

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE PIJAMERIA**

OSMANY HOYOS CAVADIA

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
UNIDAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL**

MEDELLÍN

2012

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE PIJAMERIA**

OSMANY HOYOS CAVADIA

Trabajo de grado para optar al Título de Tecnóloga en Producción Industrial.

**Asesor Técnico y Metodológico
GISELA PATRICIA MONSALVE FONNEGRA
Ingeniera Industrial, especialista en finanzas**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
UNIDAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y AFINES
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2012**

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Medellín 29 noviembre 2012

AGRADECIMIENTOS

Al Tecnológico Pascual Bravo por brindarme la oportunidad de crecer profesional mente. A los docentes por su dedicación día a día y un gran esmero para contribuir a mi formación.

A mi grupo familiar por su apoyo, paciencia y acompañamiento a lo largo de este tiempo.

Mi Familia
Hoyos Cavadía
A mi esposo
Que me han apoyado en mi sueño
De Superación personal

RESUMEN

En el siguiente trabajo se pretende hacer un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de Pijameria.

Se investigara sobre las necesidades que tienen los consumidores de productos de pijamas, en lo que se refiere a su uso. Se evaluara que beneficios obtendrían tanto los usuarios de los productos de pijamas, como los creadores de la empresa.

El proyecto que se presenta es de clasificación aplicada y descriptiva ya que se muestran los objetivos propuestos para la creación de una empresa partiendo de la investigación acerca de la producción, de pijamas tanto de damas como de niños presenta datos de las empresas del sector que tienen debilidades en la fabricación de pijamas infantiles. También muestra la demanda que tiene este mercado y la población consumidora de los productos de pijamas por medio de la observación, análisis y síntesis de la viabilidad para crear la empresa, con una población con diversas necesidades.

Con base en la información del estudio de mercado se refleja claramente que la gran mayoría de la población son fuertes consumidores de productos de pijamas tanto de damas como infantil. La industria satisface necesidades básicas en la población. Mostrando este proyecto como una idea rentable que puede incidir positivamente en la sociedad dando oportunidades de empleo y mejorando la calidad de vida.

En el estudio realizado, se muestran diversos aspectos como: mercadotecnia, análisis de la competencia, estudio financiero, estrategia organizacional y plan operativo.

En conclusión este trabajo da a conocer los puntos por los cuales se cree que esta idea de negocio, basada en la creación de una empresa (productora de pijameria) es viable, dando a conocer las debilidades y fortalezas de la organización y del producto en el mercado, La iniciativa empresarial es un proyecto de vida por esto se pretende mostrar, que en el ámbito de investigación, se ha creado una

necesidad de desarrollar una empresa, la cual cumple con las necesidades de un público de todos los niveles socio-económicos.

TABLA DE CONTENIDO

	Pag
INTRODUCCION	13
1. EL PROBLEMA	14
1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	14
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	15
2. JUSTIFICACION	16
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
4. REFERENTES TEORICOS	18
4.1 MARCO TEORICO CONCEPTUAL	18
4.1.1 El Diseño como Estrategia	19
4.1.2 Costos fijos y variables	21
4.1.3 MODELOS PLAN DE NEGOCIOS	23
4.2 MARCO COPTEXTUAL	33
5. METODOLOGIA	34
5.1 TIPO DE ESTUDIO	34
5.2 EL MÉTODO	34
5.3 POBLACIÓN	34
5.4 MUESTRA	34

5.4.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA	34
5.5 FUENTES DE INFORMACION	35
5.5.1 Fuentes de información primaria	35
5.5.2 Fuentes de información secundarias	36
5.6 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
5.7 TRATAMIENTO DE LA INFORMACION	36
5.7.1 ENCUESTA	37
6. FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PIJAMA	46
6.1 PLAN DE MERCADOS	46
6.1.1 Definición de objetivos	46
6.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto	47
6.1.3 Análisis del sector	48
6.1.4 Análisis de mercado	48
6.1.5 Situación del mercado	49
6.1.6 Estrategias de mercado	50
6.1.7 Concepto de producto o servicio	50
6.1.8 Matriz DOFA	51
6.1.9 Estrategia de distribución	53
6.1.1.1 Estrategias de precio	53
6.1.1.2 Estrategias de promoción	53
6.1.1.3 Estrategias de comunicación	54
6.1.1.4 Estrategias de servicio	55
6.1.1.5 Presupuesto de mezcla de mercado	55

6.1.1.6 Estrategias de aprovisionamiento	55
6.1.1.7 Proyección de ventas	57
6.2 OPERACIÓN	58
6.2.1 Operación	58
6.2.1.1 Ficha técnica	58
6.2.1.2 Estado de desarrollo	59
6.2.1.3 Descripción del proceso	59
6.2.1.4 Flujo grama	61
6.2.1.5 Necesidades y requerimientos	62
6.2.1.6 Plan de producción	63
6.2.1.7 Plan de compras	64
6.2.1.8 Costos de producción	64
6.2.1.9 Infraestructura	65
6.3 ORGANIZACIÓN	66
6.3.1 Estrategia organizacional	66
6.3.1.1 Análisis DOFA	66
6.3.2 Estructura organizacional	67
6.3.2.1 Plan personal	68
6.3.2.2 Aspectos legales	74
6.3.2.3 Costos administración	81
6.3.2.4 Costos trámites legales	82
6.3.2.5 Gastos administración	82
6.4 FINANZAS	83

6.4.1 Ingresos	83
6.4.2 Balance Inicial	84
6.4.3 Flujo de caja	85
6.4.4 Estado de resultado	86
6.5 PLAN OPERATIVO	87
6.5.1 Plan operativo	87
6.5.2 Metas sociales	90
6.6 IMPACTO	91
6.6.1 Impacto	91
6.6.2 Equipo de trabajo	92
6.7 RESUMEN EJECUTIVO	92
6.7.1 Resumen ejecutivo	92
7. CONCLUSIONES	94
BIBLIOGRAFIA	95

LISTAS ESPECIALES

	pág.
Gráfica 1. Composición clúster textil	14
Cuadro 1. Modelos plan de negocio SENA	23
Cuadro 2. Tabulación de la pregunta 1	39
Gráfica 2. Gráfica pregunta 1	39
Cuadro 3. Tabulación de la pregunta 2	40
Gráfica 3. Gráfica pregunta 2	40
Cuadro 4. Tabulación de la pregunta 3	41
Gráfica 4. Gráfica pregunta 3	41
Cuadro 5. Tabulación de la pregunta 4	42
Gráfica 5. Gráfica pregunta 4	42
Cuadro 6. Tabulación de la pregunta 5	43
Gráfica 6. Gráfica pregunta 5	43
Cuadro 7. Tabulación de la pregunta 6	44
Gráfica 7. Gráfica pregunta 6	44
Cuadro 8. Tabulación de la pregunta 7	45
Gráfica 8. Gráfica pregunta 7	45
Gráfica 9. Producción manufacturera	49
Cuadro 9. Metas del sector	50
Cuadro 10. Matriz DOFA	52
Cuadro 11. Lista de precios de Materias Primas	56
Cuadro 12. Proyección de ventas	57
Cuadro 13. Proyección de ingresos por venta	57
Gráfica 10. Flujo grama	61
Cuadro 14. Necesidades y requerimientos	62
Cuadro 15. Plan de producción	62
Cuadro 16. Plan de compras	64
Cuadro 17. Costo de producción	64

Cuadro 18. Proyección de compras en pesos	65
Cuadro 19. Costos Infraestructura	65
Cuadro 20. Manual de funciones	68
Cuadro 21. Costos administrativos y producción	81
Cuadro 22. Costos trámites legales	82
Cuadro 23. Arranque	82
Cuadro 24. Ingresos por ventas	83
Cuadro 25. Balance inicial	84
Cuadro 26. Flujo de caja de la inversión	85
Cuadro 27. Estado de resultados	86
Cuadro 28. Plan operativo	87
Cuadro 29. Cronograma de prioridades y cumplimiento	90
Cuadro 30. Equipo de trabajo	92

INTRODUCCION

La creciente globalización del mercado hace que los empresarios de hoy día deban buscar nuevos contactos comerciales sabiendo que no existen fronteras cuando de negocios se trata.

Por su parte, Colombia es un país potencialmente industrial, que si bien es considerada como una nación en vía de desarrollo debe su mayor riqueza a los recursos naturales propios, los cuales extraídos de la tierra, el subsuelo o directamente del mar son la mayor fuente de empleo de los colombianos y representan un significativo valor a la industria colombiana.

Considerando entonces esta situación sería propicio generar propuestas de negocio y creación de empresa a partir de esta fortaleza, más cuando la economía nacional lo reclama por sus altos índices de pobreza y desempleo.

En este orden de ideas el presente proyecto encuentra en la producción de pijamas una oportunidad para manufacturar y de ser factible explotada. Aun que la su valoración no ha marginado la idea de su industrialización, las investigaciones sobre ella están despertando gran interés y la diversidad de opciones para la producción de estos productos resulta cada día más llamativa.

El análisis determina los mercados potenciales para la producción de pijamas tanto de dama como infantil, así como las implicaciones financieras, productivas y organizacionales que tendría la puesta en marcha del proyecto.

Esta es entonces pues una muestra del potencial empresarial que tiene Colombia y que muchas veces se olvida debido al tradicionalismo comercial.

1 EL PROBLEMA

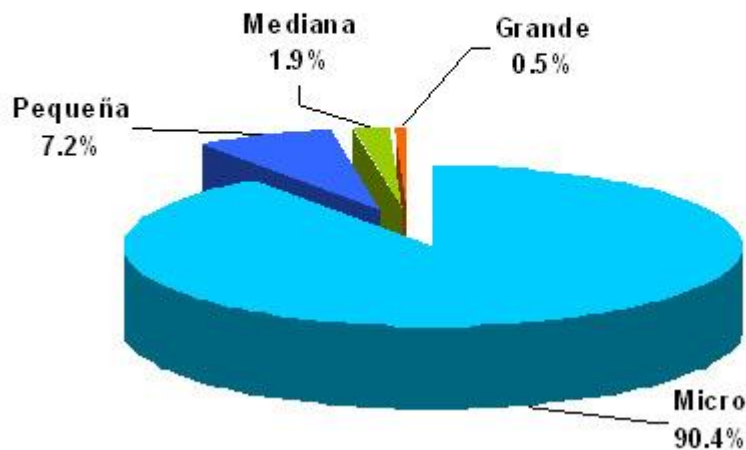
1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Según consultas a través de Cámara y Comercio de Medellín el Área Metropolitana actualmente cuenta con 11566 empresas entre grandes, medianas y pequeñas dedicadas a la confección y se encuentran ubicadas en Medellín.

Estas empresas ofrecen productos como: camisetas, bluyines, ropa infantil, ropa interior femenina y masculina, ropa para el hogar, deportiva, pajamería alta costura entre otros.

Gráfica 1

Composición del *Cluster* Textil/Confección Diseño y Moda por tamaño de empresa



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2010

Entre estas empresas solamente hay 646 dedicadas a la fabricación de pijamas tanto de dama como infantil. Encontrando en estos una debilidad en el producto, que aporta una gran comodidad a la hora de dedicarse a descansar. Debido a la masiva utilización del producto, estas empresas dejan un sector de la población inconforme.

Las empresas de pijamas por determinadas condiciones fabrican una amplia variedad de referencias de producción, causa por la cual dedican menos importancia a la fabricación a una pijama que sea de una aceptación del 100%, por este motivo no funciona debidamente, lo que afecta directamente al usuario quien no recibe satisfactoriamente el servicio.

Otro factor que influye es la falta de interés por la innovación de los procesos establecidos y la falta de capacitación del personal involucrado en el proceso.

Cuando se presentan todos estos inconvenientes afectan al cliente y a la compañía generando consecuencias como:

- Disminución de rentabilidad.
- Saturación de productos.
- Pérdida de clientes.
- Menor competencia en el mercado.
- Perdida del good Will. (Buen nombre)
- Alto nivel de inventario.

Inconvenientes que llevan al consumidor a la sustitución de este producto en el mercado, opacando la rentabilidad que esté le aporta a la economía del área metropolitana.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué factibilidad existe para la creación de una microempresa de pijamería en las comunas 5, 6 y 7 del municipio de Medellín?

2. JUSTIFICACIÓN

Se propone la aplicación de estudios de mercadeo, financiero, técnico, administrativo y legal para encontrar la demanda y oferta, el grado de interés por las empresas productoras de pijamas y los diversos escenarios. Se determinara la inversión y los medios de financiación, teniendo encuesta todos los parámetros legales, equipos necesarios y personal requerido para su creación, legalización y funcionamiento. Se plantara una estructura organizacional y sus requerimientos legales para la creación de una empresa dedicada a la producción de pijamas.

La creación de esta empresa sirve para que los usuarios consumidores de pijamas puedan disponer de productos económicos y de buena calidad y podrá el usuario satisfacer las necesidades demandadas.

La realización de este proyecto podría generar como mínimo 6 empleos directos del cual se beneficiaran sus respectivas familias. La población consumidora de pijamas del área metropolitana contaría con una empresa dedicada a producir pijamas de fácil adquisición.

El aporte de este proyecto para la ciudad permite la identificación no sólo de nuevas empresas que generan empleo, sino también refleja una de las tantas necesidades que se presentan diariamente y que carecen de importancia ya que no se ven a simple vista, sino que son producto de factores tanto internos (institución) como externos.

El nivel de formación otorgado por la Institución Universitaria Pascual Bravo permitirá que este proyecto se lleve a cabo y se pueda ejecutar, en la medida en que este se considere prioritario y conveniente para el desarrollo no solo de sus profesionales sino también del aporte al desarrollo de la ciudad.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de pijamería para dama e infantil.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar el plan de mercadeo
- Definir la estructura organizacional de la empresa.
- Describir plan operativo de la empresa.
- Calcular costos financieros para la implementación de la empresa

4. REFERENTES TEÓRICOS

4.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El mercado textil y confección en Antioquia y sus departamentos aledaños se ha convertido hoy por hoy en un mercado de puertas abiertas donde se conocen los productos importados y nacionales sin importar la raza o la procedencia, quienes buscan conocer nuevos clientes potenciales, expandir sus canales y concretar nuevas negociaciones.

Antioquia es un departamento industrial que ha logrado reconocimiento entre sus compradores, por tanto es importante la revisión de todos sus productos tanto nacionales como internacionales.

Las empresas productoras de pijamas son un negocio en expansión las importaciones de estos productos aumentaron en la última década permitiendo encontrar un sin número de posibilidades y ventajas aplicadas al campo o área de estos, que se pretenden producir y comercializar, con excelentes resultados económicos y un desarrollo efectivo para su procesamiento.

Miles de empresas dedicadas a la fabricación y distribución de productos textiles entre almacenes de cadena que existen en diferentes lugares del área metropolitana encargadas de distribuir los productos a 3.317.166 habitantes ubicados en toda el área metropolitana y sus áreas aledañas.

Algunos de los factores que influyen sobre las decisiones y oportunidades de mercadeo.

Cualquier estrategia de mercadeo, cuenta con varios factores que se interrelacionan y actúan conjuntamente. Por ejemplo, cuando una compañía decide vender únicamente por Internet, deberá preocuparse por el desarrollo de un website, formas de pago por comercio electrónico, distribución de mercancías por correo etc., si decide vender en los hogares,

necesitará mantener una fuerza de vendedores adecuada, folletos informativos y según el tipo de actividad que desarrolla deberá establecer estrategias y procesos.

A continuación las estrategias que se deberán tener en cuenta siempre en mercadeo. (Más importantes).

1. Estrategia de Selección del Mercado Objetivo.
2. Estrategia de Desarrollo del Producto.
3. Estrategia de Distribución.
4. Estrategia de Promoción y Publicidad.
5. Estrategia de Ventas.
6. Estrategia de precios.
7. Estrategia de Comunicación y Servicio al Cliente.
8. Estrategia de asistencia técnica y manejo de fallas.
9. Estrategia de localización.

4.1.1 El Diseño como Estrategia.

Identidad: La identidad corporativa es como la “personalidad” de la empresa. El diseño de identidad corporativa puede forjar la base de una estrategia de diferenciación. ¿qué mejor manera de distanciarse de la competencia que afirmarse diferentes?

La identidad corporativa es el típico ejemplo que ilustra la diferencia entre lo puramente cosmético y la visión estratégica. Cosmético si se piensa en un simple cambio de logotipo, pero altamente estratégico si refleja un proceso de cambio en la empresa, o si se utiliza para armonizar aspectos tan vitales como la misión y objetivos de la empresa, su actuación real y la comunicación con sus clientes. A menudo he observado cómo un proyecto de identidad corporativa actuaba como “catalizador” de un cambio o reorganización de la empresa, haciendo este cambio más visible y comprensible. Otras veces, ha ayudado a mejorar la definición de un proyecto empresarial naciente, evidenciando contradicciones o clarificando su posicionamiento.

Producto: El diseño de producto es la clave de éxito de muchas empresas líderes, pero también aquí hay que saber cómo innovar. Lo que para algunas empresas puede suponer la gallina de los huevos de oro, para otras puede resultar totalmente inviable. No existe nada que debamos llamar “producto de diseño” y que por ello beneficie a cualquier empresa. Sin embargo, el diseño de producto puede ser la clave de estrategias tan diversas como la redefinición del público objetivo y la apertura de nuevos mercados, la optimización de los costes logísticos o la reorganización de la producción. Pero es en el contexto de una estrategia bien definida donde el diseño muestra toda su utilidad.

Comunicación: Muchas empresas basan su estrategia de éxito en la comunicación. En mercados de servicios o en los que es difícil sobresalir por el diseño de producto, llegar de forma efectiva a los potenciales clientes puede ser vital. En la actual sociedad de la información, los medios que una empresa puede emplear para comunicarse se multiplican, y las posibilidades de aprovecharlos también. Hay que pensar en los ámbitos tradicionales como la publicidad, el packaging o el PLV (Publicidad en el lugar de venta, también conocido como POP), pero también en los nuevos medios: Internet y la multimedia ofrecen grandes oportunidades para innovar en el marketing y la comercialización de productos y servicios, y es el diseño el que puede proporcionar coherencia y eficacia a este tipo de medios.

4.1.2 Costos fijos y variables

Todo negocio, consiste básicamente en satisfacer necesidades y deseos del cliente vendiéndole un producto o servicio por más dinero de lo que cuesta fabricarlo.

La ventaja que se obtiene con el precio, se utiliza para cubrir los costos y para obtener una utilidad.

La mayoría de los empresarios, principalmente de pequeñas empresas definen sus precios de venta a partir de los precios de sus competidores, sin saber si ellos alcanzan a cubrir los costos de sus empresas. La consecuencia inmediata derivada de ésta situación es que los negocios no prosperan. Conocer los costos de la empresa es un elemento clave de la correcta gestión empresarial, para que el esfuerzo y la energía que se invierte en la empresa den los frutos esperados.

Por otra parte, no existen decisiones empresariales que de alguna forma no influyan en los costos de una empresa. Es por eso imperativo que las decisiones a tomarse tengan la suficiente calidad, para garantizar el buen desenvolvimiento de las mismas.

Para evitar que la eficacia de estas decisiones no dependa únicamente de la buena suerte, sino más bien, sea el resultado de un análisis de las posibles consecuencias, cada decisión debe ser respaldada por tres importantes aspectos:

- Conocer cuáles son las consecuencias técnicas de la decisión.
- Evaluar las incidencias en los costos de la empresa.
- Calcular el impacto en el mercado que atiende la empresa.

Como se ve, el cálculo de costo es uno de los instrumentos más importantes para la toma de decisiones y se puede decir que no basta con tener conocimientos técnicos adecuados, sino que es necesario considerar la incidencia de cualquier decisión en este sentido y las posibles o eventuales consecuencias que pueda generar.

El cálculo de costo, por ende, es importante en la planificación de productos y procesos de producción, la dirección y el control de la empresa y para la determinación de los precios.

Toda empresa, cualquiera sea su naturaleza, persigue una serie de objetivos que orientan su actividad y ordenan el camino de sus acciones.

Estos objetivos son de diversa característica y marcan el perfil y la visión del negocio; como por ejemplo:

- Obtener dinero
- Desarrollarse
- Mantenerse en el tiempo
- Alcanzar nuevos mercados
- Tener productos y servicios de buena calidad
- Prestar servicio eficientes

Cuadro 1. Modelos de plan de negocio SENA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA FONADE FONDO EMPRENDER PLAN DE NEGOCIO RESUMEN EJECUTIVO

MERCADO

Investigación de Mercados	
CONCEPTO	CONTENIDO
Definición de Objetivos	Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Justificación y Antecedentes del Proyecto	Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto
Análisis del Sector	Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
Análisis de Mercado	Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Análisis de la Competencia	Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.

Estrategias de Mercado

CONCEPTO		CONTENIDO
Concepto del Producto ó Servicio		Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia
Estrategias de Distribución		Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.
Estrategias de Precio		Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.
Estrategias de Promoción		Explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)
Estrategias de Comunicación		Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.
Estrategias de Servicio		Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.
Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo		Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)

Estrategias de Aprovevisionamiento	Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos
------------------------------------	---

Proyecciones de Ventas	
RECUADRO	CONTENIDO
Proyección de Ventas y Política de Cartera	<p>Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cuál es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.</p>

**Modelos de plan
de negocio SENA**
OPERACION
Operación

CONCEPTO		CONTENIDO
Ficha Técnica del Producto ó Servicio		Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque embalaje, almacenaje, etc.
Estado de Desarrollo		Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar
Descripción del Proceso		Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)
Necesidades y Requerimientos		Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.
Plan de Producción		Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.....quinto mes = 300 cajas de 50 unidades,sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades

Plan de Compras

RECUADRO	CONTENIDO
Consumos Por Unidad de Producto	Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.

Costos de Producción

CONCEPTO	CONTENIDO
Costos de Producción	<p>Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal. En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.</p>

Modelos de plan de negocio SENA

Infraestructura

CONCEPTO	CONTENIDO
Infraestructura	Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada máquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Especiales	Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

ORGANIZACION

Estrategia Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Análisis DOFA	El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.
Organismos de Apoyo	Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.

Estructura Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Estructura Organizacional	Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

Aspectos Legales

CONCEPTO	CONTENIDO
Constitución Empresa y Aspectos Legales	Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

Costos Administrativos

CONCEPTO	CONTENIDO
Gastos de Personal	Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha	Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración	Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

FINANZAS

Ingresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Fuentes de Financiación	<p>Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc.), plazo, forma de pago, tasa de interés etc.</p> <p>Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.</p>
Formatos Financieros	<p>Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.</p>

Egresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Egresos	<p>Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.</p>

Capital de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Capital de Trabajo	Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc. (costos operacionales).

PLAN OPERATIVO

Plan Operativo

CONCEPTO	CONTENIDO
Cronograma de Actividades	Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

Metas Sociales

CONCEPTO	CONTENIDO
Metas Sociales del Plan de Negocio	Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digital obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digital obligatoriamente)
Clúster ó Cadena Productiva	Indique a que clúster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en qué fase de la cadena se integra digital obligatoriamente
Empleo	Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar

	para cada uno de ellos que características de "población Vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores	Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno.

IMPACTO

CONCEPTO	CONTENIDO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Negocio	Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
Potencial del Mercado en Cifras	Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.
Resumen de las Inversiones Requeridas	Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender
Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

Modelos de plan de negocio SENA

Equipo de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Resumen Ejecutivo	Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

ANEXOS

CONCEPTO	CONTENIDO
Anexos	Documentos relacionados con el plan de negocio

4.2 MARCO CONTEXTUAL

Uno de los objetivos empresariales más importantes a lograr es la "rentabilidad", sin dejar de reconocer que existen otros tan relevantes como crecer, agregar valor a la empresa, etc. Pero sin rentabilidad no es posible la permanencia de la empresa en el mediano y largo plazo.

Cuando se analizan los Costos, ambos temas - costos y rentabilidad - tienen muchos puntos en común.

Rentabilidad es sinónimo de ganancia, utilidad, beneficio y lucro.

Para que exista rentabilidad "positiva", los ingresos tienen que ser mayores a los egresos. Lo que equivale a decir que los ingresos por ventas son superiores a los costos.

Este trabajo de grado se realiza en la ciudad de Medellín departamento de Antioquia.

Los datos obtenidos y recopilados para la creación de esta empresa se dan entre los meses De AGOSTO a NOVIEMBRE del 2012

5. METODOLOGÍA

5.1 EL TIPO DE ESTUDIO

Es de tipo exploratorio teniendo en cuenta que los datos obtenidos brindando respuestas a los objetivos planteados a los posibles consumidores de los productos de pijamas que producirá la empresa. También muestra la necesidad que tienen de productos innovadores, con precios asequibles a los consumidores y de buena calidad.

5.2 EL MÉTODO

En este proyecto se usará un método analítico ya que a través del análisis de los diferentes componentes del plan de negocios se podrá determinar la viabilidad de la creación de la empresa en las comunas 5, 6 y 7 del área Metropolitana de Medellín.

5.3 LA POBLACIÓN

Estos productos van dirigidos a mujeres entre 1 año y los 90 años de los estratos 1, 2, 3 y 4 de las comunas 5, 6 y 7 de Medellín. De los 2.337 habitantes de **Medellín**, 1.158 son mujeres

5.4 MUESTRA

Se tomarán muestras aleatorias a mujeres del sector, amas de casa, empleadas, estudiantes, ejecutivas de Medellín.

5.4.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

N= 366236 mujeres de estratos 1,2,3 de las comunas 5, 6 y 7 Medellín

Q= Probabilidad de no éxito

P= Probabilidad de éxito

Z²= Intervalo de confianza = 1.96²

E= error de la posible encuesta (5%)

No = $Z^2 P.Q/E^2$

= $(1,96)^2 (0,65)(0,35)/(0,05)^2$

$$= (3,8416)(0,2275)/0,0025$$

$$= \mathbf{349.5856}$$

N= 366236 mujeres de estratos 1,2,3 de las comunas 5, 6 y 7 de Medellín

$$N= n_0/1 + (n_0 - 1/ N)$$

$$= 349,5856/1+ (349,5856-1/366236)$$

$$= 349,5856/1,000951806$$

$$= 349,2532$$

= **350** mujeres **Aprox** de estratos 1,2,3 debo entrevistar

$$\mathbf{366236 \text{ mujeres} * 0,60 = 219.742 \text{ mujeres}}$$

5.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

5.5.1 Fuentes de Información Primarias

Parque del Emprendimiento

www.camara.comercio.com

Directorio de páginas Amarillas

Internet

DANE

Información del Cámara y comercio sobre los las empresas certificados en el área metropolitana específicamente en las comunas 5, 6 y 7 para la producción de pijamas.

Investigación en la Cámara de Comercio de Medellín sobre las empresas registradas para la distribución de pijamas tanto de dama como infantil. (Almacenes, misceláneas, cacharrerías, entre otros)

5.5.2 Fuentes de Información Secundarias

Encuestas
Entrevistas directas

5.6 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información y los datos para la ejecución del proyecto “Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de pijamas” serán tomados por medio de observación directa, encuestas realizadas en puntos de distribución, a consumidores finales de pijamas, análisis del presupuesto para la puesta en marcha de la empresa y los aspectos legales necesarios.

Parque del Emprendimiento
www.camara.comercio.com
Directorio de páginas Amarillas
Internet
DANE
Encuestas
Entrevistas

5.7 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Procedimiento de realización de encuesta, para la realización de la encuesta se dividió la muestra en 2 segmentos uno realizaría 350 encuestas en los barrios de castilla, robledo, Miramar, francisco Antonio Zea, doce de octubre, pedregal, Alfonso López, Kennedy, parís, Boyacá las brisas, López de mesa, el diamante bello horizonte, que son varios de los que conforman las comunas 5, 6 y 7 de Medellín

5.7.1 Encuesta

A continuación se hacen una serie de preguntas con el fin de obtener una información importante a cerca del uso de pijamas

EDAD: Entre 12 Y 18____, Entre 19 Y 25 _____, De 26 en adelante____

Seleccione la respuesta correcta.

1. USA PIJAMA?

- a). Si
- b). no

2. SI USA PIJAMA, POR QUE LA USA?

- a). Comodidad
- b). Aseo
- c). Protección a la temperatura
- d). Otra

3. QUÉ TIPO DE PIJAMA PREFIERE

- a). Capri
- b). Short
- c). Pantalón
- d). Batola
- e). Multiuso

4. QUE DISEÑO PREFIERE PARA ESTOS PRODUCTOS

- a). Estampado
- b). Fondo entero
- c). Otro

5. DENTRO DE LA GAMA DE COLORES LE GUSTARÍA

- a). Fluorescentes
- b). Pasteles
- c). Oscuros

6. CÓMO SUGIERE EL TIPO DE EMPAQUE

- a). En caja
- b). En bolsa
- c). Otros

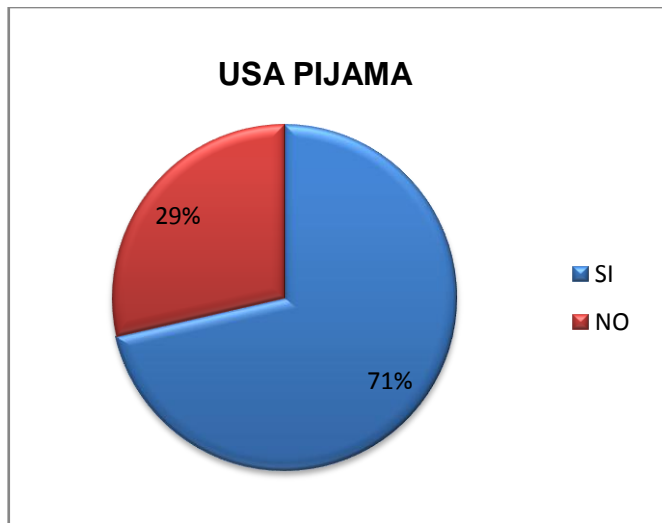
7. CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA CAMBIOS DE PIJAMA

- a). Trimestral
- b). Semestral
- c). Anual
- d) Ocasiones especiales

MUCHAS GRACIAS

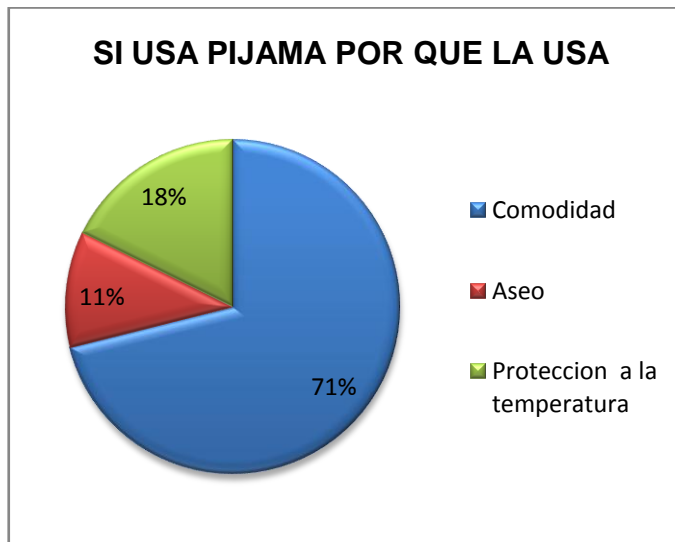
PREGUNTA No. 1**Cuadro 2.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
SI	250	71%
NO	100	29%
TOTAL	350	100%

Grafica 2.

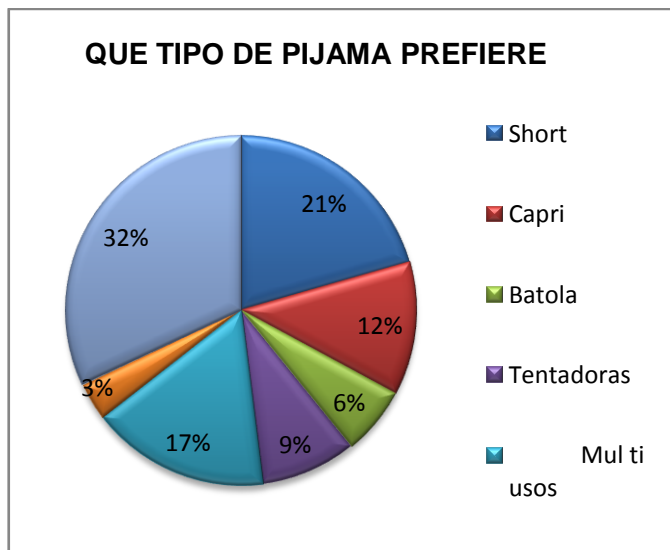
PREGUNTA No. 2**Cuadro.3**

RESPUESTA	PERSONAS	%
Comodidad	249	71%
Aseo	39	11%
Protección a la temperatura	62	18%
TOTAL	350	100%

Grafica 3.

PREGUNTA No. 3**Cuadro 4.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
Short	72	21%
Capri	43	12%
Batola	22	6%
Tentadoras	31	9%
Mul ti usos	58	17%
Pantalon	12	3%
Todas las anteriores	112	32%
TOTAL	350	100%

Grafica 4.

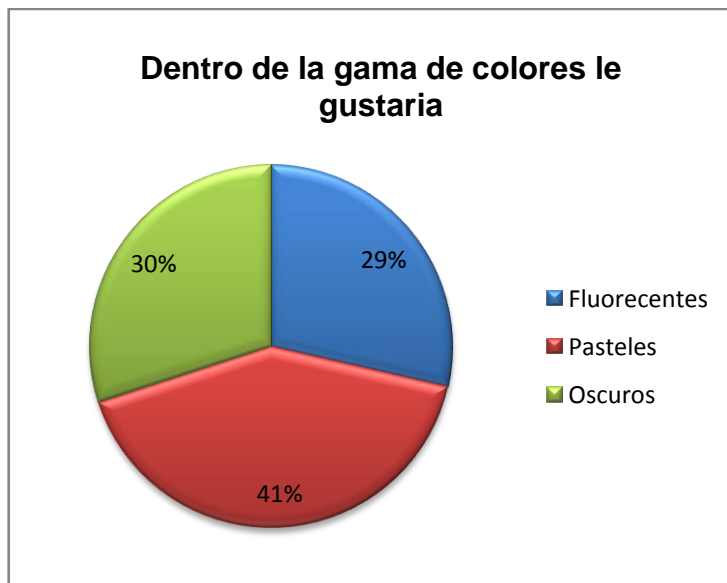
PREGUNTA No. 4**Cuadro 5.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
Estampado	150	75%
Fondo entero	100	17%
Otros	50	8%
TOTAL	350	100%

Grafica 5.

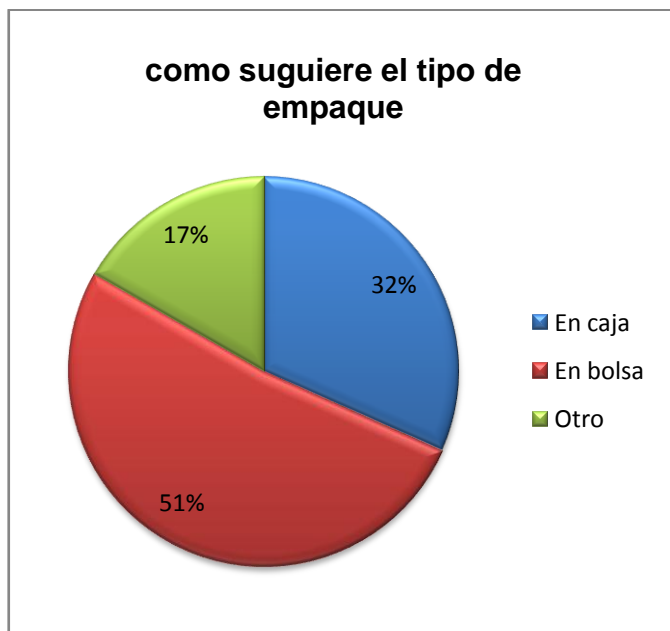
PREGUNTA No. 5**Cuadro 6.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
Fluorescentes	100	37%
Pasteles	145	34%
Oscuros	105	29%
TOTAL	350	100%

Grafica 6.

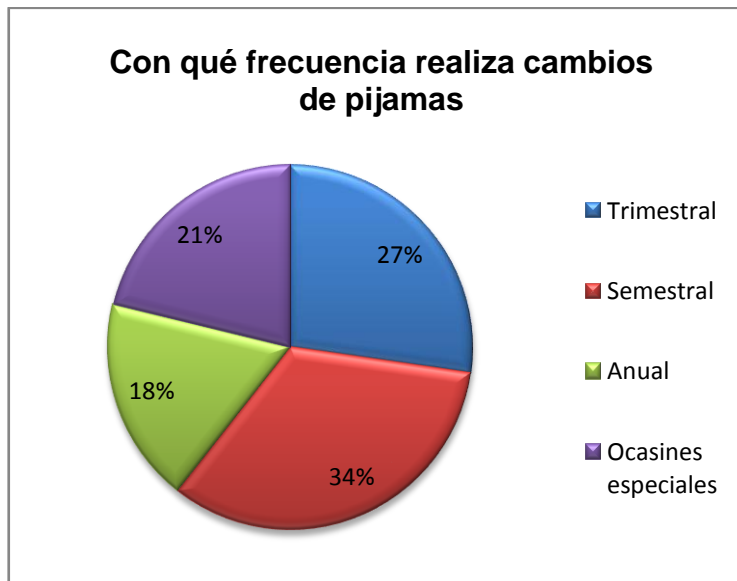
PREGUNTA No. 6**Cuadro 7.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
En caja	95	32%
En bolsa	155	51%
Otro	50	17%
TOTAL	350	100%

Grafica 7.

PREGUNTA No. 7**Cuadro 8.**

RESPUESTA	PERSONAS	%
Trimestral	90	27%
Semestral	110	34%
Anual	60	18%
Ocasiones especiales	70	21%
TOTAL	350	100%

Grafica. 8

6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCION DEDICADA A LA PIJAMERIA

6.1 PLAN DE MERCADO

CREACIONES CAHO, es una empresa que estará dedicada a la producción y a la comercialización de pijamas, para damas entre los 1 y 80 años.

El conocimiento del sector por parte de los promotores del proyecto ha permitido Identificar ventajas específicas, con las cuales no cuenta la competencia como:

- Medidas que minimicen las causas de la insatisfacción de los diferentes clientes que utilizan pijamas y multi usos.
- Medidas que permitan una buena atención al cliente sobre quejas y reclamos.
- Identificación de mejoras e innovación en los productos para aumentar su competencia.
- La empresa estará en capacidad de ofrecer excelentes productos, económicos y de buena calidad.

6.1.1 Definición de objetivos

Objetivo general

El objetivo es brindar una Pijama en short y los diferentes clases de productos a las personas consumidoras de estos en las comunas 5, 6 y 7 del área metropolitana, con buena atención y calidad a un bajo costo y además satisfaciendo sus necesidades.

Objetivos específicos

Sociales: Mejorar la calidad de vida de los consumidores de productos de pijameria. Además la generación de empleos en el sector industrial, para quienes trabajan en esta área apoyando de esta manera el crecimiento de la economía en Medellín.

Económicos: Generar ingresos económicos para la empresa mediante la producción y comercialización de pijamas, generando utilidades que permiten el pago de impuestos, los cuales son revertidos por las administraciones municipales en beneficios de interés político, social y económico.

Ambientales: Producir productos que son utilizados por todo el género femenino prestando gran comodidad a la hora de descansar, con procesos de producción limpios, reciclar los excedentes y darles buen uso a todos los desechos, comprometidos con la preservación del medio ambiente.

6.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto

La idea de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de pijamas nace de una trabajadora, estudiante, emprendedora mujer que actualmente trabajan en el área textil y de confección. OSMANY HOYOS CAVADIA (estudiante de tecnología producción industrial), veo en este proyecto la oportunidad de ser empresarias y presentarle al sector de confección y a los consumidores una nueva opción para satisfacer una necesidad.

Con la realización de este proyecto se podrán generar empleos directos como mínimo para seis personas.

En Antioquia y el área metropolitana el problema del desempleo se ha agudizado generando el abandono de grupos familiares buscando una mejor suerte en otros lugares fuera de este país.

Con este proyecto buscaré que estos efectos negativos se minimicen más el porcentaje de emigrantes y la tasa de desempleo de nuestro país.

Con este proyecto estoy aportando al desarrollo del área de confección. En mano de obra calificada para el estudio de métodos, diseños y administración adecuados.

Con este proyecto además se pretende:

- Estructurar la parte administrativa de la empresa.
- Elaborar los planes de producción.
- Capacitar al personal operario
- Conquistar mercado en las subregiones del noroeste, Suroeste, Oriente y Occidente Antioqueño. Ocupar nuevos mercados en los departamentos que forman la región Andina de Colombia.

6.1.3 Análisis del sector

En el departamento de Antioquia y su área metropolitana el uso común de Pijamas y demás productos para el descanso a hecho que el desarrollo industrial empiece a demandar la necesidad de nuevas empresas que ofrezcan productos innovadores a buen precio y de buena calidad. Productos como Batolas, short Multi usos entre otros. Hasta el momento en las comunas 5, 6 y 7 no hay empresas dedicadas al diseño y corte y elaboración de pijamas. Algunas micro empresas ofrecen vestidos de baños, bluyineria, bóxer hombre, dama e infantil camisetas entre otros estas son:

CREACIONES

LUDAVER

KEVIN SPOR

TATIS SPORT

CREACIONES KAHOVE

CONFECCIONES COLOMBIA

DISEÑO TEX L.T.D.A

6.1.4 Análisis de Mercado

El mercado objetivo lo constituyen las mujeres en todas las edades del sector, en especial la que habitan en las comunas 5, 6 y 7, almacenes de cadena, cacharrerías, remates catálogos, entre otros del área metropolitana de Medellín.

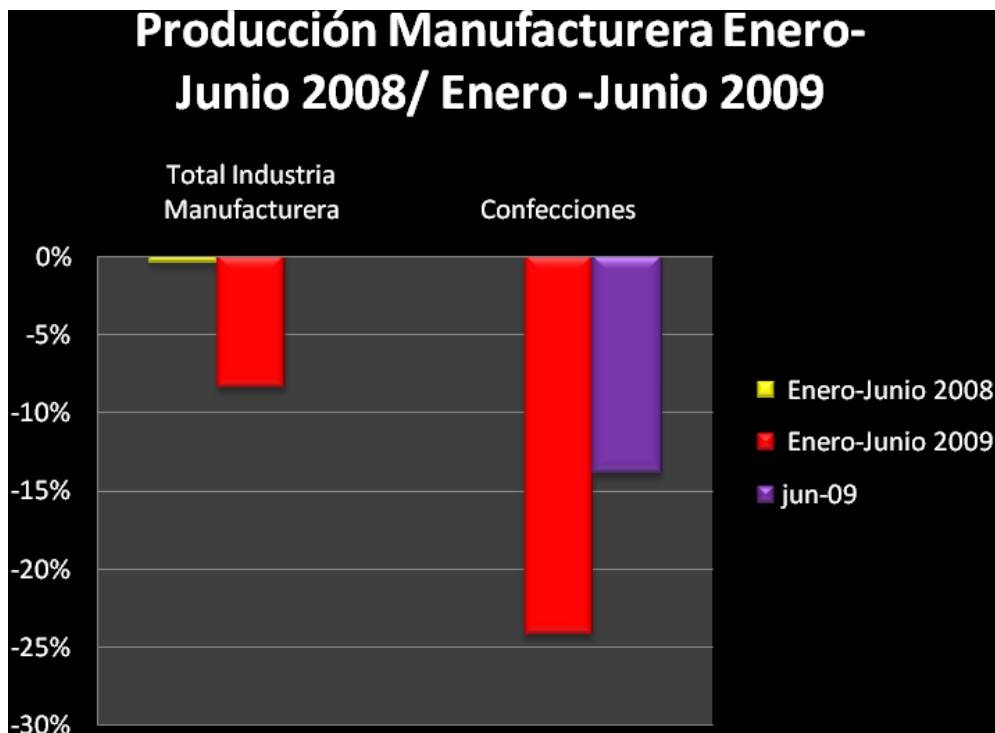
El mercado potencial está concentrado en las jóvenes estudiantes y universitarias que tienen una gran participación del mercado entre los usuarios consumidores en las comunas 5, 6 y 7 del área metropolitana.

El consumo aparente según la investigación de mercado en las regiones donde operará el proyecto es la siguiente en promedio:

6.1.5 Situación del mercado:

Para el año 2009 de acuerdo con la EOIC de la ANDI el sector vendió a precios ex factory una cifra cercana a los 5,4 billones de pesos, con un crecimiento del 5% respecto del año 2008 repartido en los diferentes subsectores de acuerdo con el siguiente cuadro, lo que significa un consumo per cápita de aproximadamente US\$68 que es muy bajo comparado con los consumos del área, pues si bien el mercado Colombiano es el cuarto en tamaño, después de Brasil, México, y Argentina es el noveno en consumo per cápita por lo que aún existen grandes

Grafica 9.



Fuente: DANE- MMM Junio 2009 Grafico: Crediseguro S.A.

Cuadro 9. Metas del sector

Metas de Crecimiento	2010	2019	2025	2032
% PIB Industrial	4,4	6	8	10
Valor Agregado por empleado (US\$)	60.000	278.000	457.000	600.000
Inversión**(US\$Millones)	196	950	1.682	2.367
Exportaciones (US\$millones)	1.227	6.331	11.216	15.783
Empleo*	19.000	25.000	27.000	29.000

Se refiere sólo al empleo directo en las plantas de producción, no a los empleos generados en la cadena de producción (agricultores, materias primas e insumos, distribución etc.), ni a las oportunidades de generación de ingreso que suman hoy más de 750.000 personas a través de los canales de venta directa que podrían convertirse en más de 2 millones de personas al 2032, si triplicamos lo que hoy tenemos.

6.1.6 Estrategia de mercado**6.1.7 Conceptos del Producto o Servicio**

A través de este estudio se pretende determinar la demanda de los productos ofrecidos por la empresa creaciones CAHO nuestra empresa ofrecerá una gran variedad de diseños de pijamas para damas, e infantil a sus clientes quienes serán: Señoras se le ofrecerá una gran variedad como pantalones largos, blusas manga larga y corta batas señoreras de acorde a la edad y al estilo de cada una. Jóvenes, habrá una gran variedad de diseños juveniles teniendo en cuenta la tendencia de la moda en la actualidad por lo tanto se les ofrecerán capri, short, camisillas, blusas manga corta, sisa, batolas corta, tentadoras y multiusos entre otros. También se le ofrecerán nuestros productos a niñas desde un año en adelante pantalones largos, cortos camisas manga larga, cortas, baticas entre otros.

Todos estos productos serán fabricados en franela doble punto 100% algodón, en un solo tono y estampados en gran variedad de colores y diseños de muy buena calidad.

Con nuestros productos podremos garantizar frescura, suavidad y mucha comodidad a la hora de dormir y descansar.

6.1.8 Matriz DOFA del producto

Fortalezas: El producto entraría a competir con su nuevo valor agregado (Calidad y bajos precios), tratamiento del producto, empaque, la rapidez en producción y tiempos de entrega.

Con la mentalidad siempre de llevar a cabo las ideas, vendiendo el producto totalmente y en gran cantidad, venciendo a los competidores y aprovechándonos de sus debilidades para la elaboración de nuevos diseños.

Para llegar a todo esto se verá cambios, en el diseño del empaque, dando así una adaptación y una buena demanda dentro del mercado, Pero sin llegar a perder la finalidad y objetivos de nuestro producto; ya que contara con programas educativos y concienzudos mostrando así las ventajas de seleccionar nuestros productos.

Logrando así contar con la ayuda de expertos en la materia, la cual estén dispuestos a darnos su experiencia en el producto y la comercialización de ello. Debido a la competencia mejoraremos cada día más nuestros productos, cumpliendo con las mayores normas de exigencia y calidad del cliente, proponiendo así en un futuro cercano distribuir nuestro producto a diversas partes del país.

Cuadro.10 Matriz DOFA

DÉBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sector competitivo ➤ Falta de tecnología de punta. ➤ Poco capital. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La falta de experiencia. ➤ Productos y empresas posicionadas.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajos precios. ➤ Creación de nuevos diseños. ➤ Innovación. ➤ Valor agregado. ➤ Calidad en los productos y procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nuevas herramientas de investigación y mercado. ➤ Facilidad para que el consumidor adquiera el producto. ➤ Estudios de mercadeo ➤ Situación favorable y debilidades en la competencia.

Debilidades Internas

- poco capital de inversión
- Ninguna experiencia en creación de empresa

Amenaza externas

Como se sabe, empezar una empresa de la noche a la mañana es muy complicado, además, conociendo que entraríamos a competir con buenos productos y empresas que ya están posicionadas en el mercado.

6.1.9 Estrategia de Distribución

Para la distribución de los productos se hará uso del servicio de transporte público con nuestro mensajero, contratando con empresas de transporte como ENVIA que ofrezcan llevar estos productos con garantía por su conservación y oportuna entrega.

6.1.1.1 Estrategias de precio

La empresa estará en capacidad de ofrecer sus productos con excelente calidad a un precio asequible para los consumidores.

En la etapa operativa se destaca que no se requiere de un gran número de personas para este proceso productivo, lo que permite que en una coyuntura de producción sea posible la ampliación de la capacidad productiva sin que se altere notablemente la estructura de costos fijos.

6.1.1.2 Estrategias de promoción

Las promociones que se manejan será:

- Por la compra de un pijama en short, obtendrás el 20% de descuento en una de capri.
- Por la compra de una pijama en batola obsequio una brasilera.
- Por compras por más de dos productos obtendrás descuentos del 30%

La promoción se hará por temporadas al año a través de los centros de distribución a clientes fieles de la empresa, teniendo en cuenta de no incurrir en grandes costos de producción y donde el cliente aprecie nuestro servicio a precios favorables o como un valor agregado sin costo por su buen comportamiento en consumo de nuestros productos.

6.1.1.3 Estrategias de comunicación

CREACIONES CAHO: Se dará a conocer a sus clientes potenciales a través de:

- Anuncios en la prensa
- Anuncios en las páginas amarillas del directorio telefónico
- Pancartas y volantes
- Correo directo
- Correo electrónico
- Tarjetas de presentación de la empresa
- Vallas en puntos estratégicos.

Todas estas estrategias de difusión, incluirán un slogan publicitario que identificara nuestra marca de las demás compañías.

En nuestra página Web futura (CREACIONES CAHO .COM), se prestara la suficiente información acerca de los diferentes productos, volúmenes y servicios que se podrán encontrar en nuestra empresa, especificando horario, eventos, promociones y beneficios que ofrecerá nuestra compañía a los clientes.

Los volantes se piensan hacer muy esporádicamente y se manejaran en sectores definidos de la ciudad, sobre todo en lugares cerca de nuestra fábrica y puntos de venta.

Otro medio publicitario utilizado por CREACIONES CAHO serán los pendones y carteleras, brindando al cliente información sobre los diferentes servicios que se prestaran y los nuevos productos que se ofrecerán.

Las tarjetas, van a tener un objetivo muy particular; ya que va a estar dirigidas a los clientes con características comunes, como son estudiantes, universitarios y empresarios, permitiendo de esta manera que en el medio en que se desenvuelve este tipo de clientes, se pueda difundir nuestra empresa.

Un medio muy eficaz si se quiere llegar a los clientes de manera rápida y efectiva es el correo directo, a las distribuidoras como almacenes de cadenas, tiendas, remates entre otros por medio de este se enviara tarjetas, alusivas a días especiales como es mes de la madre, amor y amistad navidad etc.

6.1.1.4 Estrategias de Servicio

Para una mejor prestación del servicio, se tendrá disponible una base de datos de todos los potenciales usuarios de los productos y se les ofrecerá una distribución oportuna, con productos que garanticen una excelente calidad y satisfacción a nuestros clientes; trabajando con personal competente en los procesos y servicios relacionados con el mismo.

Se puede ofrecer a los clientes un amplio portafolio de productos y diseños para que encuentren en CREACIONES CAHO una empresa que cumpla con las necesidades actuales.

6.1.1.5 Presupuesto de la Mezcla de Mercado

Para la mezcla de mercados se asigna una partida de \$ 30.000.000; destinados a promoción del servicio, publicidad de lanzamiento del negocio, adecuación de instalaciones locativas, pancartas, volantes, anuncios en páginas amarillas entre otros.

6.1.1.6 Estrategia de Aprovisionamiento

Sobre los precios de las materias primas como: telas, elásticos, encajes, etiquetas marquillas, nylon entre otros se ingresa una lista de precios de contado de nuestro proveedor alusivo a

Cuadro 11. Lista de precios de Materias Primas

PRODUCTO	PRECIO	UNIDAD DE MEDIDA
TELA	13.000	kilo
ELASTICO	8.000	kilo
NILON	1000	kilo
APLICACIONES	300	unidad
ETIQUETAS	35	unidad
MARQUILLAS	35	unidad
OTROS	100	unidad

Estas materias primas se compran de contado, ya que la política de ventas de estos proveedores es comprar por economías de escala y vender de contado al menudeo o al por mayor a sus clientes.

Nuestro proveedor meta cumple con algunas características como lo son: el acceso, el interés y los ingresos.

Se define el acceso a la facilidad que tenemos por ubicación geográfica para recepción de las materias primas enviadas por el proveedor, debido a los costos que acarrea su transporte y distribución.

El interés se refleja en el tipo de actividad desempeñada por el proveedor, éste debe utilizar el servicio de transporte dentro de su proceso de distribución.

Los ingresos, significa que debe estar en capacidad de ofrecer y vender las materias primas de productos textil utilizadas para la fabricación de pijamas o prendas de vestir, teniendo en cuenta que es un precio acorde con el mercado.

6.1.1.7 Proyección de Ventas

CREACIONES CAHO. Tiene una proyección de ventas. Estimada por cada mes de 10.000 unidades vendidas de pijamas entre short, batola, capri, señoreras, pantalones largos, tentadoras y multi usos entre otras. Distribuidos a nuestro mercado objetivo (almacenes de cadena, remates, catálogos entre otros).

Para estos trabajos se considerara una proyección de 4 años.

Cuadro 12. Proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS (UNIDADES)				
PRODUCTO	Año 1 POR MES	Año 2 POR MES	Año 3 POR MES	Año 4 POR MES
PIJAMAS SHORT	1.000	2.000	3.000	4.000
PIJAMAS MULTI USOS	300	600	800	1.000
PIJAMAS BATOLAS	300	600	800	1.000
PIJAMAS CAPRI	300	600	800	1.000
PIJAMAS TENTADORAS	300	600	800	1.000
PIJAMAS PANTALON LARGO	300	500	600	1.000
PIJAMAS SEÑORERAS	300	500	600	1.000

Cuadro 13. Proyección de ingresos por venta

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTA				
PRODUCTO	Año 1 (por mes)	Año 2 (por mes)	Año 3 (por mes)	Año 4 (por mes)
PIJAMAS SHORT	10.000.000	20.000.000	30.000.000	40.000.000
PIJAMAS MULTI USOS	4.500.000	9.000.000	12.000.000	15.000.000
PIJAMAS BATOLAS	2.400.000	4.800.000	6.400.000	8.000.000
PIJAMAS CAPRI	3.900.000	7.800.000	10.400.000	13.000.000
PIJAMAS TENTADORAS	4.800.000	9.600.000	12.800.000	16.000.000
PIJAMAS PANTALON LARGO	5.400.000	9.000.000	10.800.000	18.000.000
PIJAMAS SEÑORERAS	5.100.000	8.500.000	10.200.000	17.000.000
TOTAL VENTA POR MES	36.100.000	77.700.000	90.600.000	127.000.000
IVA	5.776.000	12.432.000	14.496.000	20.320.000
TOTAL VENTA CON IVA POR MES	41.876.000	90.132.000	105.096.000	147.320.000
TOTAL VENTA CON IVA POR AÑO	502.512.000	1081.584.000	1261.152.000	1767.840.000

6.2 OPERACIÓN

6.2.1 Operación

6.2.1.1 Ficha Técnica del Producto

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	PIJAMAS DAMA SHORT

➤ Descripción

Pijama en SHORT .Este es un producto que está diseñado con tela 100% algodón en tonos pasteles, un solo tono, estampados y colores fluorescentes.

Esta elaborado con 80% nylon y 20% poliéster, accesorios de muy buena calidad. El short lleva en la cintura elástico de 2.5cm de ancho y ruedos de 2.0 centímetros de ancho y 14 puntadas por pulgadas.

La blusa lleva sesgo de 3.5 y 2.5 centímetros de ancho en el cuello y manga en contraste al cuerpo y 14 puntadas por pulgadas la que es en un solo tono lleva una aplicación en el frente.

Todas las costuras interiores de la prenda van tono a tono y 14 puntadas por pulgadas para evitar que la prenda reviente y ofrecer un producto de excelente calidad.

Por la calidad de nuestras materias primas nuestro producto brinda comodidad, fresca y delicadeza a la hora de descansar

Utilidades.

Estos productos están diseñados para dormir y descansar por la delicadeza de sus materia primas

➤ **Composición**

Tela 100% algodón doble punto, 80% nylon y 20% poliéster

➤ **Características técnicas**

Marquillas, composición química, etiquetas e instrucciones de lavado

➤ **Presentación**

Este producto estará empacado en bolsas de 12*9 centímetros con pegante adhesivo

➤ **Duración del producto**

Después de la fecha de producción se conservan durante 3 años hasta agotar existencia

➤ **Advertencias**

No usar blanqueador, lavado delicado, no dejar en remojo.

6.2.1.2 Estado de desarrollo

En Medellín y su Área Metropolitana, hasta el momento existen 11556 empresas dedicadas a la confección, teniendo en cuenta que en las comunas 5, 6 y 7 donde se va a estar ubicada CREACIONES CAHO no hay ninguna empresa dedicada al diseño, corte y confección de pijamas por lo tanto CREACIONES CAHO decide posicionarse en el mercado de las pijamas con una nueva marca, que incorpore productos competitivos, económicos y de buena calidad frente a los competidores.

6.2.1.3 Descripción del Proceso

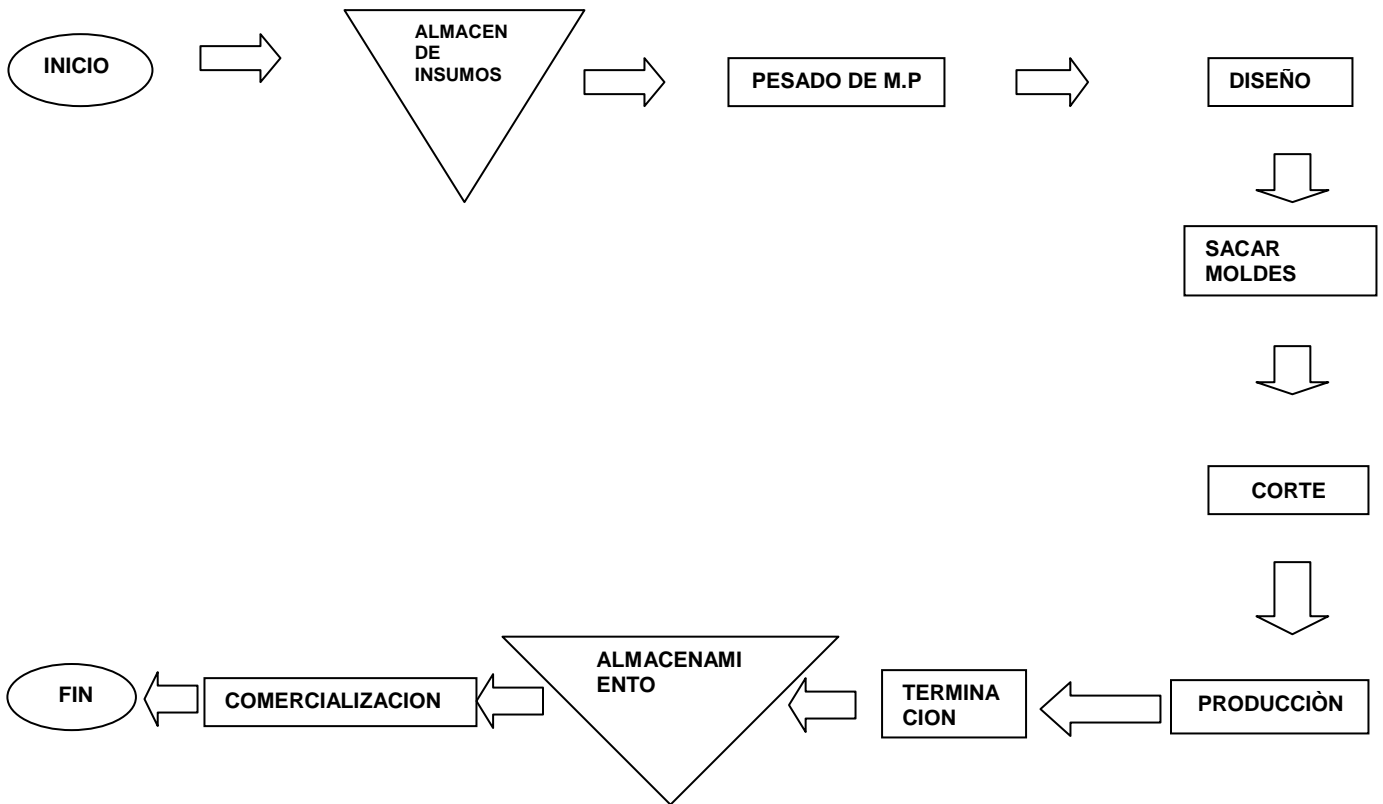
CREACIONES CAHO. En el proceso de elaboración del producto deberá contar con áreas adecuadas para la realización de ello; ya que el producto deberá cumplir estrictas medidas de calidad.

- **Pesado de materias primas:** En este paso se procede a pesar todas las materias primas necesarias para la elaboración del producto.
- **Diseño del producto:** en este paso, se hacen diferentes diseños según la tendencia de la moda y requerimientos de los clientes
- **Sacar moldes:** Se sacan y se escalan los moldes de acuerdo a las referencias que se vayan a trabajar
- **Corte:** En este proceso se hace el trazo según la referencia, se extiende la tela y luego se procede a cortar.
- **Producción:** Después que el producto está cortado se pasa a confeccionar en completo orden, inicia en filete adora armando, pasa a recubrid ora a sesgar, sigue cerrando costado, maquillando, hacer ruedos, pulir, revisar y por ultimo empacar en bolsas transparentes por unidad.
- **Terminación:** Esta es la última etapa del proceso de producción donde pasa a pulir, revisar y por ultimo empacar en bolsas transparentes por unidad.
- **Almacenamiento:** El producto se almacena en estanterías ubicadas por tallas y referencias hasta su distribución.
- **Comercialización:** El producto se envía a los consumidores por medio de empresas transportadoras o según convenio con el cliente.



6.2.1.4 FLUJO GRAMA DE PROCESOS

Grafica. 10



6.2.1.5 Necesidades y Requerimientos

Pensando en una idea de investigación tecnológica, y de puesta en marcha del plan se considera las siguientes variables para darle vida a un producto, teniendo en cuenta, su calidad y presentación.

Cuadro 14. Necesidades y requerimientos

MATERIALES	CANT. NECESARIA*UN	CANT. TOTAL A PRODUCIR * MES	CAPITAL POR MATERIAL NECESARIO POR MES	CAPITAL TOTAL NECESARIO POR MES
TELA	200 G*UN	1000 UND	\$ 2.600.000	↓
ELASTICO	0.01 KG	1000 UN	\$ 80.000	
NYLON	0.01 KG	1000 UND	\$ 150.000	
MARQUILLA	2 UND	1000 UND	\$ 70.000	
ETIQUETA	2 UND	1000 UND	\$ 70.000	
SESGO	1.5 MT	1000 UND		
BOLSA	1 UND	1000 UND	\$ 24.000	
ENCAJES	30 CM	1000 UND	\$ 10.500	
APLICACIONES O ADORNOS	1 UND	1000 UND	\$ 30.000	
MAQUINARIA, LOCAL YEQUIPO	CANTIDAD	VALOR POR UNIDAD		VALOR TOTAL
MESA DE DISEÑO	1	\$ 600.000		\$ 60.000
MESAS DE CORTE	1	\$ 1.300.000		\$ 1.300.000
COMPUTADOR	1	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000
MESAS DE OFICINA	2	\$ 40000		\$ 80.000
LOCAL	1	\$ 600.000		\$ 600.000
CORTADORA	1	\$ 800.000		\$ 800.000
BASCULA	1	\$ 50.000		\$ 50.000
FILETEADORA	2	\$ 1.200.000		\$ 2.400.000
RECUBRIDORA PLANA	2	\$ 2.100.000		\$ 4.200.000
	1	\$ 800.000		\$ 80.000
MESA DE PULIDA	1	\$ 100.000		\$ 100.000
SILLAS	8	\$ 14.000		\$ 112.000

				\$ 11962000
MANO DE OBRA	CANTIDAD	VALOR POR PERSONA		VALOR TOTAL
OPERARIOS	8	567.000		\$ 4.536.000
VENDEDOR	1	1200.000		1.200.000
CORTADOR	1	800.000		800.000
DISEÑADORA	1	1.200.000		1.200.000
INGENIERO INDUSTRIAL	1	1.620.000		1.620.000
DIRECTOR GENERAL	1	1.820.000		\$1.820.000
				\$ 11.176.000
SALUD, PENSION Y PARAFISCALES				\$ 3.527.000
TRAMITES LEGALES				\$ 1.309.700
OTROS				\$ 3.000.000
TOTAL NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS				\$ 23.809.200

6.2.1.6 Plan de Producción

En los planes de producción mensual de la empresa se tiene estimado la producción de los siguientes productos.

Cuadro 15. Plan de producción

PRODUCTO	Año 1 POR MES	Año 2 POR MES	Año 3 POR MES	Año 4 POR MES
PIJAMAS SHORT	1.000	2.000	3.000	4.000
PIJAMAS MULTI USOS	300	600	800	1.000
PIJAMAS BATOLAS	300	600	800	1.000
PIJAMAS CAPRI	300	600	800	1.000
PIJAMAS TENTADORAS	300	600	800	1.000
PIJAMAS PANTALON LARGO	300	500	600	1.000

6.2.1.7 Plan de Compras

Inicialmente se realizaran pagos de contado para compras menores o iguales a \$ 2.000.000 a 30 días para compras desde \$ 5.000.000 a 60 días. Teniendo en cuenta que por toda compra que se haga de contado se pedirá un descuento del 10% al proveedor. A continuación se describe la cantidad de materias primas a comprar por mes para el primer año.

Cuadro 16. Plan de compras

MATERIAS PRIMAS, MATERIAL DE ENPAQUE	CANT. A COMPRAR POR LOTE	CANT. TOTAL A COMPRAR POR MES
TELA	50KG	200 KG
NYLON	2.5 KG	10 KG
ELASTICO	2.5 KG	10 KG
MARQUILLA	500 UND	2000 UND
ETIQUETA	500 UND	2000 UND
SESGO	0.375 MTS	1500CMS
BOLSA	250 UND	10000 UND
APLICACIONES ADORNOS	250 UND	10000 UND
OTROS		10000 UND

6.2.1.8 Costos de Producción

Cuadro 17. Costo de producción

TABLA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN EN PESOS INCLUIDO IVA				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Mano de obra directa	\$5.336.000	\$5.903.000	\$6.470.000	\$7.037.000
Total	\$5.336.000	\$5.903.000	\$6.470.000	\$7.037.000

Cuadro 18. Proyección de compras en pesos

PROYECCIÓN DE COMPRAS EN PESOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
TELA	\$ 7.280.000	\$ 14.560.000	\$ 19.500.000	\$ 25.610.000
NYLON	\$ 420.000	\$ 840.000	\$ 1.110.000	\$ 1.500.000
ELASTICO	\$ 224.000	\$ 448.000	\$ 592.000	\$ 800.000
MARQUILLA	\$ 196.000	\$ 392.000	\$ 518.000	\$ 700.000
ETIQUETA	\$ 98.000	\$ 196.000	\$ 259.000	\$ 350.000
SESGO				
BOLSA	\$ 67.200	\$ 134.400	\$ 155.400	\$ 240.000
APLICACIONE O ADORNOS	\$ 840.000	\$ 1.680.000	\$2.220.000	\$ 3.000.000
OTROS	\$ 280.000	\$ 560.000	\$ 740.000	\$ 1.000.000
TOTAL	\$ 9.405.200	\$ 18.810.400	\$ 25.094.400	\$ 36.350.000
TOTAL				\$ 89.660.000

6.2.1.9 Infraestructura

CREACIONES CAHO. Tendrá una infraestructura con todos los requerimientos por la ARP, para brindarles seguridad y comodidad a los empleados así tener el personal operativo a gusto, ya que está comprobado que un empleado contento es más productivo, además garantizar calidad en nuestra producción

Cuadro 19. Costos Infraestructura

MAQUINARIA, LOCAL Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR POR UNIDAD	VALOR TOTAL
MESA DE DISEÑO	1	\$ 600.000	\$ 600.000
MESAS DE CORTE	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
COMPUTADOR	1	\$ 1000000	\$ 1.000.000
MESAS DE OFICINA	2	\$ 40.000	\$ 80.000
LOCAL	1	\$ 600.000	\$ 600.000
CORTADORA	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
BASCULA	1	\$ 50.000	\$ 50.000
FILETEADORA	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
RECUBRIDORA	2	\$ 2.100.000	\$ 4.200.000
PLANA	1	\$ 800.000	\$ 800.000
MESA DE PULIDA	1	\$ 100.000	\$ 100.000
SILLAS	8	\$ 14.000	\$ 112000
TOTAL			\$ 13.262.000

6.3 ORGANIZACION

6.3.1 Estrategia Organizacional

6.3.1.1 Análisis de la Matriz DOFA: Se presenta un análisis detallado de la matriz DOFA.

Debilidades

- Falta de tecnología.
- Falta de recursos financieros para capital de trabajo
- Falta del área de trabajo para nuestros procesos
- Manejo de mercadeo
- Capital de trabajo

Oportunidades

- Ampliación de mercados para el área metropolitana
- Conveniencias comerciales con el mercado objetivo
- Comercialización de productos con nuevos diseños y aplicación
- Adquirir maquinaria y equipos.

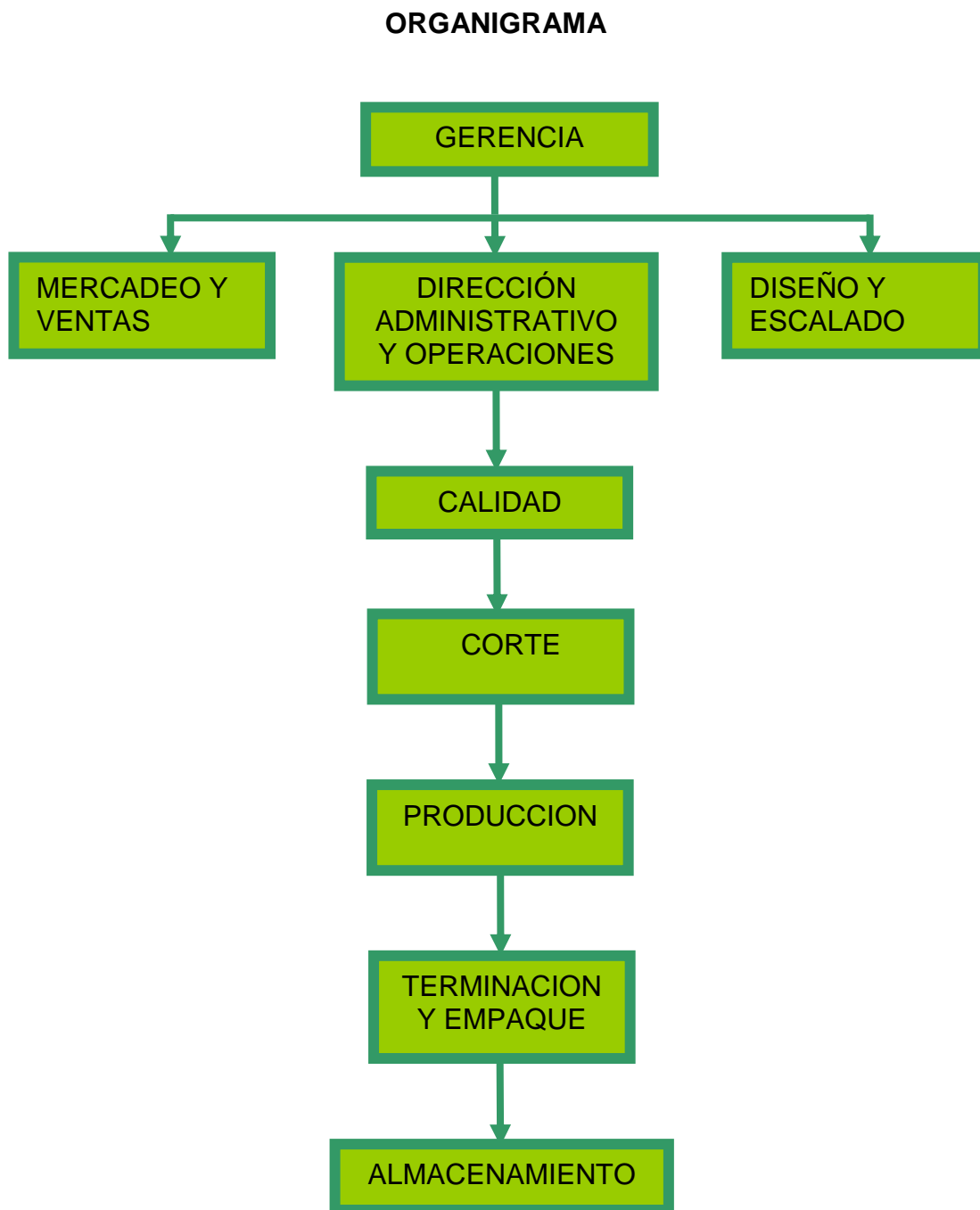
Fortalezas

- Hay personal tecnólogo y profesional calificado.
- Innovación en nuevos diseños
- Procesos de producción limpios
- Productos de alta calidad a precios asequibles.
- Precios Competitivos.
- Productos de alta aceptación en el mercado.

Amenazas

- Las empresas que están posicionadas en el mercado.
- Aumento de precios de las materias primas
- Aparición de nuevos competidores en el Mercado.

6.3.2 Estructura Organizacional



6.3.2.1 Plan de personal

Personal requerido, Descripción y Perfil de cargos

Cuadro 20. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES	CREACIONES CAHO
<p>Identificación del cargo: Gerente general</p>	
<p>Objetivo del cargo: Velar por todas las funciones de la empresa, así como las operaciones del día a día. Frecuentemente, el gerente general es también responsable de liderar y coordinar las funciones.</p>	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Designar todas las posiciones gerenciales. ➤ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. ➤ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos. ➤ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente. ➤ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa. 	
<p>Requerimientos: Ingeniero industrial y profesional en mercadeo</p>	
<p>Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.</p>	

FUNCIONES	CREACIONES CAHO
Identificación del cargo: Mercadeo y Ventas	
Objetivo del cargo: Definir el encargado de dirigir, organizar y controlar el departamento de ventas.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes. ➤ Establecer metas y objetivos. ➤ Calcular la demanda y pronosticar las ventas. ➤ Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. ➤ Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores. ➤ Compensa, motiva y guía las fuerzas de venta. ➤ Conducir el análisis de costo de ventas. ➤ Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas. ➤ Monitorear el departamento. 	
Requerimientos: Profesional en Mercadeo y Ventas, el gerente de ventas debe agrupar todas las cualidades de un verdadero líder, como es la honestidad, ser catalizador, tomar decisiones y ejecutarlas.	
Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.	

FUNCIONES	CREACIONES CAHO
Identificación del cargo: Dirección Administrativo y de Operaciones	
Objetivo del cargo: Determinar la persona encargada de Administrar y Controlar los Recursos Humanos, Materiales y Económicos asignados a la organización.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar el Presupuesto Anual. ➤ Elaborar los Estados Financieros. ➤ Contratar y/o despedir al Personal. ➤ Controlar los Ingresos, Egresos e Inventarios. ➤ Dar respuesta a las recomendaciones de la Contraloría del Estado y a la Contaduría Mayor de Hacienda. ➤ Elaborar la Cuenta Pública y cumplir con las Obligaciones Fiscales. ➤ Mantener en óptimo estado las instalaciones y equipos. ➤ Controlar los Costos. ➤ Realizar los trámites correspondientes para la obtención de Recursos. ➤ Planear y controlar las operaciones. ➤ Desarrollar los Reportes Mensuales de Operación. ➤ Desarrollar el Informe Anual de Actividades. 	
Requerimientos: Ingeniero Industrial y Administrativo.	
Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.	

FUNCIONES	CREACIONES CAHO
Identificación del cargo: Control Calidad	
Objetivo del cargo: Definir las funciones del departamento de control de calidad, este departamento se encargara de administrar la calidad en la planta de producción.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar y supervisar el área de control de calidad en sus fases de recepción de materiales, producción y producto terminado. ➤ Implementar la ISO 9001 e ISO 14001. ➤ Asegurar el cumplimiento de las pautas establecidas en las distintas fases. ➤ Supervisar el controlar los procesos de los productos. ➤ Realizar las auditorías internas de procesos y planta. ➤ Controlar la gestión documental. ➤ También gestionará y mantendrá el sistema de gestión de calidad en la planta. 	
Requerimientos: Analista de calidad.	
Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia.	

FUNCIONES	CREACIONES CAHO
Identificación del cargo: Asesor Comercial	
Objetivo del cargo: Ejecutar y controlar las acciones de ventas que conduzcan al logro de los objetivos de: promoción de ventas, participación en el mercado, servicio y asistencia técnica, administración del territorio de ventas.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Antes de la venta. Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas. ➤ Durante la venta, la visita. Presentación, oferta, tratamiento de objeciones, cierre de la venta. ➤ Después de la venta, el seguimiento. Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o atender reclamaciones e incidencias. ➤ Se encargará de crear nuevos clientes y mantener los conseguidos. Su labor comercial se desarrolla en los sectores o zonas y ubicaciones que le sean asignadas. 	
Requerimientos: tecnólogo en ventas	
Experiencia: Mínimo 1 años de experiencia.	

FUNCIONES	CREACIONES CAHO
Identificación del cargo: Operario	
Objetivo del cargo: Definir las funciones principales del operario de producción.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acatar con espíritu de colaboración todas las órdenes impuestas por su jefe inmediato. ➤ Realizar todas las labores en las áreas productivas y de acondicionamiento comprometidos con la orden de producción y de acondicionamiento ➤ Hacer todo como está escrito en la ficha técnica y estandarizada en los procedimientos escritos. ➤ Avisar de cualquier anomalía que se presente en los procesos en la planta 	
Requerimientos: Saber manejar maquinaria textil industrial.	
Experiencia: Se darán inducciones antes de incorporarlo al proceso	

6.3.2.2 Aspectos Legales

Constitución de la empresa y aspectos legales

La empresa con razón social **CREACIONES CAHO**. Será Limitada, llenará todos los requisitos de ley para su constitución, además de llenar los requisitos del Fondo Emprender.

La empresa se conformara y legalizara en todos sus trámites una vez tenga todos los recursos básicos para poder funcionar.

Con la asesora del Sena, se haría dicho trámite de legalización; ante Cámara de Comercio de Medellín, DIAN, Impuestos Municipales y afiliaciones a salud, riesgos y pensiones del personal. Normas de seguridad y organización interna según el plan operativo.

La empresa se consolidara y cumplirá con todas las normas y requerimientos por la ARP, Cámara y Comercio de Medellín.

Trámites de creación y constitución de empresas en Antioquia

Con el nuevo proceso de Simplificación de Trámites la única gestión que el empresario debe realizar es diligenciar en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia la CARATULA UNICA EMPRESARIAL. Este documento se compone de un formulario de información básica.

Actualmente, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, con el programa Simplificación de trámites, en su afán por innovar y facilitarles a los futuros empresarios la creación y constitución de empresas ha canalizado 10 trámites en uno solo.

Ahora los empresarios que realicen su matrícula mercantil podrán adicionalmente solicitar a través de la Cámara los siguientes trámites:

Consulta de nombre: La selección del nombre es un paso fundamental al inicio de su nueva empresa. Con este Servicio podrá enterarse si el nombre consultado está registrado o si por el contrario no hay existencia del mismo. Si no aparece ninguna empresa después de realizada la búsqueda, estará confirmando que su nombre aún no presenta registro, y podrá seleccionarlo.

Impuesto de registro: Rentas Departamentales: La Cámara de Comercio le facilita a los comerciantes, el proceso de pago en nuestras sedes del impuesto de Rentas Departamentales de la Gobernación de Antioquia, integrado al proceso de creación de empresas.

Inscripción – constitución: MATRÍCULA PERSONA JURÍDICA: Suscripción y Protocolización de la Escritura de Constitución: Los empresarios que deseen constituir una sociedad deben contactar previamente una notaria, con el fin de diligenciar la suscripción de la minuta de constitución de la sociedad.

La Cámara ha desarrollado un aplicativo en Internet que permite ingresar la información necesaria para la construcción de la minuta, teniendo en cuenta las validaciones internas del aplicativo, y una vez revisada y aprobada por los socios y por el Notario, enviarla a la Cámara de Comercio.

Una vez diligenciada la escritura, se debe dirigir a cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, y diligenciar el formulario de Matrícula de Persona Jurídica y el anexo DIAN-SM. Esta información debe estar firmada por el Representante Legal.

Inscripción libros de comercio: De acuerdo con la ley los comerciantes deben registrar sus libros contables en la Cámara de Comercio de su jurisdicción. El destino de los mismos es suministrar un fundamento razonable a la fidelidad de los asientos o del contenido de éstos.

El proceso de registro de los Libros en la Cámara lo pueden realizar los comerciantes en el momento de la matrícula, para ello sólo basta diligenciar un

formato y efectuar el pago respectivo. Podrá traerlos físicamente marcados con la solicitud correspondiente o adquirirlos en cualquiera de las taquillas del Centro de Atención Empresarial.

Matrícula de industria y comercio: El impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter obligatorio, recaerá sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financieras, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del Municipio, que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimiento o sin ellos.

Los Municipios en convenio son: Medellín, Bello, Girardota, Copacabana, Barbosa y Santa fe de Antioquia

DIAN: Inscripción en el Registro Nacional de Vendedores y asignación del Número de Identificación Tributario NIT: El Registro Único Tributario, RUT, es la base de datos que lleva la Administración Tributaria a nivel Nacional de los contribuyentes, la cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control.

Con el RUT a cada contribuyente se le asigna un NIT.

El Número de Identificación Tributaria, NIT, es la expresión numérica eminentemente tributaria o fiscal que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas a los contribuyentes y declarantes.

Visto bueno de salud: Para el cumplimiento de normas sobre protección y conservación de la audición en lo referente al control de las emisiones de ruido además, de un control de la contaminación del aire con elementos tóxicos, en estos casos, se presenta un supervisor de la entidad para constatar lo anterior y dar el visto bueno.

Informativo de usos del suelo: Permite conocer en tiempo real los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una

dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T. y la reglamentación existente.

La reglamentación nacional decreto 2150/95 suprimió las licencias de funcionamiento y reformó los procedimientos para poder ejecutar una actividad en el territorio nacional.

Mientras opere el establecimiento ha de cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes en materias tales como: La racional mezcla de usos, respecto y manejo de espacio público, parqueaderos, control de impactos ambientales, intensidad y conflictos funcionales, horarios, condiciones locativas.

Informar a la oficina de planeación correspondiente el inicio de las actividades: Para dar cumplimiento a la ley 232 de 1995, los comerciantes deberán reportar a la oficina de planeación correspondiente la apertura de la actividad económica, indicando la ubicación y actividad a desarrollar.

Seguridad de establecimientos abiertos al público: Consiste en un certificado que expide el Cuerpo de Bomberos donde consta que el local donde funcionará la empresa o establecimiento de comercio reúne normas mínimas de seguridad.

En la inspección ocular se constata algunos elementos como:

- Extintor
- Equipo de Seguridad
- Instalaciones eléctricas en buen estado
- Puertas de acceso y salida sin obstáculos

Los formatos que debe diligenciar para realizar su Matrícula son:

- Carátula Única Empresarial
- Anexo Matrícula Mercantil

- Anexo DIAN-Secretaria Municipal (SM)
- Formulario DIAN

Sociedad limitada

Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios. Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda." que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente.

La sociedad limitada debe cumplir lo siguiente:

- El total de capital debe ser pagado al momento de la constitución.
- Debe registrarse en Cámara de Comercio, con la escritura pública (estatutos).
- Debe pagar industria y comercio.
- Debe pagar el impuesto de Rentas Departamentales.
- Posee una identificación suministrada por la DIAN, llamada NIT.
- La responsabilidad de los socios es limitada, según sus aportes.
- Debe poseer mínimo dos socios, máximo 25.
- Debe llevar contabilidad y actas de las reuniones, ambos documentos registrados en la Cámara de Comercio.

Tramites de funcionamiento

Así mismo, una vez la empresa empieza a funcionar el empresario debe tener en cuenta ciertos trámites de funcionamiento y de seguridad laboral

Registrar los libros de Comercio: El Registro de los libros en las Cámaras de Comercio no cumple una función de publicidad, como si ocurre con las matrículas y las inscripciones. En una medida que brinda protección a la integridad material de los libros y seguridad y certeza sobre el propietario y el destino de los mismos, para suministrar un fundamento razonable a la fidelidad de los asientos o del contenido de los libros.

Son libros que se registran en blanco y cuyo contenido está amparado por la reserva garantizada en la Constitución Política, para los libros y papeles privados de toda persona.

Podrá traerlos físicamente con las solicitudes correspondientes o adquirirlos en la cámara de comercio.

Registro de Proponentes: El registro de proponentes tiene por objeto la inscripción, clasificación y calificación de todas las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que aspiren a celebrar con las entidades estatales, los contratos de: obra, consultoría, compraventa y suministro de bienes muebles.

Diligenciando el formulario único, el cual viene acompañado de las instrucciones, podrá en un solo acto de inscripción, clasificarse como Constructor, Consultor o Proveedor por el mismo valor. La inscripción tiene vigencia de un año y deberá renovarse dentro del mes anterior a su vencimiento

Este paz y salvo se debe renovar cada año, dentro de los primeros meses, sin importar el tiempo en el cual se obtuvo en el año anterior.

Trámites de Seguridad laboral: Los requisitos que se describen a continuación deben realizarse una vez la empresa entra en funcionamiento para garantizar la seguridad social de sus empleados:

Inscribirse ante la Administración de Riesgos Profesional (Privada o ISS). Así mismo es necesario que el empleador inscriba a sus empleados en una Compensación Familiar (Pagar ICBF (3% del valor de la Nómina), SENA (2%), y Cajas de compensación familiar (4%)) - Consultar ley 590 artículo 43.

Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones ante las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones

- Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías.
- Inscribirse a un programa de seguridad industrial.

Solicitud de autorización para numeración: Si usted es persona natural o jurídica y es responsable del impuesto sobre las ventas IVA, usted debe solicitar autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir.

Los siguientes son los requisitos y documentos necesarios para realizar el trámite ante la DIAN:

Formato debidamente diligenciado en original y copia de la solicitud de autorización para la numeración, de acuerdo con las instrucciones que se encuentran en el respaldo del formato.

- Fotocopia cédula del representante legal o de la persona natural.
- Fotocopia del NIT
- Si el trámite no se realiza personalmente, debe mediar poder otorgado en debida forma.
- El tiempo aproximado de
- respuesta es de cinco (5) días hábiles.

6.3.2.3 Costos Administrativos

Cuadro21: Costos administrativos y producción

NOMINA MENSUAL DE CREACIONE CAHO									
NOMBRES	SUELDO MENSUAL	DIAS	SUELDO DEVENGADO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	EPS	PENSION	TOTAL DEDUCIDO	NETO POR PAGAR
OPERARIO 1	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 2	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 3	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 4	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 5	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 6	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 7	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
OPERARIO 8	567.000	30	567.000	67.800	634.800	23.060	23.060	46.120	558.680
CORTADOR 1	800.000	30	800.000	67.800	867.800	23.060	23.060	46.120	824.680
DISEÑADORA 1	1.200.000	30	1.200.000	0	1.200.000	48.000	48.000	96.000	1.104.000
PROFECIONAL DE VENTAS 1	1.200.000	30	1.200.000	0	1.200.000	48.000	48.000	96.000	1.104.000
ANALISTA DE CALIDAD	800.000	30	800.000	67.800	867.800	23.060	23.060	46.120	824.680
INGENIERO INDUSTRIAL Y ADMON	1.620.000	30	1.620.000	0	1.620.000	65.000	65.000	130.000	1.490.000
GERENTE	1.800.000	30	1.800.000	0	1.800.000	72.000	72.000	144.000	1.656.000
TOTAL	11.956.000		11.956.000	678.000	12.634.00	377.200	377.200	927.200	11.472.800

APORTES		
SALUD Y PENSION	20.5%	2.450.980
SENA	2%	239.120
CAJA DE COMPENSACION	4%	478.240
ICBF	3%	358.680
TOTAL APORTES		3.527.020

6.3.2.4 Costos de trámites legales

Cuadro 22: Costos trámites legales

GASTOS POR REQUISITOS LEGALES		
Tipo de registro	Entidad gestora	Costo(\$)
Certificado de homonimia	Cámara de comercio	ninguno
Escritura publica	Notaria	60.000
RUT	DIAN	ninguno
NIT	DIAN	ninguno
Formulario único empresarial	Cámara de comercio	3.700
Derecho de matricula	Cámara de comercio	120.000
Registro de marca	Ase marcas	1.200.000
Impuesto por registro	Cámara de comercio	105.000
TOTAL		1.309.700

6.3.2.5 Gastos administración mensuales

Cuadro 23: arranque

DESCRIPCION	VALOR
Local	\$600.000
administración	\$300.000
Servicios públicos	\$550.000
Publicidad	\$700.000
SubTotal	\$2.150.000

6.4 FINANZAS

6.4.1 Ingresos

Cuadro 24: Ingresos por ventas

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTA				
PRODUCTO	Año 1 (por mes)	Año 2 (por mes)	Año 3 (por mes)	Año 4 (por mes)
PIJAMAS SHORT	10.000.000	20.000.000	30.000.000	40.000.000
PIJAMAS MULTI USOS	4.500.000	9.000.000	12.000.000	15.000.000
PIJAMAS BATOLAS	2.400.000	4.800.000	6.400.000	8.000.000
PIJAMAS CAPRI	3.900.000	7.800.000	10.400.000	13.000.000
PIJAMAS TENTADORAS	4.800.000	9.600.000	12.800.000	16.000.000
PIJAMAS PANTALON LARGO	5.400.000	9.000.000	10.800.000	18.000.000
PIJAMAS SEÑORERAS	5.100.000	8.500.000	10.200.000	17.000.000
TOTAL VENTA POR MES	36.100.000	77.700.000	90.600.000	127.000.000
IVA	5.776.000	12.432.000	14.496.000	20.320.000
TOTAL VENTA CON IVA POR MES	41.876.000	90.132.000	105.096.000	147.320.000
TOTAL VENTA CON IVA POR AÑO	502.512.000	1081.584.000	1261.152.000	1767.840.000

6.4.2 Balance inicial

Cuadro 25. Balance inicial

Periodo mensual	
ACTIVO	
Activo Corriente	
Caja y bancos	\$ 35.000.000
Cartera	\$ 18.328.000
Inventario	\$ 4.854.300
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 58.182.300
ACTIVO FIJO	
Mobiliario y Equipo	\$ 11.962.000
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 11.962.000
OTROS ACTIVOS	
Permisos y Licencias	\$ 3.550.000
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 3.550.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 73.594.300
PASIVOS	
Cuentas por pagar fondo SENA	5.529.782

6.4.3 Flujo de caja de la inversión

Cuadro 26: Flujo de caja de la inversión

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS	502.512.000	1081.584.000	1261.152.000	1767.840.000
- COSTOS Y GASTOS	-319.860.200	- 467.522.640	- 566.930.640	- 761.997.840
= EBITDA	18.265.180	614.061.360	694.221.360	1005.842.160
- DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	- 4.950.800	- 4.950.800	- 4.950.830	-2.561.800
= UTILIDAD OPERACIONAL	13.314.380	609.110.560	689.207.360	1003.280.360
- IMPUESTOS	- 7.500.000	-7.500.000	-10.850.000	-12.985.000
= FLUJO DE CAJA BRUTO	5.814.380	601.105.560	678.357.360	990.295.300
- INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	- 11.962.000	-11.962.000	-19.141.614	-20.098.695
= FLUJO DE CAJA PARA EVALUAR RENTABILIDAD DE LA INVERSION	-6.147.620	589.143.560	659.215746	970.196.605

6.4.4 Estado de resultados

Cuadro 27. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS CREACIONE CAHO	
VENTAS	41.876.000
(-) Devoluciones y descuentos	8.750.300
INGRESOS OPERACIONALES	33.125.700
(-) Costo de ventas	3.896.500
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	29.229.200
(-) Gastos operacionales de ventas	3.585.430
(-) Gastos Operacionales de administración	6.850.970
UTILIDAD OPERACIONAL	19.486.520
(+) Ingresos no operacionales	0,00
(-) Gastos no operacionales	0,00
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	19.486.520
(-) Impuesto de renta y complementarios (34%)	6.625.416
UTILIDAD LÍQUIDA	12.861.104
(-) Reserva legal (10%)	1.286.110
UTILIDAD DEL EJERCICIO	11.574.994

6.5 PLAN OPERATIVO

6.5.1 Plan operativo

Cuadro 28. Plan operativo

CREACIONES CAHO	Caracterización Plan operativo	del	SGC-Reg-01
			Fecha: OCTUBRE 20 de 2012
			Actualización: 0
PROCESO: Elaboración del plan operativo			
LIDERES DEL PROCESO: OSMANY HOYOS CAVADIA			
OBJETIVO: definir un plan operativo y cronograma de actividades que permita registrar las variables necesarias para desarrollar el plan de negocios planteado y luego medir su cumplimiento y efectividad.			
INICIO: En la clasificación de todas las variables presentes en el plan de negocios.		FINAL: Con la implementación de la empresa, logrando el posicionamiento de esta en el mercado.	
ENTRADAS AL PROCESO:			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Monetarios: \$98.750.000 capital necesario para el arranque del plan. Recurso que se tramitara con el fondo EMPRENDER SENA ➤ Materia prima ➤ Áreas, Maquinaria y Equipo: ➤ Maquinas filete adoras ➤ Maquinas recubrid oras ➤ Maquina plana ➤ Cortadora ➤ Mesa de corte ➤ Computador ➤ Mesa de diseño 			

- Mesa de pulida y empaque
- Sillas

Plan propuesto para controlar y hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto.

- Contactar cita con la Dra Marisol (Directora del fondo EMPRENDER SENA). Para iniciar proceso de estudio de viabilidad del plan de negocios.
- Seguimiento y aprobación del plan de negocios por parte del fondo EMPRENDER SENA.
- Acondicionamiento del área de trabajo y adquisición de Maquinaria y Equipo.
- Proceso de trámite de escritura y gastos notariales.
- Proceso de registro de marcas y patentes de los productos y empresa.
- Tramitar registro mercantil ante la Procuraduría de Industria y Comercio.
- Aplicación y puesta en marcha de la empresa y su proceso productivo.

PROVEEDORES

Fondo emprender SENA

Textiles Terremoto

Insuma quinas

BIKYTEX LTDA.

E lástex LTDA.

CLIENTES: Almacenes de cadenas, distribuidoras, remates. Pequeños almacenes, misceláneas

REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE: Productos de excelente calidad en toda la línea.

PRINCIPALES ACTIVIDADES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Satisfacer las necesidades de los clientes. ➤ Adoptar un buen plan de mercadeo y Marketing. ➤ Administrar eficazmente todas las variables presentes. 	ASPECTOS CRÍTICOS Y DE CONTROL: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad de los procesos y productos. ➤ Cumplimiento del plan en general. ➤ Eficiencia en la implementación de indicadores de gestión. 	RESPONSABLE Líder del Proyecto Líder del Proyecto Líder del Proyecto
INDICADORES DE GESTION A UTILIZAR EN EL PROCESO DEL PLAN: <p>Efectividad: $\frac{\text{Tiempo utilizado en la ejecución del plan}}{\text{Tiempo programado para cumplir el plan}} * 100$</p> <p>Cumplimiento: $\frac{\# \text{ de actividades realizadas}}{\# \text{ de actividades programadas}} * 100$</p> <p>Cumplimiento: $\frac{\text{fechas de inicio reales}}{\text{fechas de inicio programadas}} x 100$</p> <p>Cumplimiento: $\frac{\text{fechas de término real}}{\text{fecha de término programadas}} x 100$</p>		
NO CONFORMIDAD <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incumplimiento de las Metas propuestas. ➤ Inobservancia en el cronograma de actividades propuesto para el plan Operativo. 		
RESPONSABLE	REVISO	APROBO
CARGO: Líder del Proyecto	Líder del Proyecto	Líder del Proyecto
FIRMA:	Osmany Hoyos	

Cuadro 29. Cronograma de prioridades y cumplimiento

ACTIVIDAD	FECHA DE CUMPLIMIENTO	CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Contactar cita con la Dra. Marisol (Directora del fondo EMPRENDER SENA). Para iniciar proceso de estudio de viabilidad del plan de negocios.	Octubre 20 de 2012			
Seguimiento y aprobación del plan de negocios por parte del fondo EMPRENDER SENA.	Entre los meses de Agosto a Diciembre del 2012			
Acondicionamiento del área de trabajo y adquisición de Maquinaria y Equipo.	Entre los Meses de Febrero a Julio del 2013			
Aplicación y puesta en marcha de la empresa y su proceso productivo.	Septiembre 2013			

6.5.2 Metas sociales

- El sector económico muestra un impacto importante al generar empleo en los sectores locales y nacionales, mostrando a toda la comunidad en general una empresa diferente que les puede brindar productos de muy buena calidad y asequibles para todos los estratos sociales.
- Nuestra meta es poder llegar y abastecer todo el mercado objetivo donde se dará el inicio de la empresa e igualmente fortalecer la organización, ser competitivos, llegar a otras ciudades y buscar la exportación del portafolio de productos.

- Mejorar la economía y la calidad de vida de nuestros empleados, para nosotros es el factor más importante para ser competentes en productividad, la atención a los clientes será una relación ética y humana siempre pensando en el beneficio en común (Gana-Gana), estos pilares son esenciales para el crecimiento de la empresa.
- Es una empresa que muestra en sus procesos una producción limpia para crear productos de muy buena calidad.
- El manejo de residuos permite el reciclaje o reutilización de material, evitando pérdidas y contaminación para contribuir en la conservación de los recursos naturales y al cuidado del planeta.
- Los manejos de los materiales en el proceso se hacen con normas técnicas de seguridad y control con un proceso dirigido y estandarizado para cada producto o proceso.
- Con este proyecto se apoya el desarrollo del sector cosmético en Antioquia. Estaremos encaminados hacia una mejora continua, buscando llegar a los clientes con productos innovadores y creativos que satisfagan todas las necesidades presentes y/o futuras.

6.6 IMPACTO

6.6.1 Impacto

Genera un impacto positivo por generar 11 empleos directos en su etapa de inicio. Activa la economía local y regional, ya que los clientes consumidores de los productos tendrán una nueva opción a la hora de elegir.

Los usuarios podrán disfrutar de de productos con una excelente calidad y a precios económicos fáciles de adquirir.

Existe la intención de abastecer el mercado regional, conquistar el mercado nacional y con expectativas de exportación a largo plazo.

Dinamizamos la economía mejorando la calidad de vida de empleados y usuarios.

Estamos comprometidos con la conservación del medio ambiente por esta razón se involucra en nuestros procesos una cultura de producción limpia permitiendo el manejo del reciclaje o reutilización de material, evitando pérdidas y contaminación.

Entre el mediano y largo plazo se abrirán mercados en municipios que estén fuera del área metropolitana con el objetivo de activar la economía en estos, municipios como: Amaga, Río negro, Marinilla, Guarne, Entre otros. Abarcar todo el departamento y el resto del país.

6.6.2 Equipo de Trabajo

Cuadro 30. Equipo de trabajo

NOMBRE	CORREO	OCUPACIÓN
OSMANY HOYOS CAVADIA	Osmanyhoy@hotmail.com	Estudiante
GISELA MONSALVE FANNEGRA	Gselam73@gmail.com	Asesor

6.7 RESUMEN EJECUTIVO

6.7.1 Resumen Ejecutivo

La empresa CREACIONES CAHO presenta en todas sus fases proyecciones positivas. En el estudio de mercado se puede observar que los productos ofrecidos por la empresa marcan una diferencia a los productos establecidos en el mercado.

En el sector de textil existen una gran variedad de empresas lo cual obliga a nuestra empresa ser más competitiva no solo con precios sino con calidad, atención a los clientes, tener un amplio sistema de mejoramiento continuo en todos los procesos lo cual permitirá tener beneficios en todo el plan de trabajo.

El personal será calificado, valorado y motivado para comprometerlo con todo el sistema en general, para la empresa es muy importante la calidad humana pues en ella se refleja el éxito de la misma.

El conocimiento del sector por parte de los promotores del proyecto ha permitido identificar ventajas específicas las cuales nos ayudaran a tener una diferencia en el campo competitivo:

- Grupo de trabajo dedicado al mejoramiento continuo de todo nuestro sistema de producción y la empresa en general, esto brinda y ayuda a ser más competitivos en todas las áreas.
- En la etapa operativa se destaca que no se requiere de un gran número de personas para este proceso favoreciendo la ampliación de la capacidad productiva sin que altere notablemente la estructura y los costos fijos.
- La empresa estará en capacidad de ofrecer productos a un precio competitivo.
- Medidas que minimicen en los diferentes procesos productivos.

7. CONCLUSIONES

Durante el estudio se encontró que es factible realizar la creación de una empresa dedicada a la producción de PIJAMAS para damas.

Para lograr índices de competitividad altos es necesaria la contratación de personal altamente calificado para la función a desempeñar, que tenga una excelente actitud de servicio logrando de esta manera prestar el mejor servicio a nuestros clientes por parte de todo el personal, haciendo a CREACIONES CAHO una empresa cada vez más competitiva y con mayor penetración en el mercado.

Este proyecto es factible a partir de los siguientes aspectos:

- A partir del análisis del mercado se encontró que el destino comercial cuenta con las mejores perspectivas para el desarrollo del proyecto en las comunas 5, 6 y 7 del área metropolitana del valle de aburra.
- El proyecto determina que Colombia es igualmente un país que presenta tendencia de consumo creciente de la población y que considerando los beneficios que trae la aprobación del TLC. Podrá considerarse como un destino para importar y exportar productos.

BIBLIOGRAFIA

KOONTZ. Harold. Elementos de administración. Quinta edición. 1997. 565p.
“Etapas de un plan de negocios en el fondo emprender”.
Biblioteca del SENA

CIBERGRAFIA

www.fondoemprender.com. Fecha de consulta [junio de 2012]

“como crear una empresa” Internet. www.eafit.edu.co. fecha de consulta [junio de 2012]

http://www.nl.gob.mx/?P=fidecitrus_administrativo_funcion

<http://empleo.elpais.com/oferta-trabajo/Responsable-de-control-de-calidad-Sevilla-Michael-Page/3/1579504?agr=8>

<http://www.monografias.com/trabajos10/outso/outso.shtml#HIST> 01/09/09

<http://www.inexmoda.org.co/TextilConfección/ElsectorTextilydelaConfecciónColombiano/tabid/280/Default.aspx>

<http://www.camaramed.org.co/cae/constituciongestion.asp>

<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Colectiva>

<http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

http://www.nl.gob.mx/?P=fidecitrus_administrativo_funcion