349.000	\$1.349.000

PC All in One HP - 20-C205 - Intel Celeron - 19.5" Pulgadas - Disco Duro 1Tb - Blanco	2	\$969.000	\$1.938.000
Impresora	1	\$ 249.500	\$249.500
Teléfono	2	\$ 44.900	\$89.800
Total	15	\$3.222.000	\$4.445.700

Nota Fuente: www.alkosto.com

La tabla 24 evidencia los requerimientos de oficina cotizados mediante la página web del almacén alkosto, teniendo en cuenta que manejan buenos precios y que los equipos son de excelente calidad, para el servicio que prestará la empresa Closed Used S.A.S. De esta forma el total de gastos estimados para los requerimientos de oficina será de \$4.445.700.

Sin embargo, no solo se requiere para que funcione la empresa de que se tenga el personal y los requerimientos de oficina, sino que además teniendo en cuenta que se trabajará a través de la venta de ropa usada o de segunda mano, se requiere la adquisición de los mismos para después comercializarlos.

Con base en ello y en la demanda de cada producto a ofrecerse tenemos que el gasto en insumos será de:

Tabla 25. *Insumos para la actividad económica de la empresa*

Tipo de Prenda	Proyección mensual
Blusas de damas	43
Calzado para caballero	30
Calzado para dama	14
Camisas para caballero	14
Chaquetas	44

Jeans	58
Vestidos Casuales	44
Vestidos de fiesta	59
Total general	306

Nota Fuente: Autores del Proyecto con información de diversas cotizaciones

Una vez descritos estos productos, entonces procedemos, a identificar los costos, a partir de la demanda de los propietarios de los establecimientos de comercio de venta de comidas rápidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander. A continuación la tabla 26:

Tabla 26. *Determinación del costo de insumos por unidad*

Tipo de prenda	Costo por unidad
Blusas de damas	\$21.000
Calzado para caballero	\$21.000
Calzado para dama	\$21.000
Camisas para caballero	\$17.500
Chaquetas	\$24.500
Jeans	\$17.500
Vestidos Casuales	\$17.500
Vestidos de fiesta	\$31.500

Nota Fuente: Autores del Proyecto basados en la cotización de OLX y renueva tu closet.

Tabla 27. *Total costos de insumos de acuerdo con la demanda proyectada mensual*

Tipo de prenda	Proyección mensual	Costo por unidad	Total
Blusas de damas	172	\$21.000	\$3.612.000
Calzado para caballero	120	\$21.000	\$2.520.000
Calzado para dama	56	\$21.000	\$1.176.000
Camisas para caballero	56	\$17.500	\$980.000
Chaquetas	176	\$24.500	\$4.312.000
Jeans	232	\$17.500	\$4.060.000
Vestidos Casuales	176	\$17.500	\$3.080.000
Vestidos de fiesta	236	\$31.500	\$7.434.000

Nota Fuente: Autores del Proyecto

Con base en los datos arrojados a partir de las cotizaciones realizadas, los costos en insumos mensualmente serán de \$27.174.000

Tabla 28. *Total costos de insumos de acuerdo con la demanda proyectada anual*

Tipo de prenda	Proyección anual	Costo por unidad	Total
Blusas de damas	2064	\$21.000	\$43.344.000
Calzado para caballero	1440	\$21.000	\$30.240.000
Calzado para dama	672	\$21.000	\$14.112.000
Camisas para caballero	672	\$17.500	\$11.760.000
Chaquetas	2112	\$24.500	\$51.744.000
Jeans	2784	\$17.500	\$48.720.000
Vestidos Casuales	2112	\$17.500	\$36.960.000
Vestidos de fiesta	2832	\$31.500	\$89.208.000

Nota Fuente: Autores del Proyecto

A partir de la tabla 28 los costos anuales de insumos serán de \$326.088.000

Hasta el momento hemos desarrollado en la evaluación financiera y económica el desarrollo de la inversión en gastos de personal, la inversión en gastos de requerimientos de oficina y los requerimientos para los gastos en insumos. Ahora se requiere de establecer los gastos que se van a diferir. Teniendo en cuenta dicho requerimiento se necesita:

Tabla 29. *Diferidos*

Artículo	Vr. TOTAL
Papelería y útiles de oficina	200.000
TOTAL	200.000

Nota Fuente: Autores del Proyecto

De esta forma, se encontró para el funcionamiento de la empresa una relación de gastos que se requieren como inversión inicial. Para ello la tabla 30 nos presenta lo siguiente:

Tabla 30. *Inversión inicial para la empresa*

Inversión inicial	
Insumos	\$27.174.000
Programas informáticos	\$ 800.000
Muebles y enseres	\$4.445.700
Gastos de personal	\$7.340.832
Gastos fijos y variables	\$ 1.290.0000
Total	\$41.050.532

Nota Fuente: Autores del proyecto

Con base en la sumatoria realizada podemos concluir que el total de gastos para dar inicio a la empresa son de \$41.050.532

Ahora se da paso a la cuantificación de los costos fijos y variables de la empresa, para que funciones, detallándolos de manera mensual y anual.

4.3.1.3 Costos fijos y costos variables. Se muestra a continuación los costos fijos y variables de la empresa será la siguiente:

Tabla 31. *Costos fijos y variables*

Costos variables	Valor mensual	Valor anual
Electricidad	\$ 100.000	\$1.200.000
Agua	\$ 100.000	\$1.200.000
Total costos variables	\$200.000	\$2.400.000
Costos Fijos		
Teléfono	\$ 70.000	\$ 840.000
Arriendo	\$ 800.000	\$9.600.000
Pagos legales	\$ 100.000	\$1.200.000
Utensilios de aseo	\$ 120.000	\$1.440.000

Total costos fijos	\$1.090.000	\$13.080.000
Total	\$1.290.000	15.480.0000

Nota Fuente: Autores del proyecto

4.3.1.4 Financiación inicial

En esta parte se desglosan las fuentes de financiación necesarias para hacer frente a la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del nuevo negocio:

Recursos personales (capital): Incluirá los aportes de dineros personales al negocio, incluyendo préstamos familiares, ahorros, etc.

Aportes de capital de terceros-Socios: Son las aportaciones de capital por parte de socios que van a contribuir financieramente en la iniciativa empresarial. Aquí solo se deberán considerar los aportes en dinero.

Créditos de entidades financieras: acudir a entidades financieras. Para conseguir financiación. (Préstamos)

Otras fuentes de financiación: en este apartado se incluirán otras aportaciones financieras no incluidas en los puntos anteriores.

Tabla 32. *Financiación inicial*

Descripción	Valor total
Aporte de socios (2 socios) 10.000.000	20.000.000
Créditos de entidades financieras (diferido a 72 meses)	\$ 50.000.000
Total	\$70.000.000

Nota Fuente: Autores del proyecto

4.3.1.5. Gastos mensuales

Ahora bien como lo hemos venido desarrollando en el presente objetivo, se requiere de la descripción de los gastos para poder determinar la rentabilidad de la empresa, con base en ello se ha establecido que Closed Used S.A.S. requiere para que funcione una inversión mensual de:

Tabla 33. *Gastos mensuales*

Gastos Mensuales	
Personal (5 empleados)	\$7.340.832
Arriendo	\$ 800.000
Crédito financiero + intereses	\$794.444
Total	\$8.935.276

Nota Fuente: Autores del proyecto

También es necesario para el funcionamiento de la empresa conocer los gastos anuales, de esta manera la tabla 33 evidencia la sumatoria de gastos anuales para el sostenimiento.

Tabla 34. *Gastos totales anuales para la prestación del servicio*

Aspectos tenidos en cuenta	Costo por año
Personal	\$88.089.993
Insumos	\$326.088.000
Costos fijos y variables	\$15.480.000
Total	\$429.657.993

Nota Fuente: Autores del proyecto

A partir de la tabla 34 pudimos establecer que los gastos de funcionamiento de empresa para que funcione durante un año requerirá de \$429.657.993

Ahora debemos proceder a cuantificar el total de gastos diferidos de la adecuación del local comercial y de los gastos de papelería, teniendo en cuenta, la fórmula matemática de dividir el costo total entre 5 que es el total de años para los cuales se proyectan los gastos.

Tabla 35. *Gastos diferidos*

ARTÍCULO	AÑO 0	PERÍODOS A DIFERIR				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papelería y útiles de oficina	200.000	40.000	40.000	200.000	40.000	40.000
TOTAL	200.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000

Nota Fuente: Autores del proyecto

Con base en la tabla 35 pudimos determinar que los gastos diferidos serán de 40.000 anualmente, para los rubros de adecuación papelería y útiles de oficina.

4.3.1.6 Egresos

Ahora daremos paso a la cuantificación de los egresos de la empresa, a partir de cada año. Para ello la tabla 36 presenta los resultados, proyectados a 5 años, con base en el promedio obtenido de la inflación de los últimos 5 años. El incremento en gastos será del 4.69% anual.

Tabla 36. *Proyección de egresos de la empresa*

ITEM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Gastos de Personal	\$88.089.993	\$92.221.414	\$96.546.598	\$101.074.633	\$105.815.034
Gastos Fijos de Funcionamiento	\$13.080.000	\$13.693.452	\$14.335.675	\$15.008.018	\$15.711.894
Insumos	\$326.088.000	\$341.381.527	\$357.392.321	\$374.154.021	\$391.701.844
Total Gastos Fijos	\$427.257.993	\$447.296.393	\$468.274.594	\$490.236.672	\$513.228.772
Gastos Variables de Funcionamiento	\$1.290.000	\$1.350.501	\$1.413.839	\$1.480.149	\$1.549.568
Diferidos	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000
Total Gastos Variables de Funcionamiento	\$1.330.000	\$1.390.501	\$1.453.839	\$1.520.149	\$1.589.568
TOTAL GASTOS	\$428.587.993	\$448.686.894	\$469.728.433	\$491.756.821	\$514.818.340

Nota Fuente: Autores del proyecto

El aumento registrado en la proyección se obtuvo de la fórmula matemática que promedio los últimos índices del IPC en Colombia, para determinar el posible índice de aumento para la protección que presenta la tabla 36.

Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Promedio
3.66	6.77	5.75	4.09	3.18	4.69

4.3.1.7 Ingresos. Para obtener los ingresos la empresa deberá vender lo determinado en la demanda estimada y proyectada en el estudio de mercados. De esta forma los ingresos de la empresa serían los siguientes:

Tabla 37. Ingresos mensuales Closed Used S.A.S.

Tipo de prenda	Total mensual	Valor de venta por unidas con un margen de ganancia del 30% en cada prenda	Total ingresos
		\$30.000	
Blusas de damas	172	\$30.000	\$5.160.000
Calzado para caballero	120	\$30.000	\$3.600.000
Calzado para dama	56	\$30.000	\$1.680.000
Camisas para caballero	56	\$25.000	\$1.400.000
Chaquetas	176	\$35.000	\$6.160.000
Jeans	232	\$25.000	\$5.800.000
Vestidos Casuales	176	\$25.000	\$4.400.000
Vestidos de fiesta	236	\$45.000	\$10.620.000
Total general	1224		\$38.820.000

Nota Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 38. *Ingresos anuales Closed Used S.A.S.*

Tipo de prenda	Total anual	Valor de venta por unidas con un margen de ganancia del 30% en cada prenda	Total ingresos
Blusas de damas	2064	\$30.000	\$61.920.000
Calzado para caballero	1440	\$30.000	\$43.200.000
Calzado para dama	672	\$30.000	\$20.160.000
Camisas para caballero	672	\$25.000	\$16.800.000
Chaquetas	2112	\$35.000	\$73.920.000
Jeans	2784	\$25.000	\$69.600.000
Vestidos Casuales	2112	\$25.000	\$52.800.000
Vestidos de fiesta	2832	\$45.000	\$127.440.000
Total general	14688		\$465.840.000

Nota Fuente: Autores del proyecto

Partiendo de un margen de ganancias del 30%, la empresa producirá durante su primer año, unos ingresos totales de \$465.840.000

A su vez se deberá realizar una proyección aproximada para los próximos 5 años con un margen de aumento de ganancia del 4.69%. De esta forma la Tabla 39 presenta la siguiente proyección.

Tabla 39. *Proyección de ingresos a 5 años*

Años	1 Año	2 Año	3 Año	4 Año	5 Año
Ítems					
Ingresos	\$465.840.000	\$487.687.896	\$510.560.458	\$534.505.744	\$559.574.063

Nota Fuente: Autores del proyecto.

4.3.1.8 Depreciaciones.

La depreciación se hará bajo la fórmula matemática de línea recta que permite determinar el valor de la depreciación para equipos de cómputo de 5 años y para muebles y enseres de 10 años.

Tabla 40. Depreciación Muebles, equipos y Enseres

ITEM	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de cómputo y comunicación (5 años)	\$3.626.300	\$3.626.300	\$3.66.300	\$3.66.300	\$3.66.300	\$3.66.300
Depreciación	\$725.260	\$725.260	\$725.260	\$725.260	\$725.260	\$725.260
Equipo de Oficina (10 años)	\$819.400	\$819.400	\$819.400	\$819.400	\$819.400	\$819.400
Depreciación	\$81.940	\$81.940	\$81.940	\$81.940	\$81.940	\$81.940
Total Depreciación	\$807.200	\$807.200	\$807.200	\$807.200	\$807.200	\$807.200

Nota Fuente: Autores del proyecto.

4.3.1.9 Capital de trabajo. Para obtener el capital de trabajo se aplicará una fórmula matemática teniendo como base los gastos de personal para el funcionamiento de Closed Used S.A.S. para poder obtener este rubro. Para ello se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Capital de Trabajo (C.T.)} = \frac{\text{Gastos totales (año 1)} \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{C.T.} = \frac{\$88.089.993 \times 4 \text{ meses}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{C.T.} = 29.363.331$$

Con base en la anterior fórmula matemática, podemos concluir que la empresa, requiere de 29.363.331 para dar inicio a la misma.

4.3.2 Estudio financiero

4.3.2.1 Balance inicial.

El balance inicial, se elabora cuando la empresa comienza su actividad económica, y permite evidenciar el punto de equilibrio entre activos, pasivos y patrimonio.

BALANCE INICIAL

Tabla 41. Balance Inicial

Balance General			
Activo		Pasivo	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja	\$70.000.000	Obligaciones Financieras	\$50.000.000
Total Activo Corriente	\$70.000.000	Otros	\$4.445.700
		Total Pasivo Corriente	\$54.445.700
		Total Pasivo	\$54.445.700
Activo no Corriente			
Muebles y enseres	\$819.400	Patrimonio	
Equipo de Cómputo y Comunicación	\$3.626.300		
Total Activo no Corriente	4.445.700	Aportes sociales	\$20.000.000
Total Activo	\$74.445.700	Total Patrimonio	\$20.000.000
		Total pasivo + patrimonio	\$74.445.700

Nota Fuente: Autores del proyecto.

Seguidamente del balance inicial, la empresa debe proyectar su Estado de Resultados, de la siguiente forma:

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 42. *Estado de Resultados*

Año	1	2	3	4	5
Ingresos					
	\$465.840.000	\$487.687.896	\$510.560.458	\$534.505.744	\$559.574.063
- Gastos					
	\$428.587.993	\$448.686.894	\$469.728.433	\$491.756.821	\$514.818.340
Utilidad bruta	\$37.252.007	\$39.001.002	\$40.832.025	\$42.748.923	\$44.755.723
- Depreciación	\$807.200	\$807.200	\$807.200	\$807.200	\$807.200
Útil. Neta	\$36.444.807	\$38.193.802	\$40.024.825	\$41.941.723	\$43.948.523

Nota Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 43. *Flujo de Caja*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ingresos	\$465.840.000	\$487.687.896	\$510.560.458	\$534.505.744	\$559.574.063
-Gastos					
	\$428.587.993	\$448.686.894	\$469.728.433	\$491.756.821	\$514.818.340
= Flujo ajustado de Efectivo	\$37.252.007	\$39.001.002	\$40.832.025	\$42.748.923	\$44.755.723

Nota Fuente: Autores del proyecto.

Una vez conocidos los estados de resultados, ahora daremos paso, a determinar el punto de equilibrio de la empresa.

Punto de equilibrio. El punto de equilibrio es determinante para definir si la empresa puede estructurarse o si por el contrario traerá pérdidas y no es factible ponerla en marcha. Para ello se utilizará la siguiente fórmula:

$$P.E. = \text{Costos fijos} \times \frac{1}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}$$

$$P.E = 13.080.000 \times \frac{1}{465.840.000} \left(1 - \frac{2.400.0000}{465.840.000} \right)$$

$$P.E = 13.080.000 \times \frac{1}{0.05}$$

$$P.E = 261.600.000$$

De esta forma, para que la empresa no pierda ni gane, deberá tener un nivel de ventas de \$261.600.000 pesos.

4.3.2.2 Valor presente neto (VPN). Este cálculo define el valor del proyecto al cabo de los primeros cinco (5) años de funcionamiento bajo una tasa de oportunidad y ciertos flujos

$$V.P.N. = \sum \frac{\text{Flujo Neto de Caja}}{(1 + 2)^n}$$

Donde:

Tasa de oportunidad (12%)

n = número de años

$$VPN = \frac{\$37.252.007}{(1+0.12)^1} + \frac{\$39.001.002}{(1+0.12)^2} + \frac{\$40.832.025}{(1+0.12)^3} + \frac{\$42.748.923}{(1+0.12)^4} + \frac{\$44.755.723}{(1+0.12)^5}$$

$$VPN = \$33.260.721 + \$31.091.360 + \$29.063.429 + \$27.167.713 + 25.395.599$$

$$\text{VPN} = \$145.978.822$$

El VPN del proyecto se muestra en \$145.978.822 resultado positivo, lo que indica la viabilidad en la parte económica para desarrollar la idea de negocios.

4.3.2.3 Valor actual neto. Mediante este indicador se conoce la recuperación real de la inversión inicial, ya que dicho valor se descuenta del VPN, por lo que es un valor neto, sobre el cual se analiza el reintegro de recursos financieros, a través de los ingresos de la institución.

$$\text{VAN} = \text{VPN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = \$145.978.822 - \$41.050.532$$

$$\text{VAN} = \$104.928.290$$

El valor actual neto de la empresa es de \$104.928.290 al cabo de cinco años, siendo este resultado positivo, para recuperar la inversión inicial, lo que permite concluir la viabilidad económica del proceso de la creación de la empresa Closed Used S.A.S.

4.3.2.4 Razón costo beneficio (RCB). Esta técnica da a conocer el número de veces en que se recupera la inversión inicial durante los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

$$\text{RCB} = \frac{\text{Valor presente neto}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{RCB} = \frac{\$ 145.978.822}{\$41.050.532}$$

$$\text{RCB} = 4$$

El resultado de la operación matemática es positivo, lo que implica que como los gastos no superan los ingresos, la empresa podrá recuperar su inversión durante el primer año de actividad comercial.

4.3.2.5 Tasa interna de retorno. Con este cálculo se determina el porcentaje con el que la inversión inicial se reintegra a la empresa durante los primeros cinco años de actividad.

Esta técnica realiza la siguiente comparación:

Inversión inicial = Valor presente neto

$$\$41.050.532 = \$ 145.978.822$$

Para su determinación se toman dos tasas (t_1 u t_2) tentativas:

Tasa 1: 10%

Flujo tasa 1:

$$VPN = \frac{\$37.252.007}{(1+0.10)^1} + \frac{\$39.001.002}{(1+0.10)^2} + \frac{\$40.832.025}{(1+0.10)^3} + \frac{\$42.748.923}{(1+0.10)^4} + \frac{\$44.755.723}{(1+0.10)^5}$$

$$VPN = 33.865.461 + 32.232.233 + 30.677.705 + 29.198.090 + 27.789.783$$

$$VPN = 153.763.272$$

Tasa 2: 15%

$$VPN = \frac{\$37.252.007}{(1+0,15)^1} + \frac{\$39.001.002}{(1+0,15)^2} + \frac{\$40.832.025}{(1+0,15)^3} + \frac{\$42.748.923}{(1+0,15)^4} + \frac{\$44.755.723}{(1+0,15)^5}$$

$$VPN = 32.393.047 + 29.490.361 + 26.847.719 + 24.441.835 + 22.251.504$$

$$VPN = 135.424.466$$

Para hallar la TIR, se realiza la interpolación:

$$\left[\begin{array}{l} \$153.763.272 \text{ ----} 10\% \\ \$145.978.822 \text{ ----} X \\ \$135.424.466 \text{ ----} 15\% \end{array} \right]$$

$$\$153.763.272 - \$145.978.822 = \$7.784.450$$

$$\$153.763.272 - \$135.424.466 = 18.338.806$$

$$15\% - 10\% = 5\%$$

$$\frac{X}{5} = \frac{\$7.784.450}{\$18.338.806}$$

$$\$18.338.806 = \$7.784.450 (5)$$

$$X = 38922250 / 18.338.806$$

$$X = 2.12$$

$$X = 2.12$$

$$\text{TIR} = 10 + 2.12$$

$$\text{TIR} = 12.12\%$$

Finalmente este indicador permite que el proyecto sea atractivo puesto que la recuperación de la inversión inicial será de 12.12%.

4.4 Elaborar un estudio administrativo y legal proponiendo la creación y estructura organizacional y administrativa de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

4.4.1 Clase de empresa

En el estudio de mercados pudimos determinar que la empresa se denominaría Closed Used S.A.S., lo que nos conlleva a especificar en el presente objetivo que la empresa que tendrá como objeto social la comercialización de ropa usada o de segunda mano, se constituirá legalmente bajo la denominación de una Sociedad Anónima Simplificada, la cual en Colombia se encuentra regulada jurídicamente mediante la Ley 1258 de 2008.

Para su constitución se ha dispuesto que será con máximo dos socios, los cuales aportaran un total de 10.000.000 de pesos moneda corriente, cada uno. La misma deberá constituirse bajo los lineamientos de la Cámara de Comercio de Ocaña, Norte de Santander, donde inicialmente se hará una solicitud de matrícula y la cual quedará consignada mediante escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado donde consta:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas

Razón Social seguida de las letras “SAS”

El domicilio principal de la sociedad y las sucursales

Término de duración, puede ser a término indefinido

Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita

Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán

Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere. Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990.

4.4.2 Reglamento Interno

Closed Used

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAPÍTULO I

ART. 1°—A partir de las exigencias legales del Estado Colombiano se crea el presente documento en la empresa Closed Used Domiciliada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander para establecer las disposiciones a las cuales se someten los trabajadores de la empresa que se vinculen bajo la modalidad de contrato de trabajo.

CAPÍTULO II

Condiciones de admisión

ART. 2°—Quien aspire a desempeñar un cargo en Closed Used., debe hacer entrega de su hoja de vida para ser evaluada acompañada de los siguientes documentos:

a) Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.

b) Autorización escrita del Ministerio de la Protección Social o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

CAPÍTULO III

Trabajadores accidentales o transitorios

ART. 3°—Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, art. 6°).

CAPÍTULO IV

Horario de trabajo

ART. 4°—Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Días laborables: serán días laborales para todo el personal de lunes a sábado medio día, en los siguientes horarios:

Lunes a viernes

Mañana:

8:00 a.m. a 1:00 p. m.

Tarde:

2:00 p.m. a 7:00 p.m.

Sábado

Hora de entrada: 8:00 am

Hora de salida: 6:00 pm

CAPÍTULO V

Días de descanso legalmente obligatorios

ART. 5. Para los empleados de Closed Used, serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

Vacaciones remuneradas

ART. 6. En Closed Used, los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (CST, art. 186, num. 1°).

Permisos

ART. 7. En Closed Used, se concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

CAPÍTULO VI

Salario mínimo, convencional, lugar, días, horas de pagos y períodos que lo regulan

ART. 8. Formas y libertad de estipulación:

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un

salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de 10 salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF, y cajas de compensación familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (L. 50/90, art. 18).

ART. 9. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con períodos mayores (CST, art. 133).

ART. 10. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese (CST, art. 138, num. 1°).

Períodos de pago: Mensual

CAPÍTULO VII

Servicio médico, medidas de seguridad, riesgos profesionales, primeros auxilios en caso de accidentes de trabajo, normas sobre labores en orden a la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo

ART. 11. —Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

ART. 12. —Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARL, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

ART. 13. —Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si este no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

ART. 14. —Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

ART. 15. Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

ART. 16. En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

ART. 17. En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

ART. 18. Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales para lo cual deberán en cada caso determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales de conformidad con el reglamento que se expida.

CAPÍTULO VIII

Orden jerárquico

ART. 19. —El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente: Gerente, Secretaria, Contador y Vendedor.

CAPÍTULO IX

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

ART. 20. —Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este reglamento.
6. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurridos 5 días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.
9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

ART. 21. —Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
4. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estimen conducentes a evitarle daño y perjuicios.

ART. 22. —Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos.
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.
3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de este.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores el ejercicio de su derecho de asociación

ART. 23. Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la empresa materias primas o productos elaborados sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

CAPÍTULO X

Reclamos: personas ante quienes deben presentarse y su tramitación

ART. 51. —Los reclamos de los trabajadores se harán ante la persona que ocupe en la empresa el cargo de gerente.

4.4.3 Misión

Closed Used S.A.S. es una empresa dedicada a la comercialización de ropa de segunda mano, que adicionalmente se caracteriza por su calidad en la prestación del servicio, puntualidad, cumplimiento y excelentes precios.

4.4.4 Visión

Closed Used S.A.S. será hacia el 2022 una comercializadora de ropa de segunda reconocida en la región del Catatumbo y sus demás zonas de incidencia como una empresa prestadora de este servicio con calidad humana, tecnológica, administrativa y en consonancia con las políticas que ayudan al desarrollo sostenible.

4.4.5 Estructura Organizacional

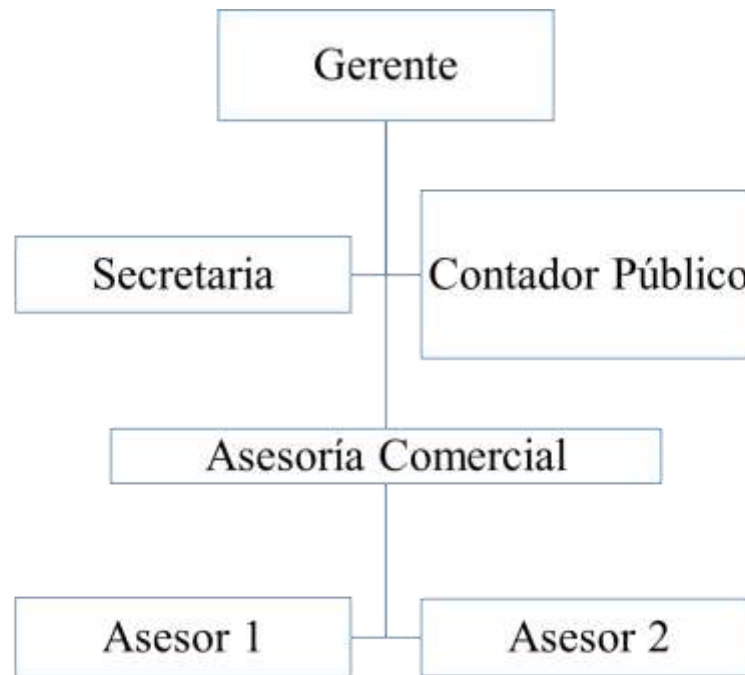


Figura 4. Estructura Organizacional

Fuente: Autores del proyecto

4.4.6 Valores

La comercializadora de ropa de usada o de segunda mano Closed Used S.A.S. se

fundamentará en los valores de:

- Respeto
- Compromiso
- Servicio
- Calidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Honestidad

4.4.7 Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES DE CLOSED USED S.A.S.

Introducción

La administración del personal es hoy en día un factor prioritario dentro de las organizaciones puesto que de su buen uso depende en gran parte el óptimo funcionamiento de las empresas y su rápida adaptación a las condiciones cambiantes del medio que las rodea.

Es por esto que Closed Used S.A.S. en busca de un mejoramiento de sus labores operativas y administrativas; desea aplicar conceptos de la administración de personal a su organización, con el fin de reestructurar y mejorar aspectos de la compañía en los que el capital humano tiene gran influencia; de esta manera los directivos de la empresa se muestran bastante interesados y apoyan este proyecto, viendo en esta una herramienta bastante importante para el futuro de esta organización.

Closed Used S.A.S. es una empresa proyectada a crecer y cualificarse, estableciendo ajustes, determinando prioridades, optimizando los recursos, objetivos solo posibles mediante el desarrollo de alternativas organizacionales como la constitución de un manual de procesos, procedimientos y funciones.

Para el progreso eficiente de este proceso se hace necesaria la colaboración activa de todos los participantes y actores que de una u otra manera influyen en el normal desarrollo de las actividades operativas de la empresa.

El propósito central del Manual permitirá al personal de la empresa tener un conocimiento claro y preciso de sus tareas, obligaciones y responsabilidades, permitiéndole así a los diferentes departamentos que constituyen la empresa, el desarrollo de una adecuada selección de personal que corresponda a los perfiles requeridos para desempeñar cada puesto de trabajo en particular, sirviendo así, como un punto de partida para iniciar el proceso de cambio y organización.

La función específica de estos manuales es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones con el objetivo de mejorar la eficiencia y productividad de cada una de sus áreas, la realización y aplicación de un manual

de procedimientos y funciones es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad, responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la organización.

OBJETIVOS

Objetivo General. Elaborar el Manual de Procesos, Procedimientos y Funciones para Closed Used S.A.S. como un instrumento de apoyo que defina y establezca las funciones, responsabilidades, los tramos de control y canales de comunicación de todos los puestos de trabajo, para así normalizar todas las actividades y procedimientos que existen dentro de la empresa, de manera que se permita una funcionalidad administrativa adecuada dentro de la compañía.

Objetivos Específicos

- Definir los objetivos y funciones de cada puesto y unidades administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo y duplicidad.
- Identificar las líneas de comunicación para lograr una adecuada interrelación entre las unidades administrativas integrantes de la institución.
- Identificar los diferentes procesos y procedimientos que se desarrollan dentro de la organización con el fin de establecer responsabilidades, frecuencias y tiempos.

- Personal Administrativo:

CARGO	Nº DE FUNCIONARIOS
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Vendedor	2
Total personal	5

Fuente: Autores del proyecto

Manual de Funciones

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	
		Versión:	
	GERENTE	Página:	
		Vigente a partir de:	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **DENOMINACIÓN DEL CARGO: GERENTE**
2. **ÁREA: ADMINISTRATIVA**
3. **CARGO AL CUAL REPORTA: SOCIOS**

1. FUNCIONES DEL CARGO

1. Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la Empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles que hay dentro de la organización, las características del entorno y las condiciones internas de la empresa.
2. Velar por la utilización eficiente de los recursos, técnicos, financieros y talento humano de la entidad y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta Directiva.
3. Liderar y velar por el cabal cumplimiento del proceso administrativo en cada uno de los niveles de administración y operación de la comercializadora.
4. Ejercer supervisión y control sobre las unidades administrativas, operativas y de ventas sobre los programas y proyectos de la comercializadora.
5. Dirigir el funcionamiento general de la comercializadora y presentar al respecto los informes requeridos de la junta de socios.
6. Dirigir la Empresa, manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos.
7. Cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes y ejecutar las decisiones tomadas por la junta de socios.
8. Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la Empresa.
9. Presentar a la junta de socios el proyecto de presupuesto de rentas y gastos de la comercializadora ejecutarlo una vez sea expedido por dicho ente.
10. Suscribir los contratos y convenios y expedir los actos que sean necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la comercializadora, acogiéndose a las disposiciones legales vigentes.
11. Velar por la preservación y acrecentamiento del patrimonio material, y económico de la

comercializadora.

12. Promover la adaptación y adopción de las normas técnicas y modelos orientados a mejorar la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios.

13. Promover la adaptación y adopción de las normas técnicas y modelos orientados a mejorar la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios.

14. Establecer, desarrollar y liderar permanentemente el sistema de control interno ajustándolo a las características de la institución y de su entorno.

15. Nombrar, designar y remover el personal de la comercializadora con arreglo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, excepto el contador y el revisor Fiscal.

16. Designar delegados o representantes de la comercializadora ante las instituciones con las cuales ella tenga relaciones.

17. Liderar la puesta en marcha de un sistema de información que soporte la gestión de la Empresa en sus procesos técnicos y administrativos.

18. Aplicar las sanciones disciplinarias que le corresponden por ley o por reglamento.


19. Expedir los manuales de funciones, requisitos y procedimientos administrativos.

20. Revisión de trámites oficiales, y control de costos.

21. Nombrar y remover los funcionarios bajo su dependencia, de acuerdo con las normas que rigen para las diferentes categorías de empleos.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
CARGO:		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Profesional en Administración de Empresas, Contaduría Pública o carreras a fines 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Mínimo 2 años 	

REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de las normas y procesos técnicos, y administrativos y financieros de la comercializadora.• Persona altamente comprometida con el logro de los objetivos, esta debe ser una persona leal, discreta y honesta.• Habilidades para resolver problemas y tomar decisiones.• Habilidades para planear, programar, coordinar, controlar y evaluar su trabajo.• Conocimientos amplios en contabilidad y estadística.• Conocimientos suficientes en software para el procesamiento de textos, realización de hojas de cálculo y presentaciones; de igual manera conocimiento en el uso de software administrativo y contable.• Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal.• Habilidades para trabajar en equipo.• Actitudes y comportamiento de servicio, compañerismo, colaboración, tacto, tolerancia y flexibilidad aprendizaje, compromiso con la institución, adaptación a la dinámica y los cambios internos del área y de la comercializadora.• Conocimientos básicos en archivo y correspondencia.• Habilidades en digitación.
-------------------	---

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	
		Versión:	
	SECRETARIA	Página:	
Vigente a partir de:			

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

4. **DENOMINACIÓN DEL CARGO: SECRETARIA**
5. **ÁREA: ADMINISTRATIVA**
6. **CARGO AL CUAL REPORTA: GERENTE**

1. FUNCIONES DEL CARGO

1. Atender oportunamente al público general y darle la información que solicite en cuanto a su ubicación de dependencia donde atienden el asunto que motiva su llamada o su visita.
2. Tomar los dictados y ejecutar correctamente los trabajos de mecanografía que le presente su jefe inmediato.
3. Redactar las comunicaciones que le delegue el jefe inmediato.
4. Informarle a su jefe inmediato sobre las llamadas, juntas, reuniones y demás compromisos que deba atender.
5. Enviar la correspondencia y demás documentos que se originen en la oficina a las distintas dependencias del Municipio o a otras entidades y controlar el recibo correcto por parte del destinatario.
6. Velar por la conformación, organización, preservación y control del archivo de gestión de su oficina, con fundamento en la tabla de retención documental aprobada, teniendo en cuenta los principios de procedencia y orden original, el ciclo vital de los documentos y la normatividad archivística.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
CARGO:		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico o Tecnólogo en Administración de Empresas, 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 años 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las normas y procesos técnicos, y administrativos y financieros de la comercializadora. • Persona altamente comprometida con el logro de los objetivos, esta debe ser una persona leal, discreta y honesta. • Habilidades para resolver problemas y tomar decisiones. • Habilidades para planear, programar, coordinar, controlar y evaluar su trabajo. • Conocimientos amplios en contabilidad y estadística. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Habilidades para trabajar en equipo. • Conocimientos básicos en archivo y correspondencia. • Habilidades en digitación. 	

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	
		Versión:	
		Página:	
CONTADOR		Vigente a partir de:	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

- 7. DENOMINACIÓN DEL CARGO: CONTADOR**
- 8. ÁREA: ADMINISTRATIVA**
- 9. CARGO AL CUAL REPORTA: GERENTE**

1. FUNCIONES DEL CARGO

1. Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
2. Coordinar la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad y las normas internacionales, al igual que las políticas de la Entidad y las normas fiscales vigentes.
3. Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica
4. Verificar y depurar cuentas contables.
5. Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad.
6. Revisar causaciones, corroborando los cálculos presentados especialmente en lo relacionado con las retenciones en la fuente
7. Elaborar las declaraciones de impuestos.
8. Revisar y firmar conciliaciones bancarias y de tarjeta de crédito.
9. Revisar y comparar gastos mensuales.

10. Elaborar y presentar información Tributaria a la DIAN.

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
CARGO:		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional en Contaduría Pública 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 años 	
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las normas y procesos técnicos, y administrativos y financieros de la comercializadora. • Persona altamente comprometida con el logro de los objetivos, esta debe ser una persona leal, discreta y honesta. • Conocimientos amplios en contabilidad y estadística. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Habilidades para trabajar en equipo. 	

	ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:	
		Versión:	
	VENDEDOR	Página:	
		Vigente a partir de:	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

10. DENOMINACIÓN DEL CARGO: **VENDEDOR**
 11. ÁREA: **ADMINISTRATIVA**
 12. CARGO AL CUAL REPORTA: **GERENTE**

1. FUNCIONES DEL CARGO

1. Atención personalizada al cliente
2. Explicar promociones y ofertas disponibles para la venta
3. Realizar demostraciones del producto
4. Dar consejos de uso sobre el producto
5. Proporcionar un trato educado y cercano
6. Dar un servicio general
7. Resolver dudas sobre el servicio

ESTUDIO DE PUESTOS DE TRABAJO		Página
CARGO:		
III. REQUISITOS DEL CARGO		
CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico o tecnólogo en ventas 	
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 años 	

REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las normas y procesos técnicos, y administrativos y financieros de la comercializadora. • Persona altamente comprometida con el logro de los objetivos, esta debe ser una persona leal, discreta y honesta. • Conocimientos amplios en contabilidad y estadística. • Habilidades para comunicarse en forma escrita y verbal. • Habilidades para trabajar en equipo.
-------------------	---

4.5 Llevar a cabo un plan de operación que determine los aspectos técnicos y características de la empresa de venta de ropa de segunda mano o usada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

4.5.1 Tamaño del proyecto. La empresa comenzará a laborar en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, con una demanda del 61% de la población encuestada lo que permite determinar que las ventas serian alrededor de 1224 prendas usadas entre chaquetas, calzados, camisas de dama y de hombre, vestidos y demás.

4.5.2 Localización de la empresa. La localización de la empresa de acuerdo con los datos arrojados en la encuesta permite determinar que a partir de dichas preferencias la ubicación de la empresa será en la Zona Norte del municipio de Ocaña, Norte de Santander. De forma específica en el Centro Comercial Ciudadela Norte.



Ilustración 1. Imagen del local comercial
Fuente: www.google.com

4.5.3 Dimensión del mercado. La empresa se ha dimensionado para que incursione además del mercado del comercio en el municipio de Ocaña, también a sus alrededores teniendo en cuenta la acogida de los municipios más cercanos a este. Con base en ello, la idea principal será expandir la comercialización de los productos a diferentes zonas de Norte de Santander.

4.5.4 Estrategia Organizacional. Como estrategia organizacional la empresa es una idea innovadora en los servicios de comercialización de vestuario y calzado en el municipio de Ocaña, pero además tiene otra connotación social y ambiental puesto que el consumismo de estos productos ha aumentado la grave crisis que vive el planeta, lo cual a través de la venta de

ropa usada permitirá que se reutilicen estos accesorios y no que terminen su cadena de uso antes de culminar la vida útil de l prenda.

Con fundamento en ello, también la empresa reviste gran importancia por cuanto la inversión será pequeña, ya que las personas continuamente excluyen de su uso prendas, y darle un segundo uso pero además obtener ganancias resulta tentador para los clientes y los proveedores.

4.5.5 Requerimiento físicos. Se establece el equipo de oficina necesario para la empresa

Tabla 44. *Requerimientos físicos*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio MADERKIT	2	\$ 129.900	\$259.800
Escritorio INVAL 4603	1	\$199.900	\$199.900
Silla de Oficina TUKASA 8007 Negra	2	\$ 79.900	\$159.800
Silla de Oficina TUKASA 5938L Negra	1	\$199.900	\$199.900
PC All in One HP - 22-c0051a - AMD A9 - 21.5" Pulgadas	1	\$1.349.000	\$1.349.000
PC All in One HP - 20-C205 - Intel Celeron - 19.5" Pulgadas - Disco Duro 1Tb - Blanco	2	\$969.000	\$1.938.000
Impresora	1	\$ 249.500	\$249.500
Teléfono	2	\$ 44.900	\$89.800
Total	15	\$3.222.000	\$4.445.700

Nota Fuente: www.alkosto.com

4.5.6 Distribución en planta. El personal se encargara del cumplimiento de cada una de sus funciones, para comercializar el producto y atender al cliente de forma eficiente, de calidad, para fidelizar su consumo y mejorar la proyección de la empresa.

4.5.7 Necesidades del recurso humano. El recurso humano de la empresa, estará conformado por:



Figura 5. Necesidades de Recurso Humano

Fuente: Autores del proyecto

4.6 Evaluar el impacto social y ambiental de la creación de una empresa de venta de ropa de segunda mano o usado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

La sociedad y el comportamiento del ser humano en cuanto al consumo de prendas de vestir y calzado han ido en constante cambio de acuerdo también con cada época. No obstante,

hoy en día los índices de consumo de estos productos se aumenta por la facilidad para adquirir las prendas y demás, lo que permite la materialización del fenómeno denominado consumismo, y que a su vez tiene connotaciones negativas en el medio ambiente al desecharse las prendas de vestir sin que haya prelucido el termino de vida de la misma, y además conllevando a que las industrias también aumenten la oferta de sus productos.

Esta situación además del consumismo ha causado un impacto negativo en el medio ambiente, toda vez que las industrias de la ropa y el calzado con sus prácticas contribuyen a la contaminación del medio ambiente, pero además la cantidad de ropa que se produce y que el consumismo lleva a que niquiera se use hacen que el planeta siga estando en grave riesgo por culpa de las malas prácticas del ser humano.

En razón de dicha problemática, el presente proyecto de investigación para la creación de una empresa comercializadora de ropa usada o de segunda mano, genera un impacto positivo toda vez que la reutilización de las prendas de vestir que aún tienen vida útil, permite además de poder satisfacer la necesidad de consumo, también aportar al desarrollo sostenible, lo cual es el objetivo perseguido por Closed Used S.A.S.

En el ámbito social, la empresa apoyará la generación de empleo, y la responsabilidad social con las comunidades de bajos recursos a través de políticas de donación de prendas que no sean para la venta, y que puedan ayudar a las poblaciones menos favorecidas en el municipio de Ocaña.

Conclusiones

Las ideas de negocios en el campo de la innovación y que además de ello se encuentren bajo la corriente del desarrollo sostenible cada vez llaman más la atención de los emprendedores. En el caso particular del presente trabajo de investigación se llevó a cabo el diseño de un plan de negocios para el desarrollo de una empresa de venta de ropa usada o de segunda que además de su rentabilidad permite la reutilización de prendas de vestir y calzado que aún no han culminado su vida útil.

Para el desarrollo de la misma se ejecutó un plan de mercados que permitió evidenciar la demanda del servicio en un porcentaje del 61% de la población, además de encontrar que no existen competencias directas con el mismo servicio que la empresa ofrece lo cual hace viable la posibilidad de su puesta en marcha.

Seguidamente se hizo un estudio financiero y económico que arrojó como resultado la rentabilidad y viabilidad en manejo de gastos y costos e ingresos, concluyéndose que existe un ámbito de ganancia amplio y que a su vez se puede recuperar la inversión en un 12%.

Con respecto al estudio administrativo y legal, la empresa se constituirá como una Sociedad Anónima Simplificada por los beneficios tributarios que tienen dichas empresas, y además de ello contará con una estructura administrativa compuesta por un gerente, un contador, una secretaria y dos vendedores que permita la prestación de un excelente servicio al cual se le diseñó un manual de funciones.

En el siguiente contexto se hizo una propuesta sobre el modelo operativo y los requerimientos para el mismo, permitiendo establecer la localización y tamaño del proyecto, los requerimientos técnicos y administrativos y su proyección.

Finalmente, teniendo en cuenta que los planes de negocios exigen que se cumpla con un estudio ambiental y social, se llegó a la conclusión que la misma conlleva un objetivo social puesto que Closed Used se compromete con la responsabilidad social para llevar a cabo campañas de donación de ropa para las personas menos favorecidas, además de ser una fuente directa e indirecta de ingresos para los hogares del municipio de Ocaña. En el ámbito ambiental la idea de negocios tiene un objetivo lucrativo que implica un aporte a la problemática actual frente al daño del medio ambiente.

Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones de la presente investigación podemos encontrar que se requiere de identificar con alguna frecuencia otras clases de competencia del servicio que se ofrece en la empresa.

También se recomienda la incursión en otros mercados y la evaluación de costos buscando la disminución de los mismos.

Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente . (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. Temis.
- B, D., Dalen, V., & Meyer, W. J. (2006). *Manual de técnica de la investigación educacional*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Céspedes, A. F. (17 de Diciembre de 2012). *Hábitos de consumo en Colombia*. Recuperado el 02 de Abril de 2018, de <https://www.sura.com/blogs/mujeres/habitos-consumo-colombia.aspx>
- Colombianos gastan \$19,95 billones en moda. (2015). *Revista Dinero*. Recuperado el 03 de Abril de 2018, de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/cuanto-gastan-colombianos-moda/205171>
- Congreso de la Republica . (1971). *Codigo de Comercio de Colombia*.
- Dino, P. N. (s.f.). *Teoria del Plan de Negocios*.
- Economía Nivel Usuario*. (2014). Obtenido de ¿Qué es la Oferta?: <https://economianivelusuario.com/2014/04/22/que-es-la-oferta/>
- Economipedia*. (s.f.). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Enciclopedia de negocios para empresas* . (s.f.). Obtenido de <https://es.shopify.com/enciclopedia/plan-de-negocios>
- Guia para la creacion de Empresa* . (s.f.). Obtenido de <http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=8>
- Hernandez, R. S. (2006. Pag 3). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. Cuarta edición.
- Jaramillo, L. (s.f.). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Obtenido de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Jaramillo, M. (2006). *Teoria de las Relaciones Humanas*. Recuperado el Agosto de 2018, de <http://www.umc.edu.ve/mjaramillo/Unidades/Unidad%20III/Guia/Guia.pdf>
- Londoño, L. F. (2010). *Historia del comercio en Colombia*.
- Munevar, B. (1997). ENTRE AL MERCADO DEL USADO. *Periodico El Tiempo*. Recuperado el 02 de Febrero de 2019, de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-550836>

- Observatorio de moda Inexmoda-Raddar. (2017). Consumo de vesturio en Colombia. Recuperado el 03 de Abril de 2018, de <http://saladeprensainexmoda.com/consumo-de-vestuario-en-colombia-gastometria-enero-2017/>
- ¿Qué planes tienen las marcas para defender su participación en el mercado? (11 de 09 de 2019). *Revista Dinero* . Recuperado el 02 de Febrero de 2019, de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-sector-del-comercio-en-colombia-busca-nuevas-estrategias/252160>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). La Cadena de Valor: Una Estrategia de Pensamiento Estratégico. *Telos*, 8(3), 377- 389.
- Steps towards sustainable consumption ETHITUDE. (2017). *Una breve historia de la ropa de segunda mano*. Obtenido de <https://www.ethitude.com/single-post/2017/01/18/La-breve-historia-de-la-ropa-de-segunda-mano>
- Rentenria, E. (02 de Agosto de 2017). El 'boom' de la ropa usada. *El tiempo*. Recuperado el 01 de Abril de 2018, de <http://www.eltiempo.com/carrusel/el-boom-de-la-ropa-usada-115798>
- Rivas, L. (2009). Evolución de la teoría de la Organización. *Universidad & Empresa*, 11-32.
- sinnaps*. (s.f.). Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO CUANTITATIVO: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>
- Veciana, J., & Aponte, M. Y. (2001). *“Instituciones y medidas de apoyo a la creación de empresas: Un estudio empírico comparativo entre Cataluña y Puerto Rico”*.
- Villalobos, J. (4 de Junio de 2012). *Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter*. Recuperado el Junio de 2017, de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Villegas, R. V. (s.f.). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas* . Pearson.
- www.esmas.com*. (s.f.). Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/paraquesirve/400852.html> re

Apéndices

Apéndice A. Encuesta

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

Objetivo: Determinar la aceptabilidad de la empresa de comercialización de ropa usada en el municipio de Ocaña.

1. Datos personales

Sexo	<input type="radio"/> Femenino	<input type="radio"/> Masculino
Edad	<input type="radio"/> Entre 18 a 30 años	<input type="radio"/> Entre 31 y 40
	<input type="radio"/> Entre 41 y 50	<input type="radio"/> Más de 50 años
Profesión	<input type="radio"/> Ama de casa	<input type="radio"/> Estudiante
	<input type="radio"/> Profesional sin trabajo	<input type="radio"/> Empleado del sector Publico
	<input type="radio"/> Empleado del sector privado	<input type="radio"/> Independiente
	<input type="radio"/> Pensionado	<input type="radio"/> Otro
	<input type="radio"/> Ninguno de los anteriores	

2.Cuál es el nivel de importancia para usted del uso del vestuario y el calzado

Muy importante	importante	Poco importante	Nada importante	Le es indiferente
-----------------------	-------------------	------------------------	------------------------	--------------------------

3. Cuáles son sus preferencias en ropa

La empresa que la produce	Los materiales que usan para su producción	La comodidad	La protección	Las tendencias de moda
----------------------------------	---	---------------------	----------------------	-------------------------------

4. De los siguientes productos de vestuario, cuales son de su preferencia

Calzado para dama	Calzado para caballero	Jeans	Chaquetas	Blusas de damas
Camisas para caballero	Vestidos de fiesta	Vestidos Casuales	Otros	No responde

5. Cuando adquiere vestuario y calzado, usted prefiere que este sea

Nuevo	Donado por un familiar	Usado	No sabe	No responde
-------	------------------------	-------	---------	-------------

6. Mensualmente que presupuesto destina a la adquisición de vestuario o calzado

Entre 20.000 y 60.000	Entre 61.000 y 100.000	Entre 101.000 y 140.000	Más de 140.000	No destina presupuesto a estas compras
-----------------------	------------------------	-------------------------	----------------	--

7. Cuando adquiere ropa usada esta proviene de:

Donación	Compras de ropa usada	No sabe	No responde
----------	-----------------------	---------	-------------

8. Cuando adquiere la ropa usada de una compra lo hace en:

Donación	Compras de ropa usada	No sabe	No responde
----------	-----------------------	---------	-------------

9. Cuanto adquiere ropa usada a través de compras, usted prefiere:

Calzado para dama	Calzado para caballero	Jeans	Chaquetas	Blusas de damas
Camisas para caballero	Vestidos de fiesta	Vestidos Casuales	Otros	No responde

10. Cuando adquiere la ropa usada de su preferencia mediante compras, usted invierte un presupuesto de:

Entre 20.000 y 60.000	Entre 61.000 y 100.000	Entre 101.000 y 140.000	Más de 140.000	No destina presupuesto a estas compras
-----------------------	------------------------	-------------------------	----------------	--

11. Actualmente cuando hace adquisiciones de vestuario o calzado usado, usted lo hace en:

Algún sitio en dentro del municipio de Ocaña	Algún sitio fuera del municipio de Ocaña.	A través de plataformas digitales	No sabes	No responde
--	---	-----------------------------------	----------	-------------

12. Teniendo en cuenta que en el municipio de Ocaña no existe este servicio estaría dispuesto usted a comprar ropa usada en una tienda que oferte este servicio:

Si	No	No sabe	No responde
----	----	---------	-------------

13. Si acepta adquirir ropa en una tienda que oferte el servicio en el municipio de Ocaña cuánto dinero estaría dispuesto a invertir:

Entre \$20.000 y \$60.000	Entre \$61.000 y \$100.000	Entre \$101.000 y \$140.000	Más de \$140.000	No destina presupuesto a estas compras
---------------------------	----------------------------	-----------------------------	------------------	--

14. Dentro del casco urbano del municipio de Ocaña donde le gustaría que estuviera ubicada la tienda de ropa usada:

- En un centro comercial de la zona céntrica de Ocaña
- En la zona norte del municipio de Ocaña
- Entre las llanadas y la primavera
- En la zona sur
- En otro lugar _____

15. Mediante qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca de la tienda de ropa usada:

- Medio televisivos
- Medios Radiales
- Redes sociales
- Otros

Gracias por su colaboración