

**FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA PERFUMADA EN BOGOTÁ.**

INTEGRANTES

LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA

RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

INGENIERÍA INDUSTRIAL

BOGOTÁ

2017

**FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA PERFUMADA EN BOGOTÁ.**

INTEGRANTES

LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA

RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ

TRABAJO DE GRADO

ECO. RENE ALEJANDRO APONTE ESCOBAR

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

INGENIERÍA INDUSTRIAL

BOGOTÁ

2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
ESTUDIO DE MERCADO	10
Caracterización del sector	10
PIB y la participación del sector textil y confecciones	12
Inflación y tasas de interés	13
Variación salarial de Colombia	14
Variabilidad empleabilidad	15
Importaciones y exportaciones	18
Demanda.....	20
Oferta	21
Barrera de entrada	22
SEGMENTACIÓN	23
Segmentación geográfica	23
Segmentación psico-gráfica.....	25
Segmentación demográfica	27
Segmentación conductual.....	29
Segmentación cuantitativa.....	30
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	32
Tipo de fuente	32
Tipo de muestreo	32
Tipo de muestra	33
Análisis de cuestionario y resultados obtenidos	34
PLAN DE MERCADO.....	47
Objetivo general del plan de mercadeo	47
Estrategia de distribución.....	47
Estrategia de promoción o comunicación	48
Análisis de la demanda	49
Elasticidad precio de la demanda	51
Elasticidad ingreso.....	52
Análisis de la oferta	53

Elasticidad precio de la oferta.....	55
Bienes sustitutos	56
Elasticidad cruzada.....	58
Análisis de la competencia.....	59
Pronóstico de la demanda.....	60
ESTUDIO TÉCNICO	61
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	61
Ficha técnica blusa	61
Ficha técnica falda.....	62
Patronaje de la blusa	63
Patronaje de la falda.....	63
Diagrama de proceso blusa	64
Diagrama de proceso falda.....	65
PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN.....	66
Balanceo de línea	66
Secuenciación de trabajos.....	69
Fuerza de trabajo.....	70
Capacidad de la empresa	70
Selección de proveedores	70
Plan de requerimientos de materiales.....	72
ESTUDIO FINANCIERO	75
Inversión inicial.....	75
Balance General.....	77
Flujo de Efectivo.....	79
Razones financieras.....	81
Estado de pérdidas y ganancias	82
Tabla de decisión	84
Análisis de sensibilidad	85
ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	87
Misión.....	87
Visión	87

Análisis DOFA.....	87
Políticas de calidad	88
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	89
Organigrama.....	89
Manual de perfiles y funciones	90
Nomina	94
Vainilla clothes sociedad limitada	98
Documentos sociedad limitada	99
CONCLUSIÓN	100
ANEXOS	101
BIBLIOGRAFÍA	117

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cifras sector textil y confecciones	11
Tabla 2. Variación salarios Colombia	14
Tabla 3. Salario nominal.....	15
Tabla 4. Tasa de empleo.....	16
Tabla 5. Especialidad del clúster.....	21
Tabla 6. Población por estrato.....	23
Tabla 7. Habitabilidad en Bogotá	25
Tabla 8. Fuerza laboral en Bogotá	26
Tabla 9. Distribución por edad y género en Bogotá	27
Tabla 10. Distribución por edad en Bogotá	28
Tabla 11. Distribución por sexo en Bogotá.....	28
Tabla 12. Tabulación cruzada	31
Tabla 13. Variación pregunta 1	34
Tabla 14. Totales pregunta 2.....	36
Tabla 15. Totales pregunta 3.....	36
Tabla 16. Totales pregunta 4.....	37
Tabla 17. Totales pregunta 5.....	38
Tabla 18. Variación pregunta 6	39
Tabla 19. Análisis pregunta 6.....	40
Tabla 20. Total pregunta 7	41
Tabla 21. Total pregunta 8	43
Tabla 22. Variación pregunta 8	44
Tabla 23. Total pregunta 9	45
Tabla 24. Variación pregunta 9	46
Tabla 25. Análisis pregunta 9.....	46
Tabla 26. Cantidad vs Precio Faldas.....	49
Tabla 27. Cantidad vs Precio Blusas.....	50
Tabla 28. Puntos Q para la demanda Faldas	51
Tabla 29. Resultados elasticidad precio demanda Faldas	51
Tabla 30. Puntos Q para la demanda Blusas	51
Tabla 31. Resultados elasticidad precio demanda Blusas	52
Tabla 32. Elasticidad ingreso Faldas.....	52
Tabla 33. Elasticidad ingreso Blusas.....	52
Tabla 34. Cantidad vs Precio Oferta Faldas.....	53
Tabla 35. Cantidad vs Precio Oferta Blusas.....	54
Tabla 36. Puntos elegidos de la oferta blusas para analizar la elasticidad	55
Tabla 37. Resultados elasticidad precio oferta Faldas	55
Tabla 38. Puntos elegidos de la oferta faldas para analizar la elasticidad	55
Tabla 39. Resultados elasticidad precio oferta Blusas	56
Tabla 40. Cantidad vs Precio Demanda Vestidos	56

Tabla 41. Gráfico de la demanda Vestidos	57
Tabla 42. Cantidad vs Precio Demanda Camisetas	57
Tabla 43. Gráfico de la demanda Camisetas	57
Tabla 44. Puntos del gráfico de la Demanda Blusas	58
Tabla 45. Puntos del gráfico de la Demanda Camisetas.....	58
Tabla 46. Elasticidad cruzada Blusas - Camisetas.....	58
Tabla 47. Puntos del gráfico de la Demanda Faldas	58
Tabla 48. Puntos del gráfico de la Demanda Vestidos	58
Tabla 49. Elasticidad cruzada Faldas - Vestidos.....	59
Tabla 50. Análisis resumen de la competencia	59
Tabla 51. Pronóstico de Faldas.....	60
Tabla 52. Pronóstico de Blusas.....	60
Tabla 53. Pronóstico a cinco años	60
Tabla 54. Balanceo de línea blusa	67
Tabla 55. Balanceo de línea falda	68
Tabla 56. Secuenciación de trabajos blusa	69
Tabla 57. Secuenciación de trabajos blusa	70
Tabla 58. Fuerza de trabajo requerida	70
Tabla 59. Modelo de selección de proveedores	71

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Sector textil y confecciones en Colombia.....	10
Ilustración 2. Tipos empresas confecciones en Colombia.....	12
Ilustración 3. Participación en el PIB	12
Ilustración 4. Variación salarios Colombia.....	14
Ilustración 5. Destinos de exportación en el 2014	18
Ilustración 6. Importaciones Colombia	19
Ilustración 7. Segmentación geográfica	24
Ilustración 8. Frecuencia compra de ropa	29
Ilustración 9. Dinero anual invertido por los colombianos en ropa	30
Ilustración 10. Análisis pregunta 1.....	34
Ilustración 11. Distribución pregunta 1	35
Ilustración 12. Intervalos de edad.....	35
Ilustración 13. Situación económica	36
Ilustración 14. Última compra realizada	37
Ilustración 15. Estilo preferido para vestir	38
Ilustración 16. Frecuencia deseada de compra.....	38
Ilustración 17. Total pregunta 6.....	39
Ilustración 18. Análisis pregunta 4.....	39
Ilustración 19. Tonalidades preferidas.....	40
Ilustración 20. Análisis pregunta 7.....	41
Ilustración 21. Variación pregunta 7	41
Ilustración 22. Análisis pregunta 7.....	42
Ilustración 23. Ingresos mensuales	43
Ilustración 24. Análisis pregunta 8.....	43
Ilustración 25. Análisis pregunta 8.....	44
Ilustración 26. Interes en productos nacionales	45
Ilustración 27. Análisis pregunta 9.....	45
Ilustración 28. Modelos faldas Vainilla Clothes	47
Ilustración 29. Tipo de publicidad	48
Ilustración 30. Gráfico de la demanda Faldas	49
Ilustración 31. Grafico de la demanda Blusas	50
Ilustración 32. Grafico de la Oferta Faldas	53
Ilustración 33. Grafico de la Oferta Blusas	54
Ilustración 34. Patrón de la blusa	63
Ilustración 35. Patrón de la falda	63
Ilustración 36. Diagrama boom Blusas	72
Ilustración 37. Diagrama boom Faldas.....	73

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado, es un plan de negocio donde se aplican conceptos de la ingeniería industrial para llevar a cabo la formulación y evaluación del proyecto de producción y comercialización de ropa femenina perfumada en la ciudad de Bogotá con el fin de generar utilidades a partir de un producto novedoso para el sector de las confecciones.

Para esto se realizará un estudio de mercado con el fin de tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien en la ciudad de Bogotá y el consecuente plan de mercadeo para la introducción del producto al mercado. También diseñar a través de un estudio técnico una función de producción que mejore el uso de recursos para obtener el producto deseado, teniendo en cuenta dos posibles alternativas para hacerlo realidad.

La primera alternativa está basada en que Vainilla Clothes produzca las prendas en una planta de producción propia, con todo lo que esta acarrea (adquisición de maquinas, recurso humano fijo, etc.). Mientras que la segunda alternativa se basa en tercerizar (outsourcing) la producción del bien.

Además determinar con el estudio administrativo/legal los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar la definición de la empresa y las implicaciones que se deriven de la normativa legal que regula la producción y comercialización de ropa en el país. Y finalmente analizar con el estudio financiero, mediante la sistematización de la información monetaria, los indicadores financieros, los análisis de riesgos y sensibilidad de su financiamiento y la viabilidad del proyecto. Esta iniciativa, junto con los conocimientos adquiridos y apoyo recibido desde la academia marcan el camino para la ejecución de este proyecto desde el presente año 2016.

ESTUDIO DE MERCADO

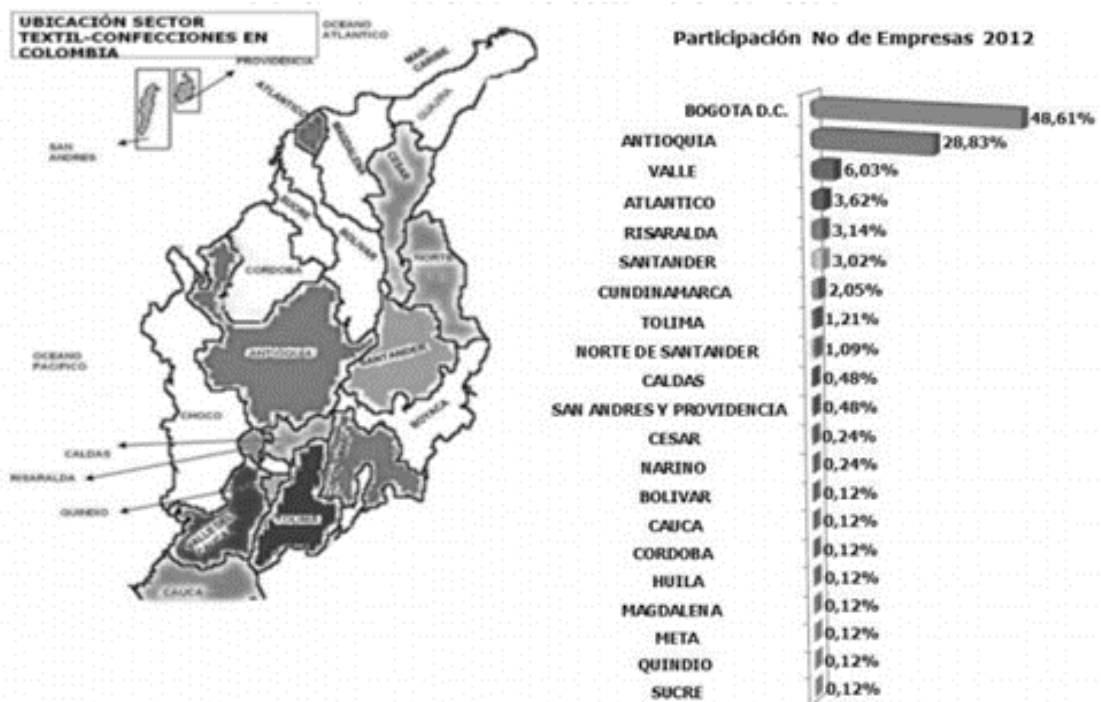
Caracterización del sector

El sector Textil-Confección está integrado por diversos procesos y actores estratégicos; en primer lugar se encuentran los proveedores que instalan en el mercado los insumos primarios de la industria incluyendo materiales y fibras (naturales como algodón y lana y/o sintéticas como Poliéster y nylon); en segundo lugar se identifican las empresas textiles (hilatura, tejeduría) quienes tienen a su cargo el proceso de manufactura con la preparación y transformación del Hilo (Tejido, acabado, bordado, estampado, teñido, etc.); seguido de las empresas de confección encargadas de la elaboración de productos finales y oferta de servicios complementarios para diferentes industrias (Industria de ropa, productos de hogar, entre otras); finalizando se encuentran las empresas dedicadas a la comercialización (por mayor y por menor) mediante diferentes canales y el consumidor final.¹

ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

El sector textil-confección se desarrolla en casi todo el territorio colombiano; sin embargo, existen unos focos principales como las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali. A continuación, se muestra esta distribución nacional:

Ilustración 1. Sector textil y confecciones en Colombia



Fuente: Supersociedades – Cálculos Grupo de Estudios Económicos y financieros

¹ Delegatura de asuntos económicos. Véase en: www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013

El 48,61% se concentra en Bogotá (especialmente fibras artificiales y sintéticas, hilados de lana, tapices, tapetes de lana y confecciones), el 28,83% en Antioquia (fuerte en la producción de tejidos planos de algodón y sus mezclas, ropa de algodón en tejido de punto y tejidos de punto de fibra artificial y sintética, y confecciones para hogar y ropa), el 6,03% en Valle del Cauca, el 3,62% en Atlántico, el 3,14% en Risaralda, el 3,02% en Santander, el 2,05% en Cundinamarca, el 1,21% en Tolima y el 1,09% Norte de Santander y el 2,41% distribuido en el resto del País. Actualmente existen 3 clúster regionales del sector con su especialización: Antioquia (textil, confección, diseño y moda), Bogotá (moda) y Tolima (confección). Adicionalmente, se están generando nuevos clúster en Atlántico (diseño y confecciones) y en el eje cafetero (confecciones). ²

INGRESOS OPERACIONALES POR DEPARTAMENTOS EN MILLONES

Tabla 1. Cifras sector textil y confecciones

Departamento	No de Empresas	Ingresos Operacionales	Part
BOGOTA D.C.	403	5.949.492	42,35%
ANTIOQUIA	239	5.433.113	38,68%
VALLE	50	842.838	6,00%
CUNDINAMARCA	17	530.549	3,78%
RISARALDA	26	527.112	3,75%
ATLANTICO	30	301.432	2,15%
RESTO DEL PAÍS	64	463.329	3,30%

Fuente: Supersociedades – Cálculos Grupo de Estudios Económicos y financieros

TAMAÑO

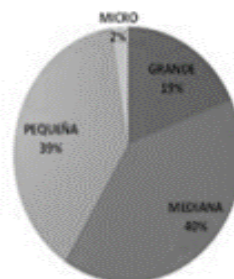
Respecto al tamaño de las 829 empresas que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades en 2013 el 40% corresponde a empresas medianas, el 39% a Pequeñas, el, el 19% a Grandes y 2% a Microempresas. Sin embargo, la mayor participación en ingresos operacionales en 2013 fue reportada por las grandes empresas con una participación del 77,70%. ³

² Fondo de pasivo social colombiano. Véase en: www.fps.gov.co/index.php?idcategoria=4600&download=Y

³ Burkenroad reports 2014, volumen 12, Universidad ICESI de Cali. Véase en: www.icesi.edu.co/burkenroad/contenido/pdf2014/BRR%20-%202014-1%20-%20Aritex

Ilustración 2. Tipos empresas confecciones en Colombia

TAMAÑO	No de Empresas	Ingresos Operacionales (Millones \$)	Part
GRANDE	159	10.915.090	77,70%
MEDIANA	327	2.569.604	18,29%
PEQUEÑA	323	557.458	3,97%
MICRO	20	5.711	0,04%
Total general	829	14.047.865	100,00%

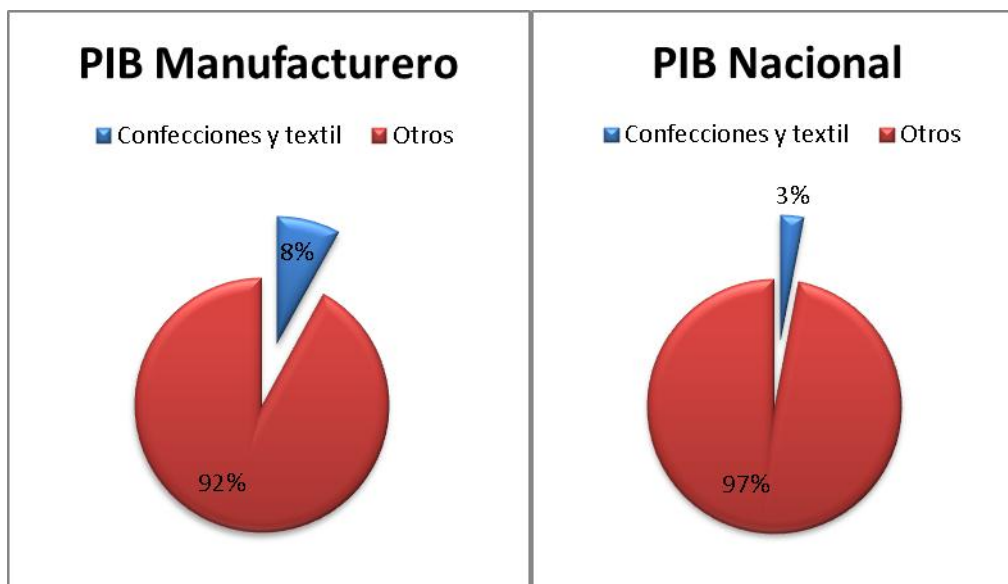


Fuente: Supe sociedades - Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros.

PIB y la participación del sector textil y confecciones

La industria textil y confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país.⁴

Ilustración 3. Participación en el PIB



Fuente. Banco de la Republica de Colombia

El Banco de la República reveló en su informe de inflación que las nuevas condiciones externas han obligado a reducir el pronóstico de crecimiento

⁴ Portal oficial de inversión de Colombia. Véase en: www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion

económico del país. El equipo técnico del Banco estimó que en 2015, la economía mostrará una tasa de crecimiento entre 2 % y 4 %, pero se acercará más a 3,2 %. Para el primer trimestre, la tasa rondará entre 2 % y 3,5 %, pero el pronóstico del Banco Central gravitará en 2,7 %. Todos los especialistas concuerdan en que el mercado estaba esperando la reducción en el pronóstico de la tasa de crecimiento.⁵

Proyecciones

Desde Credicorp Capital esperan que la tasa de crecimiento al finalizar el año esté cercana a 3,7 % y no la modificarán a pesar del anuncio del Banco. Según Credicorp se espera que el PIB para finales de 2015 presente una variación positiva de 3,3 %.

Inflación y tasas de interés

El Banco Central se encuentra situado frente a una disyuntiva: inflación o crecimiento. La tasa de interés puede controlar la una o la otra. Pero no es posible reducir los precios de la economía y aumentar el crecimiento.

Un aumento de la tasa de interés elevaría el costo de la inversión y el consumo, lo que llevaría que las empresas produjeran menos y los trabajadores, con menos dinero en sus bolsillos, comprarían menos bienes. Sin embargo, una menor demanda estabilizaría el mercado y lanzaría los precios a la baja. Por el contrario, un nivel de tasa de interés bajo estimula a la industria y a los consumidores. Las compañías demandarían más mano de obra y bienes de capital, y los trabajadores podrían gastar más. La economía crecería al igual que los precios, y la inflación podría empezar a 'dispararse'.

Por ahora, los analistas recomendaron mantener el nivel de tasa de interés y seguir manteniendo un buen nivel de exportaciones.

⁵ Sección finanzas revista Portafolio. Véase en: www.portafolio.co/economia/finanzas/reduccion-meta-crecimiento-sorprendio-nadie-28990

Variación salarial de Colombia

Estado de los salarios en Colombia

Ilustración 4. Variación salarios Colombia



Fuente. Autores

Tabla 2. Variación salarios Colombia

Año	Salario mínimo diario	Salario mensual mínimo	Variación anual	Decretos del Gobierno nacional
2010	17.166,67	515.000,00	3,6	5053 de diciembre 30 de 2009
2011	17.853,33	535.600,00	4	033 de enero 11 de 2011
2012	18.890,00	566.700,00	5,8	4919 de diciembre 26 de 2011
2013	19.650,00	589.500,00	4,02	2738 de diciembre 28 de 2012
2014	20.533,33	616.000,00	4,5	3068 de diciembre 30 de 2013
2015	21.478,33	644.350,00	4,6	2731 de diciembre 30 de 2014
2016	22.981,83	689.455,00	7,0	2551 de diciembre 30 de 2015

Fuente. Banco de la república.

Estado de los salarios en el sector confecciones y textil

En este tema el sector textil es uno de los más controversiales debido a que en los últimos 3 años este sector se ha tercerizado mucho y ahora la mano de obra es independiente, es decir, han aumentado los denominados talleres satélites de confección en donde cada taller elige a que empresa trabajarle y viceversa cada

empresa no está exenta de hacer un breve proceso de selección para elegir los talleres en donde se fabricaran sus productos.

Así mismo las empresas que aun poseen talleres propios se guían por la normatividad del estado colombiano pagando el salario mínimo legal vigente a sus trabajadores que operan en sus talleres propios. Por otro lado, el salario de los satélites puede variar llegando a ser mucho menos o mucho mayor del salario mínimo legal vigente, esto a razón del volumen de producción que decidan manejar, a la capacidad de cada taller y a la variedad de productos confeccionados que pueda realizar.

Variabilidad empleabilidad

Salario nominal

Tabla 3. Salario nominal

Índice de salarios, base abril 2012=100. Nivel general y variación anual. Total del país. Años 2010-2014

Año	Índice de salarios				
	Sector privado		Sector público	Nivel general	
	Registrado	No registrado		Índice	Variación anual %
2010	69,39	68,65	85,78	72,28	26,35
2011	94,22	91,15	94,09	93,57	29,45
2012	117,55	121,68	110,83	116,48	24,49
2013	147,14	155,35	139,84	146,63	25,88
2014	193,48	217,52	187,23	195,99	33,67

Nota: el Índice de Salarios se mide desde octubre de 2001. Se realizó un empalme de la serie base cuarto trimestre de 2001=100 con la serie base abril de 2012=100. Los valores aquí presentados son relevados el último día de cada mes.

Fuente: INDEC. Índice de Salarios (IS).

Tasa de empleo y desempleo – porcentaje de fuerza de trabajo

Tabla 4. Tasa de empleo

Metodología:	Proyecciones calculadas	
Año(aaaa)-Mes(mm)	Tasa de empleo (%)	Tasa de desempleo (%)
2016-01	56,86	11,91
2015-12	59,52	8,59
2015-11	60,88	7,27
2015-10	61,41	8,19
2015-09	58,71	8,98
2015-08	58,86	9,09
2015-07	58,35	8,84
2015-06	59,10	8,25
2015-05	58,81	8,93
2015-04	59,27	9,50
2015-03	58,23	8,86
2015-02	57,39	9,86
2015-01	56,94	10,79
2014-12	58,88	8,72
2014-11	60,33	7,71
2014-10	61,27	7,86
2014-09	59,16	8,35
2014-08	58,97	8,90
2014-07	57,64	9,29
2014-06	58,35	9,19
2014-05	58,32	8,80
2014-04	58,12	8,97
2014-03	56,72	9,73
2014-02	56,29	10,68
2014-01	56,56	11,10

Fuente: Banco de la republica

Luego de unas dos décadas de altibajos, los sectores de textiles, confecciones, cueros y calzado, a causa de actividades afectadas por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y la lenta reconversión tecnológica, entre otros males, vieron en el 2015 una leve mejora, que se espera y se postergue al 2016.

La revaluación que hubo en los últimos años, dicen los gremios que los representan, también les dio otra estocada porque fomentó la competencia de las importaciones y la entrada ilegal de mercancías.

Las cifras de la Muestra Mensual Manufacturera del DANE, a noviembre –que es la última disponible–, indican caídas en los últimos 12 meses del 2014 en la producción de textiles, tejidos de punto y confecciones, afortunadamente para el 2015 hubo aumentos en los rubros de los productos textiles, curtido de cueros, fabricación de calzado, confecciones para exportación y artículos de viajes (bolsos y maletas).

Sin embargo, este año el presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, dice que el mercado local de vestuario, calzado y otras confecciones (tanto nacionales como importados), por todos los canales, inclusive en línea, prevé ventas de 17,1 billones de pesos, con un aumento del 7 por ciento respecto al 2014 y no mayor a este puntaje con respecto al 2015, cuando sumó 16 billones.

El directivo explica que el poder adquisitivo de los consumidores de la clase media y el incremento del consumo, hacen que marcas internacionales y locales vean oportunidades de crecimiento en el país, y por ello la apertura de tiendas de pequeño y gran formato sigue siendo pan de cada día.

Desde el 2008, por la crisis global, las grandes marcas vieron en Colombia y otros mercados emergentes una forma de obtener más ingresos; y por ello prácticamente las grandes firmas masivas, premium y de lujo tienen operaciones en el país directamente, por franquicias u otros sistemas; a pesar de que muchas de ellas se han alejado del mercado colombiano a finales del 2015 y principios del 2016.

Por otro lado, Protela, dice que aunque se avizora un buen año para la industria textil, gracias a la devaluación y un buen nivel de gasto de los hogares, persisten problemas estructurales de la industria, como la subfacturación y el contrabando.

No obstante, se cree que el sector tendrá este año una segunda oportunidad de demostrar que su producto es tan bueno como el importado o mejor que este, y que está a tono, entre otros, en cuanto a valor agregado, diseño, moda y modernización tecnológica.

También se reconoce que la devaluación favorecerá las exportaciones, aunque la casi desaparición de las industrias de insumos, como tintas e hilazas, y que en un 70 por ciento se importan, suben un 15 por ciento por la depreciación del peso y eleva los costos de producción. Sin embargo, con eficiencia, esperamos un bajo

impacto de eso a los consumidores y los confeccionistas; confío en que va a ser un año de avances en la lucha contra el contrabando y el delito.

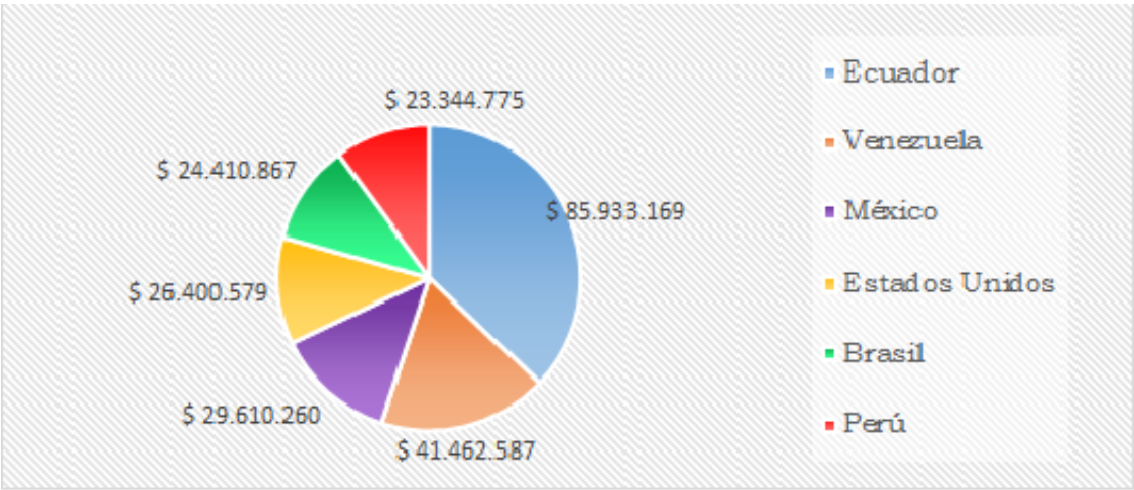
Fabricato, la principal textilera del país, afirma que en el marco de Colombiatex – feria que se celebra en Medellín– que este año prevén que el sector confecciones crezca en un 10 por ciento y resarcirá las pérdidas. ⁶

Importaciones y exportaciones

Exportaciones

Destinos exportaciones colombia

Ilustración 5. Destinos de exportación en el 2014



Fuente: Sincroexport

Empresas exportadoras

Textiles Fabricato Tejicondor S.A.- Altex fue la principal empresa exportadora de textiles y confecciones al concentrar el 6,4% del total de las ventas internacionales de estos productos. Le siguieron Enka De Colombia S.A., con USD66,6 millones; C.I. Jeans S.A., con USD58,4 millones; Industrias Cannon de Colombia S.A, con USD47,7 millones, y Manufacturas Eliot S.A, con USD44,8 millones, las cuales vendieron el 25,8% de los productos colombianos de este sector al mundo.

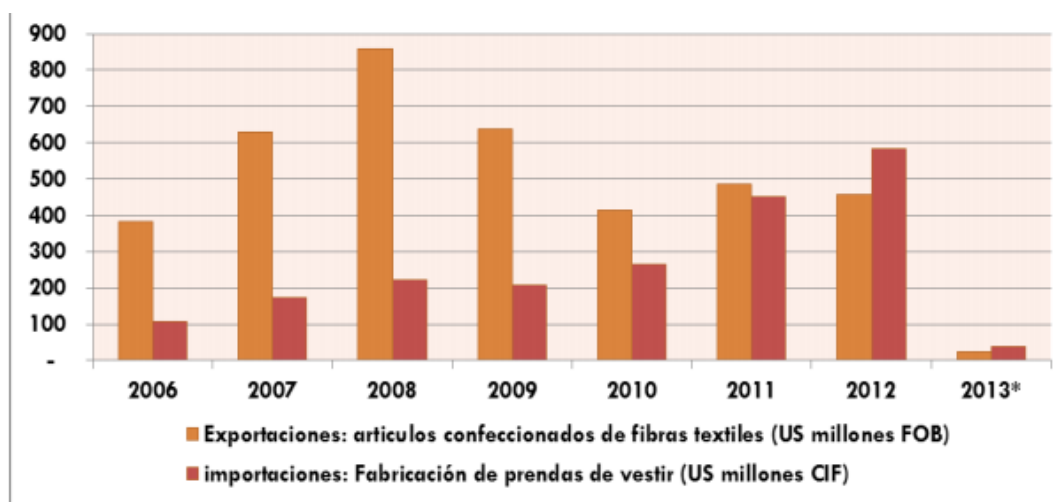
⁶ Observatorio de Inexmoda. Véase en: www.observatorioeconomico.inexmoda.org.co/Portals/0/Informe%20Econ%C3%B3mico%20Septiembre

Importaciones

Ahora, la entrada de confecciones al país proviene de Panamá, seguido por China y España. Los principales productos que entran al país están conformados por ropa femenina, que tuvo un crecimiento de 22% en los últimos 4 años, según cifras de Inexmoda.

Importaciones a Colombia

Ilustración 6. Importaciones Colombia



Fuente: DANE* datos del 2013 con cifras hasta enero.

Empresas importadoras En el 2011, Corporación Distribuidora de Algodón Nacional fue la mayor empresa importadora del sector, al concentrar el 6,0% de las compras internacionales, con USD139,3 millones. Le siguieron Manufacturas Eliot S.A., con USD115,3 millones; Falabella de Colombia S.A., con USD64,3 millones; Calle Arturo, con USD59,2 millones; y Permoda S.A. con USD45,5 millones. Este grupo de organizaciones participaron con el 18% de las compras internacionales de este sector⁷

El Gobierno explicó una semana atrás que se iban a contemplar tres medidas para la recuperación del sector. Entre ellas, está el incremento de los aranceles, que se hará de forma temporal, y la aplicación de un arancel mixto que será un gravamen específico para productos importados de la cadena textil-confección.

"Lo que buscamos pidiendo un arancel mixto es gravar con un 40% no solo el

⁷ Inteligencia de mercados-textiles y confecciones en Colombia. Véase en: www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legisocmex

valor de la importación, sino todo lo que viene sub-facturado, lo cual lleva a la estimulación del consumo interno, porque nos coloca reglas de juego más justas con la competencia, especialmente con el mercado de China", dijo Gómez.

El presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, explicó que las acciones emprendidas por el Gobierno, en materia arancelaria, deben ser muy bien estudiadas por los equipos técnicos de ambas partes, porque "igual faltó buscar una medida de apoyo al sector exportador confeccionista como lo tiene Perú, para no centrar toda la atención en el mercado interno".

Demanda

Demanda interna

Para analizar la demanda interna más a fondo se deben explicar las tres medidas que harán que el sector se recupere y desarrolle. En primera medida, está el incremento de los aranceles, que se hará de forma temporal, y la aplicación de un arancel mixto que será un gravamen específico para productos importados de la cadena textil-confección; con esto se grava con un 40% el valor de la importación (se incluye todo lo que viene sub-facturado), lo cual lleva a la estimulación del consumo interno, porque nos coloca reglas de juego más justas con la competencia externa.

Como segunda medida, a través de una fuerza especial conformada por nueve fiscales que realizarán la investigación y judicialización de quienes incurran en prácticas de contrabando. Esto a razón, de que este flagelo afecta más del 30% de lo que se comercializa en la cadena textil con el mecanismo de lavado de activos.

Como tercera medida, el plan padrino el cual empresas grandes se comprometen a apoyar a pequeñas que se formalicen.⁸

Como recomendaciones, PROCOLOMBIA identificó que es importante adaptar el producto a los gustos y tendencias del mercado al cual se piensa exportar; presentar propuestas con colección de verano e invierno; evaluar actividades de marketing para posicionar marca en el mercado; visitar el mercado para conocer tendencias; y ofrecer flexibilidad en los despachos frente a los proveedores de Asia.⁹

⁸ Área económica, periódico la republica. Véase en: www.larepublica.co/empresas/demanda-interna-de-la-industria-textil-crecer

⁹ Informe Procolombia con alianza del pacifico. Véase en: www.procolombia.co/print/18136

Oferta

La producción del sector textil y confecciones presenta este año un crecimiento del 7,9 %, cifra muy favorable con respecto a años anteriores cuando el dumping proveniente de Asia casi elimina a las empresas colombianas.

En el territorio nacional, según Inexmoda el eslabón de las confecciones se reparte principalmente entre las redes empresariales de Antioquia y Bogotá, pero a nivel general, las empresas de textiles se encuentran ubicadas en las siguientes ciudades principalmente: Medellín, Bogotá, y las otras ciudades como Cali, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibagué y Bucaramanga. En el departamento de Antioquia y localizadas en el Valle de Aburra se encuentran las tradicionales y antiguas empresas textiles del país, Coltejer y Fabricato – Tejicondor, que trabajan a partir de algodón y sus mezclas, en las que se produce el 34% del tejido nacional. En Bogotá se encuentran las productoras de tejidos de punto, a partir de mezclas de algodón y fibras sintéticas. Ambas redes tienen especializaciones y diferencias de comportamiento así, las antioqueñas generan más valor agregado y dedican una proporción importante, más del 40%, a la exportación, la que esperan incrementar con las nuevas inversiones en Fabricato, mientras la industria bogotana destina el 90% al consumo interno, el que complementa con algunas importaciones. En el departamento del Valle hay otra red empresarial, con seis empresas que combinan producción nacional y comercio de bienes importados.

Tabla 5. Especialidad del clúster

Antioquia	Integrar y consolidar el <i>cluster</i> de confecciones como uno de los principales renglones de exportación.
Atlántico	Posicionar el departamento como un centro internacional de diseño y confecciones.
Bolívar	Ampliar el complejo de producción, desmote y comercialización de fibra y semilla de algodón a 10.000 hectáreas para el año 2010.
Caldas	Fortalecer e impulsar el eslabón de confecciones: calzado, desarrollo artesanal y alianza "Cosiendo el futuro".
Región Cundinamarca-Bogotá	Textil y confecciones: apuesta transversal.
Norte de Santander	Conformar el <i>cluster</i> de las confecciones.
Quindío	Conformar y articular la cadena de confecciones y marroquinería, implementando una estrategia de diferenciación de producto, para el mercado internacional.
Región Orinoquia-Amazonas	Creación de <i>clusters</i> agroindustriales, con variedad de productos orientados a los mercados nacional e internacional.
Risaralda	En 2017, aumentar la participación de la cadena de confecciones en las exportaciones nacionales a Estados Unidos en un 15% y duplicar dicha participación hacia la
	región Andina
Santander	Hacer de Santander en el 2012 una región reconocida nacional e internacionalmente por la calidad de sus productos en el macro sector de prendas de vestir (calzado, confecciones y joyería).
Tolima	Consolidar la cadena algodón-textil-confección, aumentando anualmente la producción de algodón y el desarrollo industrial en 5%.
Valle del Cauca	Cadena productiva de las confecciones.

Fuente. LEGICOMEX

Barrera de entrada

Impacto político

Luego de unas dos décadas de altibajos, los sectores de textiles, confecciones, cueros y calzado, actividades afectadas por el contrabando, la competencia desleal, la subfacturación y la lenta reconversión tecnológica, entre otros males, podrían ver en el 2015 un buen año.

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, dijo que "la industria textil-confección es estratégica en la generación de empleo y para la estabilidad social del país. Esto hace que este sector actualmente reciba múltiples apoyos del Gobierno Nacional, con el objetivo de apoyar el crecimiento, a tal punto de llegar a aumentar hasta un 60% la demanda interna de compras y el mercado nacional a los fabricantes, siempre y cuando se complementen estas políticas con una reconstrucción del sector, ya que por falta de esto se ha venido destruyendo paulatinamente.

Impacto económico

El sector de confección en Bogotá tiene el mayor porcentaje de ingresos operativos después de Medellín, lo que hace factible un impacto rentable en la actividad de este sector.

Las pymes tienen una acogida favorable por parte del diversos entes económicos y financieros dispuestos a apoyar la creación de estas, proporcionándoles un porcentaje considerable de su capital semilla de inversión y confiriéndoles facilidades y beneficios de pago.

Impacto social

En esta actividad económica, se fomenta el empleo, ya que se necesitan operarios para la producción de las prendas de vestir femeninas.

Impacto tecnológico

Es fundamental tener procesos eficientes en la producción de prendas de vestir, donde se dé la mejor calidad, a los menores costos posibles, por eso la tecnología juega un lugar importante en el método de fabricación.

Impacto ambiental

De otra parte, el sector ofrece alternativas en reusó de materiales, debido fundamentalmente a que los residuos producidos son retazos que pueden ser

utilizados en otras actividades productivas, tales como moñas, relleno de almohadas, accesorios, entre otros.

Impacto legal

Proyecto de ley 94 de 2013 Para el contrabando de mercancías, las penas de cárcel aumentan hasta en 4 años, pues actualmente contemplan de 3 a 5 años cuando la mercancía sea de cuantía superior a 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes (\$32 millones), y de 5 a 8 años cuando la cuantía sea mayor a 200 salarios mínimos (\$128 millones).

SEGMENTACIÓN

El tipo segmentación es por consumo porque el proyecto va enfocado a un grupo social como distribuidores, mayoristas, minoristas y clientes finales. Dentro de esta segmentación de consumo se evalúa la segmentación geográfica, demográfica, psico-gráfico, conductual y multi-atributo.

Segmentación geográfica

Se tomara como micro segmentación Bogotá, puesto que es el principal centro industrial del país por número de establecimientos, participación en la producción 21.8% (\$21.8 billones), valor agregado 22.5% (\$9.6 billones), ventas industriales al exterior 12.1% (\$2.3 billones) y generación de empleo industrial nacional 30.6% (174 596 personas), al igual que es el centro político, financiero, administrativo, comercial, cultural y educativo del país.

El estrato que se tomara para el presente proyecto es el estrato dos, tres y cuatro puesto que es una de las poblaciones más grandes adicional tiene características de ingresos similares que permite que tengan accesibilidad al producto y al tener esta población la contribución hacia la reutilización, conservación y apoyo al medio ambiente tiene mayor impacto socioeconómico.

Basado en lo anterior se definirá **N** según los datos dados por el DANE y se dará la ubicación en el respectivo mapa tanto del sitio, micro y nicho:

Sitio:

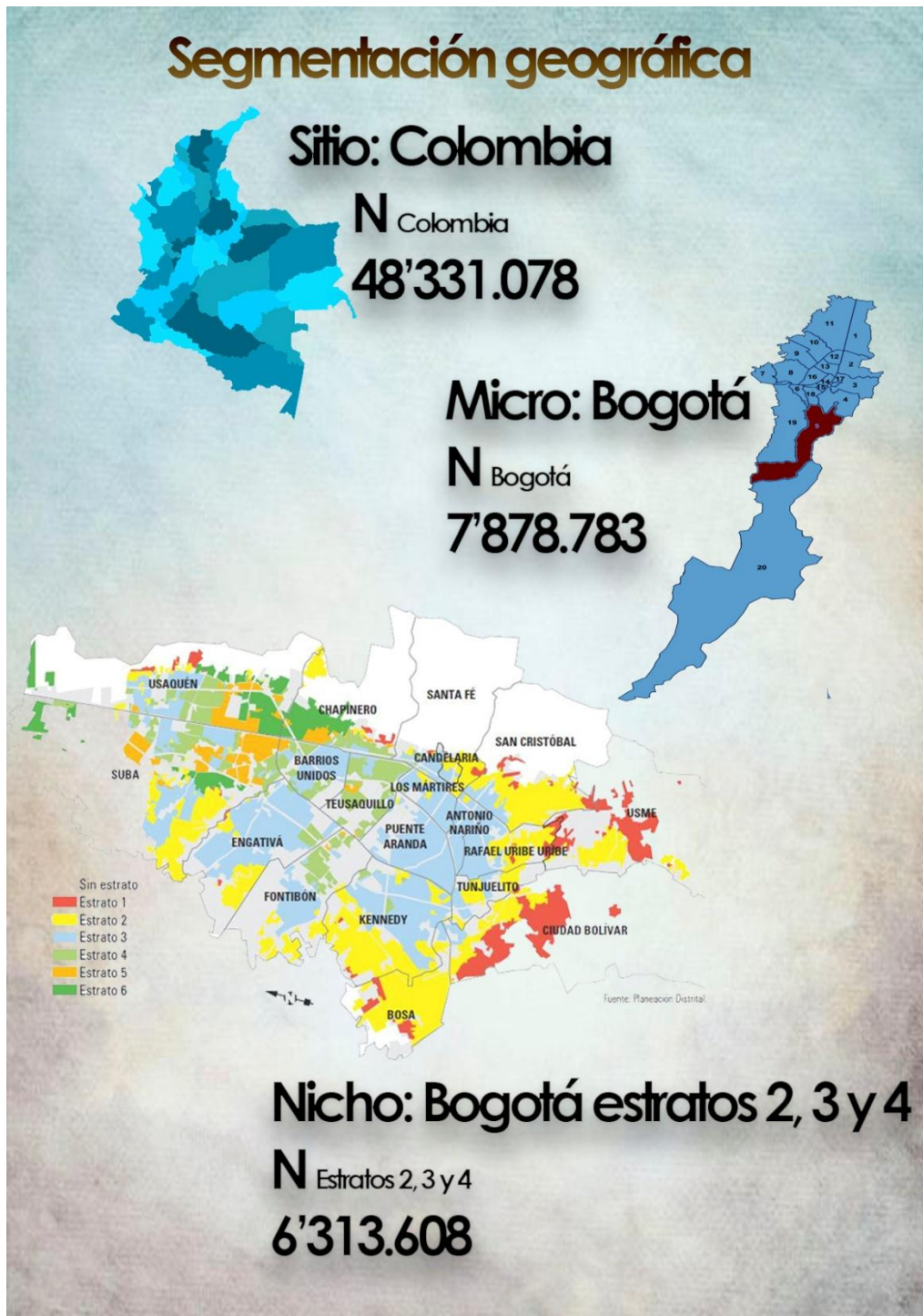
Tabla 6. Población por estrato

	Población por estrato socioeconómico							Total Personas
	Personas Sin estrato *	Personas 1. Bajo - bajo	Personas 2. Bajo	Personas 3. Medio - bajo	Personas 4. Medio	Personas 5. Medio - Alto	Personas 6. Alto	
Total Bogotá D.C.	122.526	705.536	2.938.962	2.668.455	706.191	195.873	130.261	7.467.804

Fuente:

<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>

Ilustración 7. Segmentación geográfica



Fuente. DANE

Segmentación psico-gráfica

De esta segmentación se observa la población de estrato 2, 3 y 4 hogares y viviendas según localidad

Nivel de habitabilidad

Tabla 7. Habitabilidad en Bogotá

LOCALIDAD	Personas			
	Personas 2. Bajo	Personas 3. Medio – bajo	Personas 4. Medio	Total Personas
KENNEDY	539222	444872	21153	1005247
SUBA	403049	380699	152745	936493
ENGATIVA	213995	582996	29953	826944
BOSA	509372	16770	0	526142
SAN CRISTOBAL	315539	59897	0	375436
FONTIBON	70094	169962	96793	336849
RAFAEL URIBE URIBE	189871	146564	0	336435
USAQUEN	32134	144523	132790	309447
CIUDAD BOLÍVAR	236356	24572	2	260930
PUENTE ARANDA	617	249039	0	249656
BARRIOS UNIDOS	0	126069	96434	222503
TUNJUELITO	116068	83220	0	199288
USME	196298	23	3	196324
TEUSAQUILLO	0	18747	119123	137870
ANTONIO NARIÑO	5014	100740	0	105754
LOS MARTIRES	8117	82448	6959	97524
SANTA FE	70020	19543	7630	97193
CHAPINERO	19087	6711	42379	68177
LA CANDELARIA	12354	10454	0	22808
SUMAPAZ	1755	606	227	2588
TOTAL	2938962	2668455	706191	6313608

Fuente.

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/ecvb/ECVB_07.pdf

Con esta información se puede concluir que la zona suroccidente y occidente concentran el mayor número de población de los estratos 2, 3 y 4.

N Bogotá estratos 2, 3 y 4	6.313.608
--------------------------------------	------------------

Fuerza laboral

Tabla 8. Fuerza laboral en Bogotá

LOCALIDAD	Población en edad de trabajar	Población económicamente activa	Tasa global de participación	Ocupados	Tasa de ocupación	Desocupados	Tasa de desempleo
CHAPINERO	110691	63440	57,31	61112	55,21	2328	3,67
SUMAPAZ	4509	1177	26,11	1116	24,75	62	5,22
TEUSAQUILLO	125707	66081	52,57	62484	49,71	3597	5,44
USAQUEN	371698	185990	50,04	175729	47,28	10261	5,52
FONTIBON	266406	138870	52,13	130632	49,03	8238	5,93
BARRIOS UNIDOS	200429	107459	53,61	100625	50,2	6834	6,36
SUBA	818262	437319	53,44	408105	49,87	29214	6,68
SAN CRISTOBAL	326921	164254	50,24	153196	46,86	11058	6,73
KENNEDY	803990	420975	52,36	389253	48,42	31723	7,54
PUENTE ARANDA	214298	110960	51,78	102592	47,87	8368	7,54
BOSA	434286	224204	51,63	206739	47,6	17465	7,79
LOS MARTIRES	81045	44184	54,52	40728	50,25	3456	7,82
TUNJUELITO	150666	73848	49,01	67948	45,1	5901	7,99
ANTONIO NARIÑO	99849	48364	48,44	44241	44,31	4123	8,52
LA CANDELARIA	19300	10036	52	9173	47,53	863	8,59
ENGATIVA	697701	366709	52,56	334658	47,97	32051	8,74
USME	247247	128885	52,13	117215	47,41	11670	9,05
SANTA FE	79777	41896	52,52	37543	47,06	4352	10,39
RAFAEL URIBE URIBE	310100	147717	47,64	132286	42,66	15430	10,45
CIUDAD BOLIVAR	465697	224394	48,18	197601	42,43	26793	11,94
TOTAL	5828579	3006762		2772976		233787	

Fuente: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/ecvb/ECVB_07.pdf

El N total para la población y fuerza laboral del ítem de población en edad de trabajar es de 5.828.578, para la población económicamente activa es total es de 3.006.763, tasa global de participación 51,59, tasa de ocupados 47,58, desocupados 233.787 tasa de desempleo 7,78

Si se le da más valor a las localidades con menor tasa de desempleo se obtiene que Chapinero, Sumapaz, Teusaquillo, Usaquén y Fontibón son las mejores opciones en cuanto a fuerza laboral por parte de sus habitantes.

Segmentación demográfica

Nivel de estratificación por sexo y grupos de edad pronosticados por la secretaria de planeación distrital para el 2016.

Tabla 9. Distribución por edad y género en Bogotá

GRUPOS DE EDAD	2015		
	HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS
Total	3.810.013	4.068.770	7.878.783
0-4	309.432	293.798	603.230
5-9	306.434	291.748	598.182
10-14	309.819	295.249	605.068
15-19	325.752	316.724	642.476
20-24	338.888	331.072	669.960
25-29	319.048	316.585	635.633
30-34	313.458	344.416	657.874
35-39	293.158	321.621	614.779
40-44	254.902	281.441	536.343
45-49	242.123	274.714	516.837
50-54	225.926	263.777	489.703
55-59	183.930	222.154	406.084
60-64	138.521	171.404	309.925
65-69	101.631	128.566	230.197
70-74	68.583	90.087	158.670
75-79	41.392	62.014	103.406
80 +	37.016	63.400	100.416

Fuente. Secretaria de planeación distrital

La estratificación por sexo y según grupo y edad previsto para el 2016 Bogotá cuenta con un N para las mujeres de 4.088.770 habitantes y por localidad esta de la siguiente manera:

Ahora por localidad en total tenemos los datos de la siguiente tabla:

Tabla 10. Distribución por edad en Bogotá

LOCALIDAD	GRUPOS DE EDAD	2015		
		HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS
Suba	Total	557.588	617.148	1.174.736
Kennedy	Total	521.766	547.703	1.069.469
Engativá	Total	418.890	455.865	874.755
Ciudad Bolívar	Total	336.796	351.127	687.923
Bosa	Total	316.343	330.490	646.833
Usaquén	Total	229.094	264.972	494.066
Usme	Total	214.039	218.685	432.724
San Cristóbal	Total	198.396	207.629	406.025
Fontibón	Total	180.174	200.279	380.453
Rafael Uribe Uribe	Total	184.837	190.270	375.107
Puente Aranda	Total	127.204	131.210	258.414
Barrios Unidos	Total	115.855	125.105	240.960
Tunjuelito	Total	99.269	100.779	200.048
Teusaquillo	Total	70.497	80.595	151.092
Chapinero	Total	64.685	73.185	137.870
Antonio Nariño	Total	53.103	55.838	108.941
Santa Fe	Total	55.489	54.564	110.053
Los Mártires	Total	49.840	48.918	98.758
La Candelaria	Total	12.799	11.297	24.096
Sumapaz	Total	3.349	3.111	6.460

Fuente. Secretaria de planeación distrital.

Por edad

Tabla 11. Distribución por sexo en Bogotá

LOCALIDAD	GRUPOS DE EDAD	2015		
		HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS
Suba	15-39	235.207	250.156	485.363
Kennedy	15-40	221.007	223.890	444.897
Engativá	15-41	173.104	179.547	352.651
Ciudad Bolívar	15-42	142.454	145.150	287.604
Bosa	15-43	135.369	138.110	273.479
Usaquén	15-44	92.773	101.028	193.801
Usme	15-45	89.573	89.381	178.954
San Cristóbal	15-46	82.440	83.371	165.811
Fontibón	15-47	76.653	81.790	158.443
Rafael Uribe Uribe	15-48	76.351	75.571	151.922
Puente Aranda	15-49	52.949	51.772	104.721
Barrios Unidos	15-50	44.075	44.320	88.395
Tunjuelito	15-51	41.453	40.373	81.826
Teusaquillo	15-52	28.658	30.270	58.928
Chapinero	15-53	28.230	29.651	57.881
Santa Fe	15-54	22.633	21.241	43.874
Antonio Nariño	15-55	20.704	20.611	41.315
Los Mártires	15-56	20.066	18.618	38.684
La Candelaria	15-57	5.378	4.465	9.843
Sumapaz	15-58	1.227	1.103	2.330

1.630.418

Finalmente al ver resultados tan similares comparados entre si se tendrá en cuenta la densidad poblacional con el fin de saber por hectárea cuantas personas viven así saber después donde es que se concentrarían más cantidad de personas de una manera más detallada.

Segmentación conductual

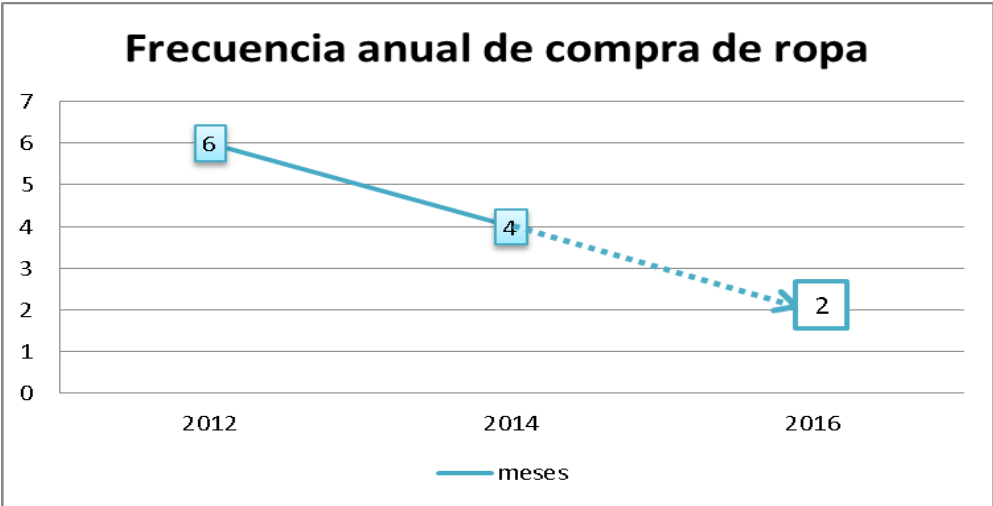
Tasa de uso:

La materia prima del producto son los textiles los cuales tienen una vida útil promedio de tres años aproximadamente y con respecto al perfume impregnado en la tela alcanza una vida de 4 a 6 meses, esto se refiere al tiempo en años que el bien puede ser utilizado normalmente, con mantenimiento adecuado, en buenas condiciones operativas y tecnológicas.

En cuanto a la vida útil de la prenda se puede determinar según el fabricante, el material del mismo aproximadamente dos a tres años respecto al cuidado o contablemente se devalúa un 20% después de acabado el aroma y un 10% anual, debido a que con el uso el desgaste de las uniones y las terminaciones se deteriora a pesar de los cuidados.

A diferencia de otros productos este no tiene un horario específico de uso, ni una selección definida por edad, ni una clasificación de utilización según características de las personas que habitan en dicho lugar, lo único que si es característico de este bien es la frecuencia con que las personas lo compran y lo desechan. La prenda la cual se producirá y comercializara en hogares de estratos dos, tres y cuatro será de uso general por tal motivo se podría determinar la duración según el cuidado y la frecuencia del mismo; pero con la ventaja de al tener como materia prima textiles nacionales de buena calidad puede brindar una mayor duración.

Ilustración 8. Frecuencia compra de ropa

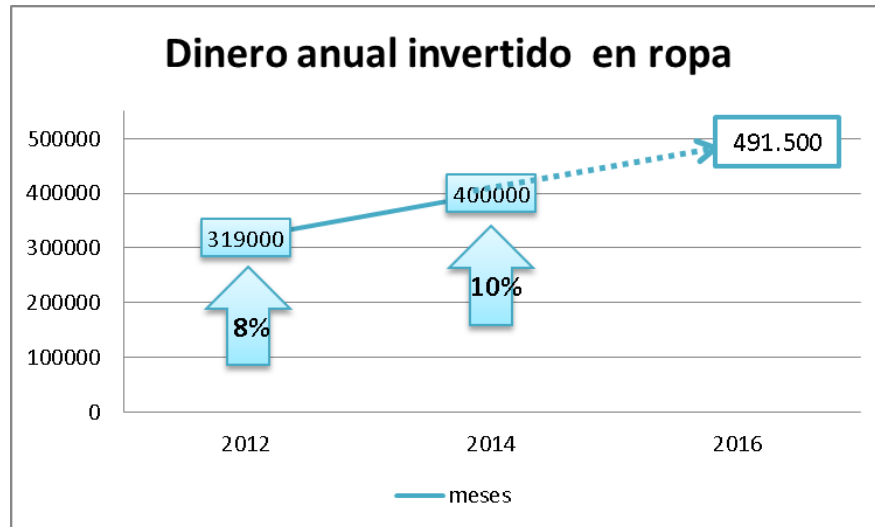


Fuente. Inexmoda

Según el observatorio de Inexmoda y Raddar los colombianos aumentaron la frecuencia de compra de ropa, lo que era cada 6 meses en 2012 al 2014 fue cada 4 meses con picos de compras a final de año.¹⁰

Adicionalmente también este observatorio afirmó que los colombianos compran ropa por gusto que por necesidad, y que invierten entre el 8% y el 10% de su salario en comprar ropa. Y en promedio anualmente un colombiano gasta aproximadamente \$400.000 en la adquisición de este bien.

Ilustración 9. Dinero anual invertido por los colombianos en ropa



Fuente. Inexmoda

Segmentación cuantitativa

Método Belson

Definiendo las distintas variables a definir para estimar de manera acertada el N final o muestra final, estimamos mediante un conjunto de diferentes variables dicotómicas con las que se trata de explicar el comportamiento de una población o variable a explicar.

Tenemos en cuenta que:

Ri = Consumidores reales de la muestra.

Ti= Consumidores teóricos.

Y también teniendo en cuenta que para cada lista de variables sus datos poseen errores diferentes, en este caso debidos a que no todos los miembros de la población fueron clasificados en una categoría funcional para el criterio que se ha establecido en esta segmentación.

¹⁰ Observatorio de Inexmoda. Véase en: <http://www.inexmoda.org.co/ObservatoriodeModa/tabid/5250/Default.aspx>

Tabla 12. Tabulación cruzada

POBLACIÓN	COLOMBIA	48.331.078	TABULACIÓN CRUZADA		
MUESTRA	BOGOTA	7.878.783			
	SI	%	NO	%	TOTAL
GENERO					7878783
FEMENINO	3260481	41%	808289	10%	4068770
MASCULINO	3053127	39%	756886	10%	3810013
EDAD					7878783
0-15	1527277	19%	279203	4%	1806480
15-39	2722939	35%	497783	6%	3220722
40 o más	2410851	31%	440730	6%	2851581

POBLACIÓN	COLOMBIA	48.331.078	TABULACIÓN CRUZADA		
MUESTRA	BOGOTA	7.878.783			
	SI	%	NO	%	TOTAL
GENERO					7878783
FEMENINO	3260481	41%	808289	10%	4068770
MASCULINO	3053127	39%	756886	10%	3810013
EDAD					7878783
0-15	1527277	19%	279203	4%	1806480
15 o más	5133790	65%	938513	12%	3220722

POBLACIÓN	COLOMBIA	48.331.078	MÉTODO BELSON						
MUESTRA	BOGOTA	7.878.783							
	SI	%	SI TEORICO	DETERMINANTE	NO	%	NO TEORICO	DETERMINANTE	TOTAL
GENERO									7878783
FEMENINO	3260481	41%	80%	39	808289	10%	10%	0	4068770
MASCULINO	3053127	39%	80%	41	756886	10%	10%	0	3810013
EDAD									7878783
0-15	1527277	19%	85%	66	279203	4%	15%	11	1806480
15 o más	5133790	65%	85%	20	938513	12%	15%	3	3220722

Fuente. Autores

Conclusiones que se obtienen a partir de dos o más tabulaciones cruzadas y se invierten cuando se agregan los datos en una sola tabulación cruzada.

Esto es una clara representación de lo que habitualmente se da a ilustrar la situación es la comparación de los estratos socioeconómicos de la ciudad de Bogotá, que pueden favorecer de forma global al estrato bajo y medio frente al estrato alto, y sin embargo al analizarlas por procedimientos se descubre que este juicio será de difícil cambio si manejan como variables independientes.

Ahora vemos que el nivel de habitabilidad de la ciudad en cuanto a género y edad poseen un sesgo mayor en comparación de los demás esto solo nos puede indicar que aunque estos datos representan una base importante de información su peso a la hora de decidir debe ser menor en comparación a las otras o podría haber un riesgo de una segmentación con errores casi tan grandes como los de este grupo de datos; ya que $q = 0.07$, para cada uno de ellos es relativamente alto.

En cuanto a la proporción de fuerza laboral esta se debe manejar con cautela ya que sus valores de favorabilidad son los menores comparados a los demás aunque su error no sea el más alto. Se concluye este análisis con el siguiente orden para analizar finalmente las variables influyentes a la hora de segmentar.

En primer lugar. Para el estrato socioeconómico E=3%

En segundo lugar. Por la edad E=20%

En cuarto lugar. Por el género E=39%

En cuarto lugar. Para el nivel de fuerza laboral E=0% (es indiferente esta variable a la hora de segmentar)

Se obtuvo que lo más adecuado fuera trabajar para este proyecto, con la población de Bogotá que cumpla con las siguientes características:

1. Población que se encuentre dentro del nivel medio con respecto a las clases sociales, es decir, que pertenezca a los correspondientes estratos 2,3 y 4.

(N=6.313.608)

2. Que por edad estén entre los 15 o más años de edad.

(N=4865998)

3. Que los consumidores potenciales sean del género femenino.

(N=2530319)

4. En cuanto a la fuerza laboral, al ser indiferente no se segmenta pero si se deja denotado como posible intervalo.

(N=2329032)

2.329.032 es el número total de clientes potenciales.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tipo de fuente

Fuente primaria

Datos producto de la realización de encuestas, charlas y entrevistas con las personas de las cuales se quiere obtener información.

Encuesta “Prueba piloto de ropa femenina en la ciudad de Bogotá”

Fuentes secundarias

Datos estadísticos (del gobierno o privados), estudios e investigaciones que han sido realizados por otros organismos.

Tipo de muestreo

Los diferentes tipos de muestreo se clasifican en dos grupos probabilístico y no probabilístico; el muestreo probabilístico se basa en la homogeneidad; es decir todos los individuos tienen igualdad de probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra existen ciertos métodos en este tipo de muestreo,

como lo son el muestreo aleatorio simple, el muestreo aleatorio sistemático, el muestreo aleatorio estratificado y el muestreo aleatorio por conglomerado.

Mientras que el muestreo no probabilístico se utiliza principalmente para estudios exploratorios es muy costoso los métodos de este muestreo son: muestreo por cuotas, muestreo intencional, bola de nieve y muestreo discrecional.

El tipo de muestra que se utilizó es el Probabilístico puesto que la población seleccionada tiene características homogéneas las cuales son:

- Hacen parte del estrato 2,3 y 4
- Edad mayor a 15 años
- Vivan en Bogotá

El tipo de muestreo que se utilizó, fue muestreo estratificado puesto que se consideraron diferentes características del estrato 2, 3 y 4, las cuales se agruparon y según esto se filtró por medio de los datos homogéneos entre estos grupos y se seleccionó la muestra a la cual se aplicó la encuesta.

Tipo de muestra

El tamaño de la muestra se obtiene teniendo en cuenta una población, un nivel de confianza y un error, para este proyecto, se determinó una n de población infinita debido a que la población es de más de 3'000.000 de personas y se calculará con la siguiente fórmula:

Ecuación 1. Fórmula tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Fuente. Estadística Schawn - Murray R. Spigel & Larry J. Stephens.

Donde;

n: Tamaño de la muestra.

Z: Valor obtenido mediante niveles de confianza. En este caso, se toma un nivel de confianza del 99% y su valor obtenido es de $Z= 2,575$, teniendo en cuenta la

E: Límite aceptable de error de muestra que, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,1), en base al nivel de confianza anterior a través del método de la interpolación el error será de 7.28%. = 0,0728

P: Valor de proporción conocida= 0,50

Q: Valor de proporción no conocida error= 0,50.

Ecuación 2. Calculo de la muestra

$$n = \frac{2,575^2 * 0,5 * 0,5}{0,0728^2} = 313$$

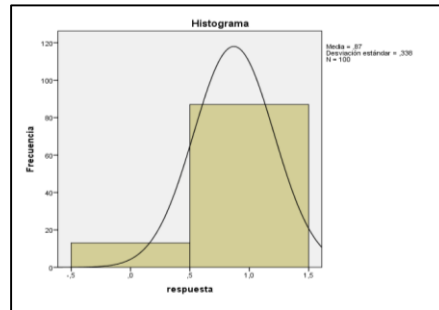
Análisis de cuestionario y resultados obtenidos

A continuación se describirá el motivo por el cual se hizo cada una de las preguntas

1. ¿A qué genero pertenece?

Esta pregunta fue filtro y para el análisis se tomaron solo los resultados de la población femenina, reservando los de la población masculina para posteriores estudios.

Ilustración 10. Análisis pregunta 1



Ho: $\mu = 50$ Las respuestas se producen con probabilidades de igualdad.

H1: $\mu \neq 50$

Prueba estadística

Tabla 13. Variación pregunta 1

Análisis de la varianza					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor critico para F
Entre grupos	5238,00		5238,00	1,91	1,32
Dentro de los grupos	2738,00		2738,00		
Total	7976,00	1,00			

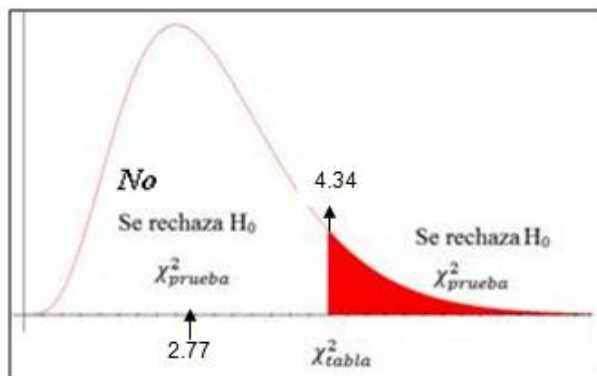
Fuente. Autores

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La secuencia de valores definida por respuesta = (si) y (no) es aleatoria.	Prueba de rachas para una muestra	,000	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Ilustración 11. Distribución pregunta 1



Fuente. Autores

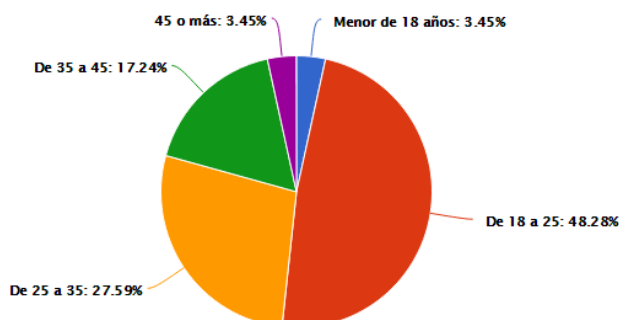
Decisión: Se rechaza la hipótesis nula, lo cual indica que existen diferencias significativas en relación al promedio de las respuestas.

Por lo tanto, se puede concluir que los encuestados el 80% es población femenina mientras que el restante pertenece a población masculina.

2. De los siguientes intervalos ¿En cuál esta su edad?

Se hizo con el fin de estimar en que rango de edad habría mayor cantidad de clientes potenciales.

Ilustración 12. Intervalos de edad



Fuente. Autores

Tabla 14. Totales pregunta 2

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Menor de 18 años	3,45%	11
De 18 a 25	48,28%	152
De 25 a 35	27,59%	86
De 35 a 45	17,24%	53
45 o más	3,45%	11

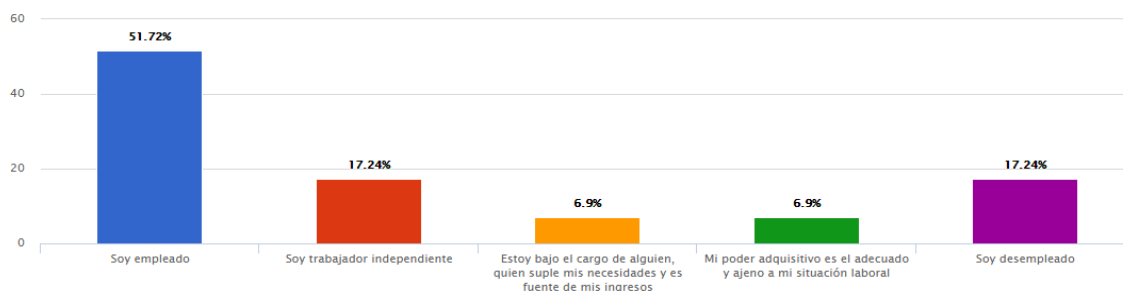
Fuente. Autores

Por lo tanto, se puede concluir que la mayoría de la población perteneciente a la muestra está en un rango de edad entre los 18 a 25 años, le sigue el grupo etario entre los 25 y 35 años, luego el grupo entre los 35 a 45 años, hasta finalmente los menores de 18 años y los mayores de 45.

3. De su situación económica podría afirmarse que:

Es para saber de nuestra población cual tendría la capacidad de comprar y adquirir nuestros productos con más facilidad.

Ilustración 13. Situación económica



Fuente. Autores

Tabla 15. Totales pregunta 3

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Soy empleado	51,72%	162
Soy trabajador independiente	17,24%	53
Estoy bajo el cargo de alguien	6,90%	22
Dinero ganado no laboralmente	6,90%	23
Soy desempleado	17,24%	53

Fuente. Autores

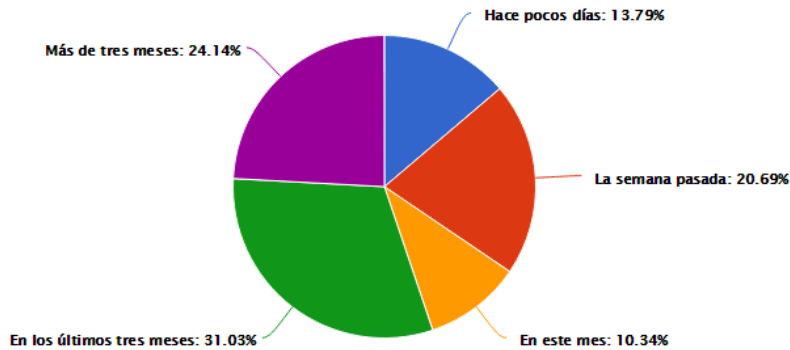
Por lo tanto, se concluye que la población en su mayoría es empleada, el siguiente grado mayoritario de ocupación es el de trabajador independiente, le sigue el

dinero ganado de otras maneras diferentes a las laborales y las personas que dependen económicamente de alguien más y finalmente las personas desempleadas.

4. ¿Cuándo fue la última vez que compró ropa?

Es para estimar la frecuencia bajo la cual nuestros posibles clientes comprarían y así con esto estimar y ajustar los pronósticos.

Ilustración 14. Última compra realizada



Fuente. Autores

Tabla 16. Totales pregunta 4

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Hace pocos días	13,79%	44
La semana pasada	20,69%	64
En este mes	10,34%	33
En los últimos 3 meses	31,03%	97
Más de 3 meses	24,14%	75

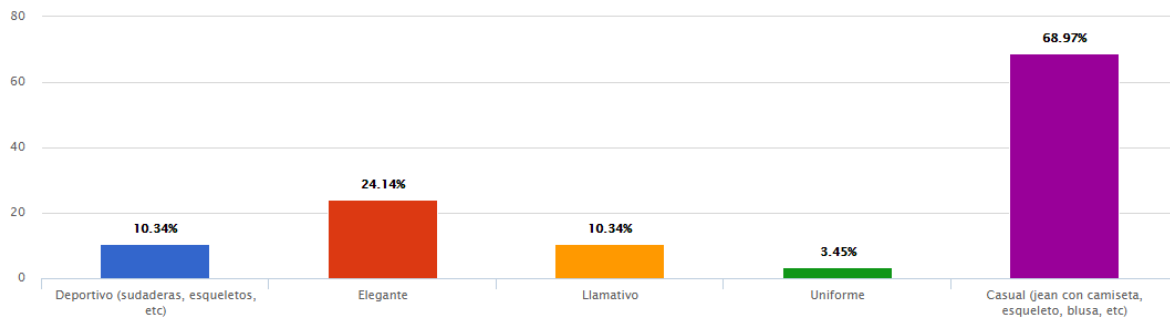
Fuente. Autores

Se concluye por tanto, que la mayoría de las personas por lo menos en los últimos tres meses ha comprado ropa, el siguiente grupo mayoritario afirma adquirieron ropa hace más de tres meses, el tercer grupo al contrario de los anteriores adquirieron ropa en un rango más pequeño de tiempo (la semana pasada), mientras que el resto afirma que hace pocos días y otros que en este mes.

5. ¿Qué tipo de estilo prefiere para vestir?

Es para determinar que diseño y características están dentro de las preferidas por los posibles clientes.

Ilustración 15. Estilo preferido para vestir



Fuente. Autores

Tabla 17. Totales pregunta 5

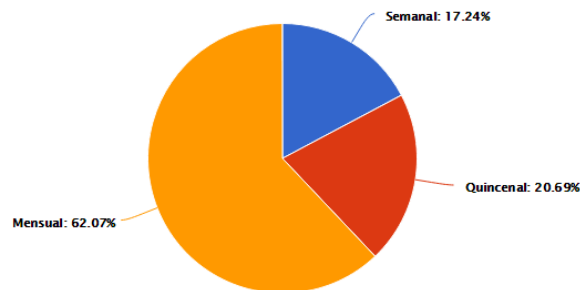
Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Deportivo	10,24%	23
Elegante	24,14%	55
Llamativo	10,34%	33
Uniforme	3,45%	16
Casual	68,97%	186

Fuente. Autores

Se puede concluir que la población encuestada prefiere en su mayoría vestir un estilo casual, el siguiente grupo mayoritario prefiere vestir elegante, mientras que los dos siguientes hacen preferencia en los estilos deportivos y llamativos, finalmente el estilo uniformado fue el menos deseado.

6. ¿Con que frecuencia desearía comprar ropa nueva?
 Esta pregunta es para poder estructurar el plan de mercadeo con el fin de estimar la frecuencia de las campañas de publicidad, periodicidad de las ofertas, etc.

Ilustración 16. Frecuencia deseada de compra



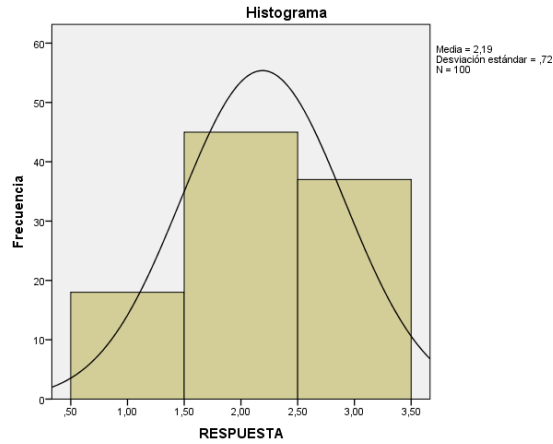
Fuente. Autores

Ilustración 17. Total pregunta 6

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Semanal	17,24%	53
Quincenal	20,69%	64
Mensual	62,07%	194

Fuente. Autores

Ilustración 18. Análisis pregunta 4



Fuente. Autores

Ho: $\mu = 33.3$ Las respuestas se producen con probabilidades de igualdad.

H1: $\mu \neq 33.3$

Prueba estadística

Tabla 18. Variación pregunta 6

Análisis de la varianza					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor critico para F
Entre grupos	1443,78		721,89	4,34	2,77
Dentro de los grupos	332,67		166,33		
Total	1776,44	2,00			

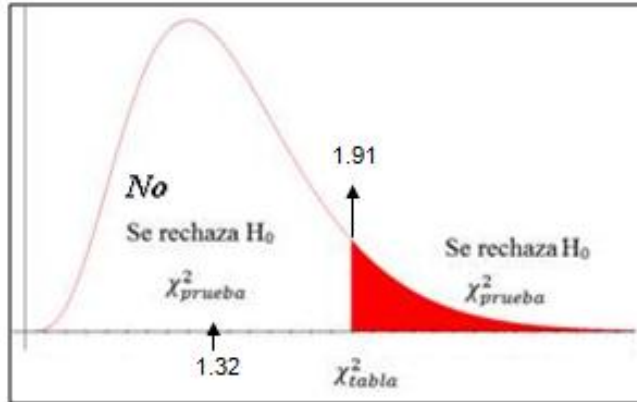
Fuente. Autores

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de RESPUESTA se producen con probabilidades de igualdad.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,003	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Tabla 19. Análisis pregunta 6



Fuente. Autores

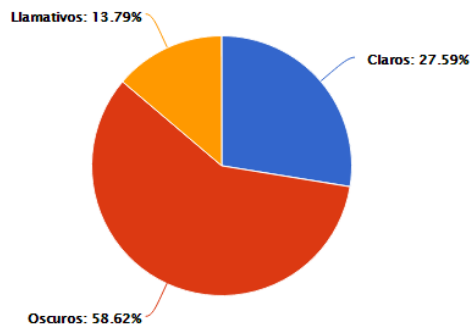
Decisión: Se rechaza la hipótesis nula, lo cual indica que existen diferencias significativas en relación al promedio de las respuestas.

Se concluye que las personas encuestadas desearían en su mayoría comprar ropa cada mes, seguido de los que prefieren comprar ropa cada quincena y en última preferencia los que desean comprar ropa cada semana.

7. A la hora de comprar ropa le gustan los tonos:

Esta pregunta diseñada igualmente para saber elegir los materiales a la hora de comprarlos y tener esta información a la hora de elaborar el diseño.

Ilustración 19. Tonalidades preferidas



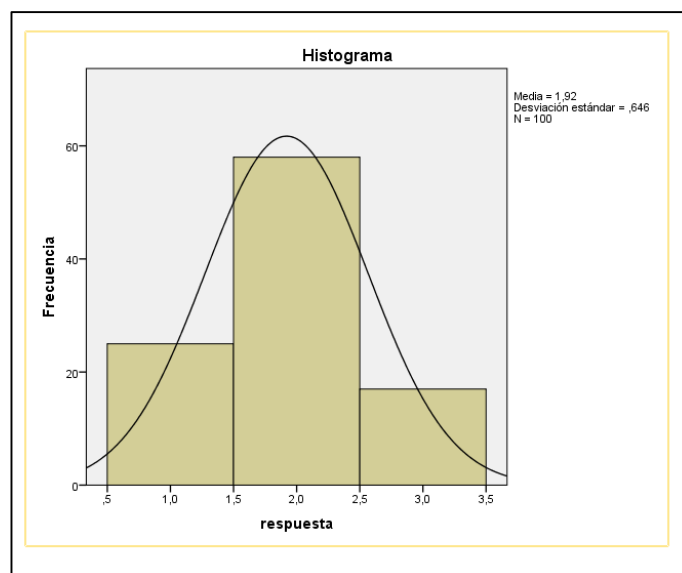
Fuente. Autores

Tabla 20. Total pregunta 7

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Claros	27,59%	86
Oscuros	58,62%	183
Llamativos	13,79%	44

Fuente, Autores

Ilustración 20. Análisis pregunta 7



Fuente. Autores

Ho: $\mu = 33,33$ Las respuestas se producen con probabilidades de igualdad.

H1: $\mu \neq 33,33$

Prueba estadística

Ilustración 21. Variación pregunta 7

Análisis de la varianza					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor critico para F
Entre grupos	2055,78		1027,89	2,18	2,77
Dentro de los grupos	944,67		472,33		
Total	3000,44	2,00			

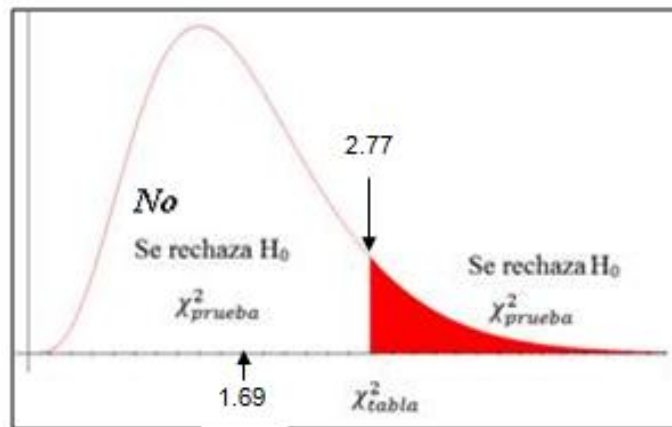
Fuente. Autores

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de RESPUESTA se producen con probabilidades de igualdad.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	No rechace la hipótesis nula

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es .05

Ilustración 22. Análisis pregunta 7



Fuente. Autores

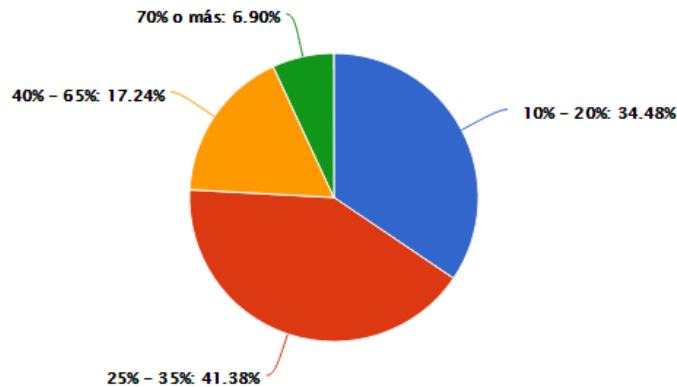
Decisión: No se rechaza la hipótesis nula, lo cual indica que no existen diferencias significativas en relación al promedio de las respuestas. Y las respuestas si se producen con probabilidades de igualdad.

Se concluye que a las personas les agradan mas los colores y tonos oscuros para vestir sobre los tonos y colores claros, finalmente muy pocas personas gustan de los tonos y colores llamativos para vestir.

8. ¿Qué porcentaje de los ingresos mensuales que recibe destina para comprar ropa?

Esta pregunta se hace para estimar cuánto dinero tendrían nuestros futuros clientes para invertir comprando en nuestras tiendas y cuanto estarían dispuestos a pagar.

Ilustración 23. Ingresos mensuales



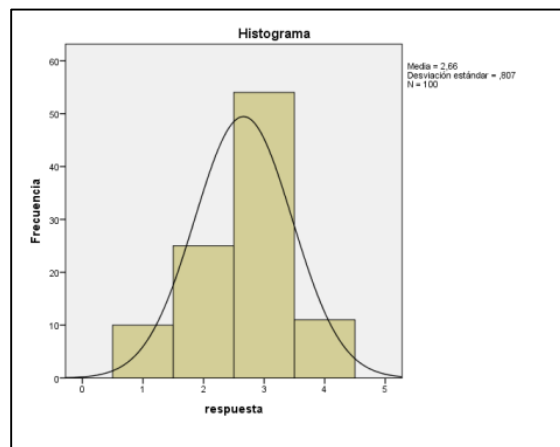
Fuente. Autores

Tabla 21. Total pregunta 8

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
10% - 20%	34,48%	108
25% - 35%	41,38%	130
40% - 65%	17,24%	53
70% o más	6,90%	22

Fuente. Autores

Ilustración 24. Análisis pregunta 8



Fuente. Autores

$H_0: \mu = 25$ Las respuestas se producen con probabilidades de igualdad.

$H_1: \mu \neq 25$

Prueba estadística

Tabla 22. Variación pregunta 8

Análisis de la varianza					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico para F
Entre grupos	1527,00		509,00	1,69	4,11
Dentro de los grupos	902,00		300,67		
Total	2429,00	3,00			

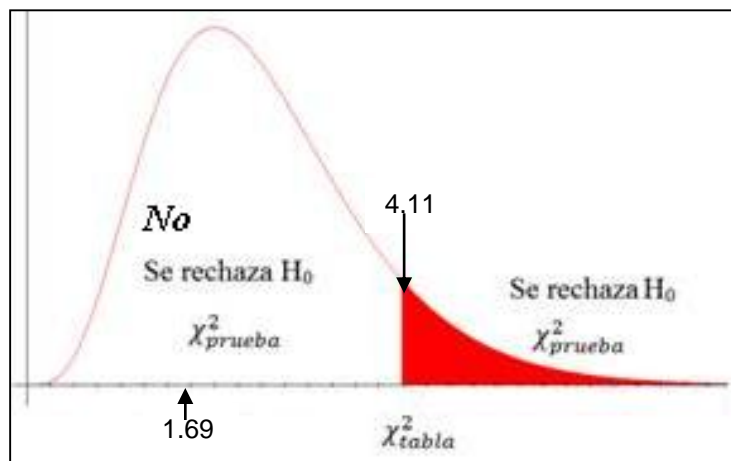
Fuente. Autores

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de RESPUESTA se producen con probabilidades de igualdad.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	.000	No rechace la hipótesis nula

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es .05

Ilustración 25. Análisis pregunta 8



Fuente. Autores

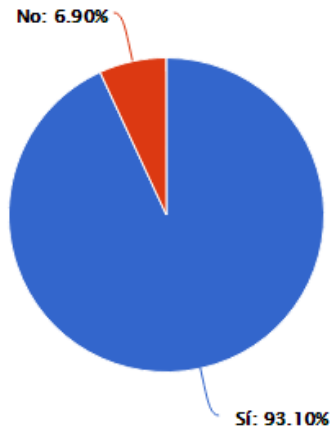
Decisión: No se rechaza la hipótesis nula, lo que significa que no existen diferencias significativas en relación al promedio de las respuestas. Y las respuestas si se producen con probabilidades de igualdad.

Se puede concluir que en su mayoría las personas invierten en ropa entre el 25% y 35% de su dinero, les siguen las que gastan entre el 10% al 20% de su dinero en ropa, el tercer dato mayor fueron el de las personas que invierten entre el 40% y el

65% de su dinero en ropa y el grupo menor fue el que solo gasta entre el 70% o más.

9. ¿Compraría ropa perfumada y fabricada con materiales 100% nacionales? Esta pregunta se hizo para saber si las personas, si comprarían la ropa de nuestro proyecto a base de materiales en su mayoría nacionales.

Ilustración 26. Interés en productos nacionales



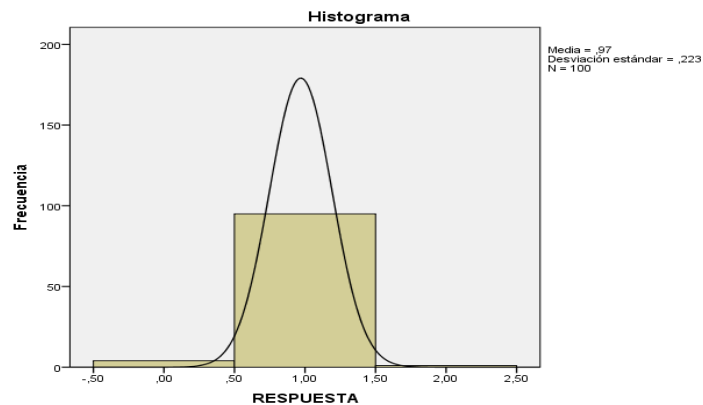
Fuente. Autores

Tabla 23. Total pregunta 9

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	93,10%	291
No	6,90%	22

Fuente. Autores

Ilustración 27. Análisis pregunta 9



Fuente. Autores

$H_0: \mu = 50$ Las respuestas se producen con probabilidades de igualdad.

$H_1: \mu \neq 50$

Prueba estadística

Tabla 24. Variación pregunta 9

Análisis de la varianza					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico para F
Entre grupos	6641,00		6641,00	1,60	1,32
Dentro de los grupos	4141,00		4141,00		
Total	10782,00	1,00			

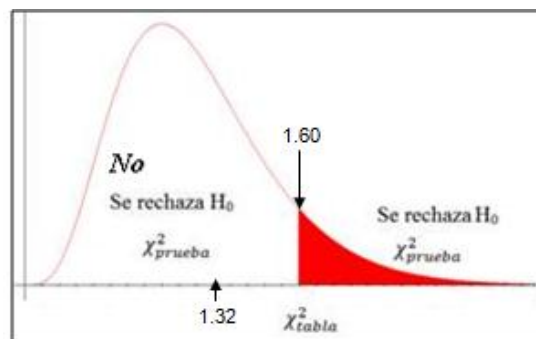
Fuente. Autores

Resumen de contrastes de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	Las categorías de RESPUESTA se producen con probabilidades de igualdad.	Prueba de chi-cuadrado para una muestra	,000	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Tabla 25. Análisis pregunta 9



Fuente. Autores

Decisión: Se rechaza la hipótesis nula, lo cual indica que existen diferencias significativas en relación al promedio de las respuestas.

Con esta pregunta final se puede determinar que las personas en su mayoría están muy interesadas en comprar y adquirir ropa perfumada.

PLAN DE MERCADO

Objetivo general del plan de mercadeo

Incrementar las ventas de la unidad estratégica vainilla clothes durante el periodo de introducción y desarrollo del producto.

Estrategia de producto

1. Catalogo en internet con los productos y precios
2. Modelos atractivas para exhibir los productos.
3. Publicidad en las redes sociales

Ilustración 28. Modelos faldas Vainilla Clothes



Fuente. es.pinterest.com/pin/519462138251049541/

Estrategia de precio

El producto entrará con la estrategia de descremación, con precios bajos comparados con los precios del mercado existente para generar recordación en la mente del consumidor.

Estrategia de distribución

Dentro del canal de distribución directo, vainilla clothes tendrá dos formas de ofrecer a los clientes los productos:

- 1) Como se trabaja tradicionalmente, por pedidos de los clientes que han buscado en vainilla clothes como su alternativa de ropa y moda.
- 2) La empresa ofrecerá sus productos empresariales a través de clientes mayoristas.

3) Se creará un catalogo Online donde se podrán comprar sus productos desde la comodidad del lugar que se encuentre.

Distribución por pedidos de los clientes:

Estrategia de promoción o comunicación

Plan de publicidad

Objetivos

- Posicionar el servicio y sus productos en las mentes de los usuarios, como elegante, casual, formal exclusivo y de alta calidad, además respaldado por los valores de la responsabilidad y el compromiso con los clientes.
- Crear un espacio de opinión en internet donde la empresa pueda interactuar con sus clientes recibiendo una retroalimentación constante.

A continuación se muestran en las tablas el plan de medios y el presupuesto del plan de publicidad que se llevará a cabo durante el año de desarrollo del plan de marketing y en concreto el plan de publicidad propuesto.

Ilustración 29. Tipo de publicidad

Flyer	<ul style="list-style-type: none">• Es un separador de libros elaborado con los colores y formas de blusas y faldas de vainilla clothes , con el que se brindará toda la información de la compañía y sus productos. Éste será distribuido en las actividades empresariales y además de los eventos donde la empresa tenga participación.
Video Institucional	<ul style="list-style-type: none">• Es un video donde se muestra quién la empresa, todo el portafolio de productos, además de los clientes atendidos y la especialidad e innovación de los productos.
Pendón	<ul style="list-style-type: none">• Estos se ubicarán en las exposiciones de las tiendas; en el se describirá el plan de relaciones públicas, en la página web y la página de Facebook.
Revistas	<ul style="list-style-type: none">• Se publicará en las revistas regionales en las que vainilla clothes por artículos se de a conocer, ejemplos de estas revistas: Revista Zoom, Revista Comunal, Btá; entre otras.
Internet	<ul style="list-style-type: none">• Crear la página web institucional donde las personas puedan conocer la empresa, además de un grupo de Facebook donde las personas puedan opinar abiertamente retroalimentando a la empresa y construyendo una comunidad virtual.

Fuente. Autores

Análisis de la demanda

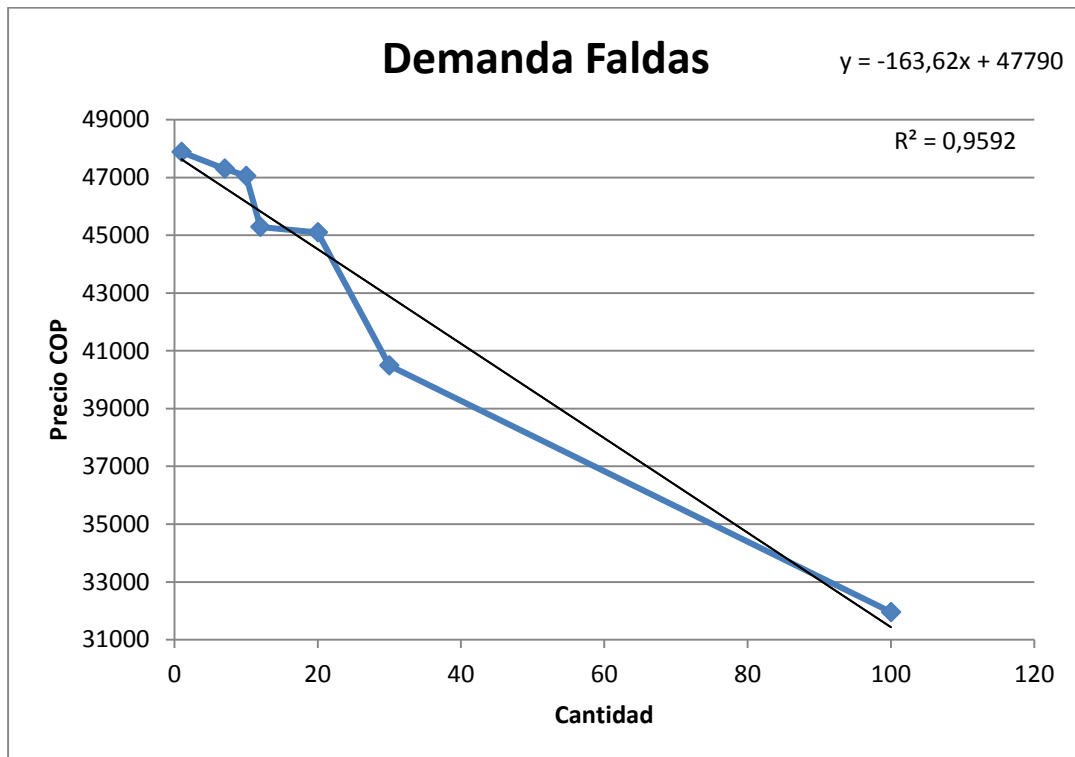
Para este análisis se usaron datos de la demanda de ropa hasta el 2016 (Ver anexo 1). La tabla resumida de precios y cantidades en las faldas, es la siguiente:

Tabla 26. Cantidad vs Precio Faldas

X	Y
1	47883
7	47303
10	47055
12	45291
20	45101
30	40492
100	31954

Fuente. Autores.

Ilustración 30. Gráfico de la demanda Faldas



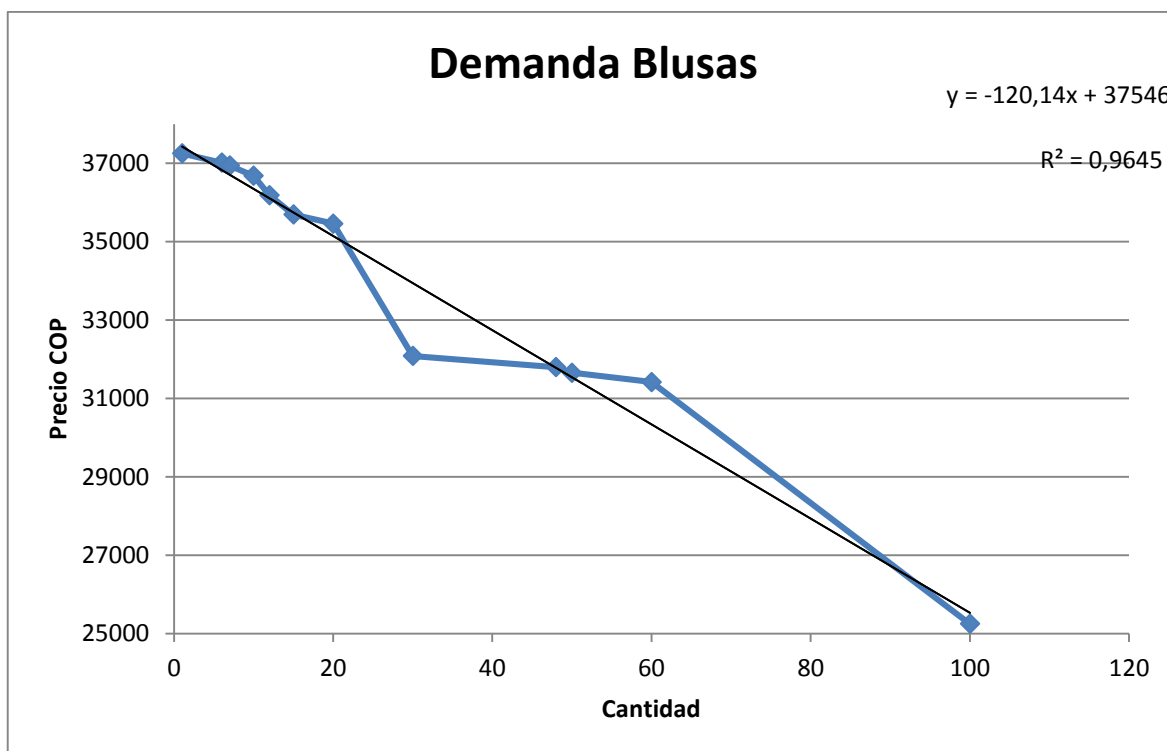
Fuente: Autores

La tabla resumida de precios y cantidades en las faldas, es la siguiente:

Tabla 27. Cantidad vs Precio Blusas

X	Y
1	37252
6	37014
7	36942
10	36680
12	36180
15	35690
20	35457
30	32084
48	31798
50	31655
60	31417
100	25250

Ilustración 31. Grafico de la demanda Blusas



Elasticidad precio de la demanda

Se realizó basado en las siguientes formulas:

Ecuación 3. Elasticidad precio de la demanda en el punto

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q}}{\frac{P_2 - P_1}{P}}$$

Ecuación 4. Elasticidad precio de la demanda en la curva

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}}$$

Elasticidad precio de la demanda Faldas

Tabla 28. Puntos Q para la demanda Faldas

Q1	7	P1	\$ 47.303,29
Q2	10	P2	\$ 47.054,71

Fuente. Autores.

Tabla 29. Resultados elasticidad precio demanda Faldas

	Resultado	
EPDCurva	-79,6	Inelástica
EPDPunto	-86,4	Inelástica

Fuente. Autores.

Se puede concluir que las faldas son de elasticidad inelástica esto nos indica que ante la variación del precio la cantidad no disminuirá en proporciones tan altas.

Elasticidad precio de la demanda Blusas

Tabla 30. Puntos Q para la demanda Blusas

Q1	7	P1	\$ 47.303,29
Q2	10	P2	\$ 47.054,71

Fuente. Autores.

Tabla 31. Resultados elasticidad precio demanda Blusas

	Resultado	
EPDCurva	-67,0	Inelástica
EPDPunto	-81,6	Inelastica

Fuente. Autores.

Se puede concluir que las blusas son de elasticidad inelástica esto nos indica que ante la variación del precio la cantidad no disminuirá en proporciones altas.

Elasticidad ingreso

La elasticidad ingreso de la demanda mide la magnitud de la variación de la cantidad demandada de un bien ante una variación en el ingreso del consumidor. Formula = Variación % de la cantidad / Variación % de la renta

Ecuación 5. Elasticidad precio de la demanda en el punto

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q}}{\frac{P_2 - P_1}{P}}$$

Ecuación 6. Elasticidad precio de la demanda en la curva

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}}$$

Tabla 32. Elasticidad ingreso Faldas

	Resultado	
EPDCurva	2,3	Normal
EPDPunto	2,4	Normal

Fuente. Autores.

Tabla 33. Elasticidad ingreso Blusas

	Resultado	
EPDCurva	5,2	Normal
EPDPunto	6,1	Normal

Fuente. Autores.

Se puede concluir que las faldas y blusas son bienes normales y de acuerdo al número es mayor el aumento de la demanda en las blusas.

Análisis de la oferta

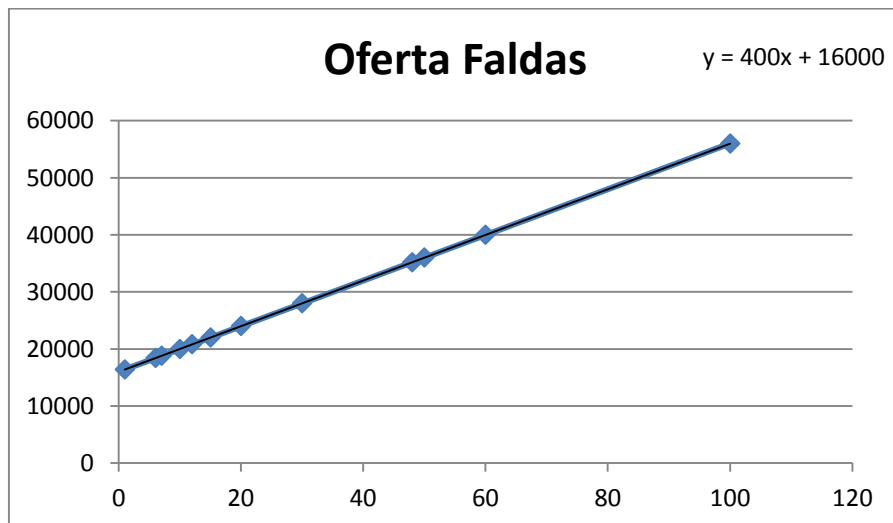
Para este análisis se tuvo en cuenta el rendimiento del sector textil que según el informe de las Asociaciones textiles de Colombia del 2013 es del 2,5%, y también teniendo en cuenta el valor de producción de las prendas de vestir en el mercado colombiano, que de acuerdo a Tatiana D'Antonio Pineda en su tesis doctoral, el valor de hacer una falda es de \$16.000 y el de la blusa es de \$19.000.

Tabla 34. Cantidad vs Precio Oferta Faldas

X	Y
1	16400
6	18400
7	18800
10	20000
12	20800
15	22000
20	24000
30	28000
48	35200
50	36000
60	40000
100	56000

Fuente. Autores.

Ilustración 32. Grafico de la Oferta Faldas



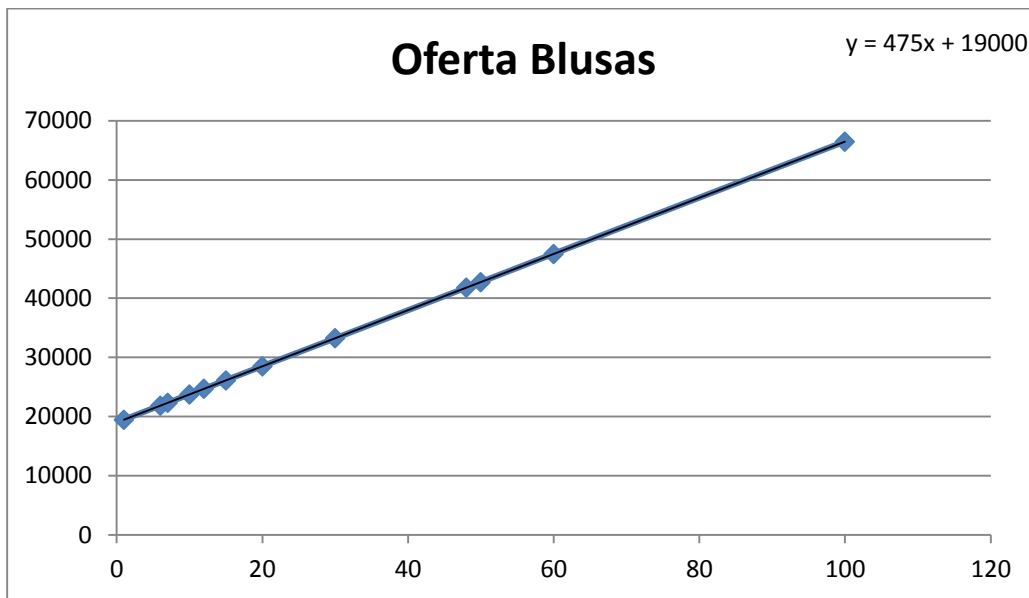
Oferta Blusas

Tabla 35. Cantidad vs Precio Oferta Blusas

X	Y
1	19475
6	21850
7	22325
10	23750
12	24700
15	26125
20	28500
30	33250
48	41800
50	42750
60	47500
60	47500
100	66500

Fuente. Autores.

Ilustración 33. Grafico de la Oferta Blusas



Fuente. Autores.

Elasticidad precio de la oferta

Elasticidad precio de la oferta Faldas

Ecuación 7. Elasticidad precio de la demanda en el punto

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q}}{\frac{P_2 - P_1}{P}}$$

Ecuación 8. Elasticidad precio de la demanda en la curva

$$EpD = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}}$$

Tabla 36. Puntos elegidos de la oferta blusas para analizar la elasticidad

Q1	15	P1	26125
Q2	20	P2	28500

Fuente. Autores

Tabla 37. Resultados elasticidad precio oferta Faldas

	Resultado	
EPDCurva	3,3	Elástica
EPDPunto	3,7	Elástica

Fuente. Autores

Se puede concluir que las faldas son de elasticidad elástica en la oferta esto nos indica que es poco sensible pero aun así posee muchos sustitos.

Elasticidad precio de la oferta Blusas

Tabla 38. Puntos elegidos de la oferta faldas para analizar la elasticidad

Q1	15	P1	22000
Q2	20	P2	24000

Fuente. Autores

Tabla 39. Resultados elasticidad precio oferta Blusas

	Resultado	
EPDCurva	3,3	Elástica
EPDPunto	3,7	Elástica

Fuente. Autores.

Se puede concluir que las blusas son de elasticidad elástica en la oferta esto nos indica que es poco sensible pero aun así posee muchos sustitos.

Bienes sustitutos

Para realizar en análisis de bienes sustitutos se realizó los gráficos de demanda de dos productos que nuestros consumidores potenciales determinaron como sustitutos: Las camisetas y los vestidos. Después se analizará la elasticidad cruzada entre las faldas y los vestidos, blusas y camisetas.

Demanda Vestidos

Tabla 40. Cantidad vs Precio Demanda Vestidos

X	Y
1	66416
10	66231
12	63071
15	62833
20	62737
30	58721
60	58535
100	44308

Fuente. Autores.

Tabla 41. Gráfico de la demanda Vestidos

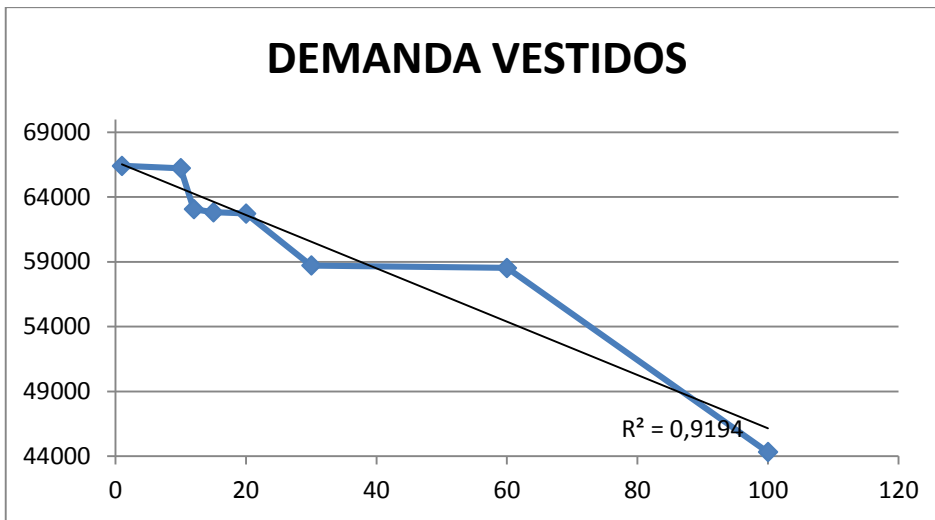
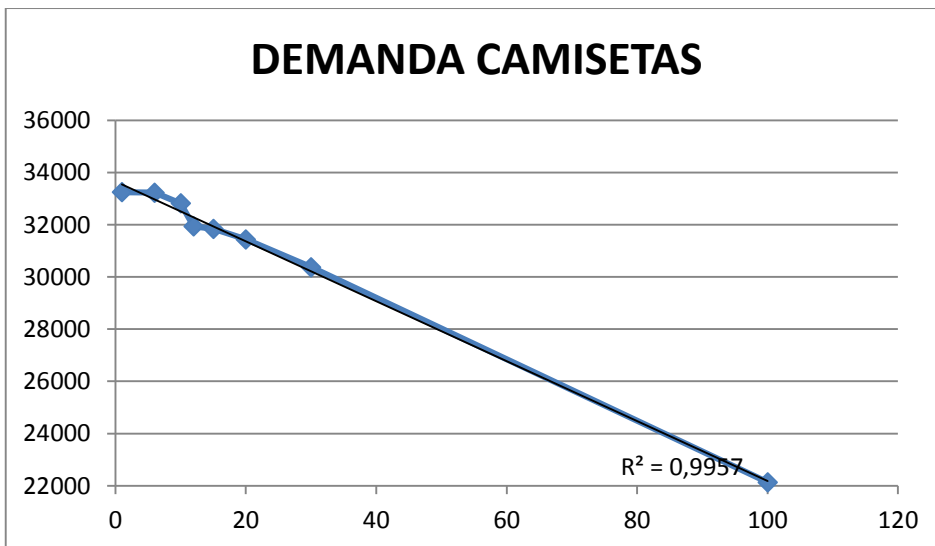


Tabla 42. Cantidad vs Precio Demanda Camisetas

X	Y
1	33251
6	33229
10	32819
12	31938
15	31843
20	31443
30	30374
100	22134

Fuente. Autores.

Tabla 43. Gráfico de la demanda Camisetas



Elasticidad cruzada

A elasticidad cruzada de la demanda mide la sensibilidad de la demanda de un bien A ante el cambio en el precio de un bien sustituto o un complemento B. Esta elasticidad es positiva para bienes sustitutos y negativa en bienes complementarios.

Elasticidad cruzada Blusas

Tabla 44. Puntos del gráfico de la Demanda Blusas

Q1	6	P1	\$ 37.013,76
Q2	10	P2	\$ 36.680,43

Fuente. Autores.

Tabla 45. Puntos del gráfico de la Demanda Camisetas

Q1	6	P1	\$ 33.228,57
Q2	10	P2	\$ 32.819,05

Fuente. Autores.

Tabla 46. Elasticidad cruzada Blusas - Camisetas

	Resultado	
EPDCurva	40,3	Sustituto
EPDPunto	54,1	Sustituto

Fuente. Autores.

Elasticidad cruzada Faldas

Tabla 47. Puntos del gráfico de la Demanda Faldas

Q1	10	P1	\$ 47.054,71
Q2	12	P2	\$ 45.291,29

Fuente. Autores.

Tabla 48. Puntos del gráfico de la Demanda Vestidos

Q1	10	P1	\$ 66.230,62
Q2	12	P2	\$ 63.070,62

Fuente. Autores.

Tabla 49. Elasticidad cruzada Faldas - Vestidos

	Resultado	
EPDCurva	3,7	Sustituto
EPDPunto	4,2	Sustituto

Fuente. Autores.





Se puede concluir que las faldas y las blusas tienen como sustitutos a las camisetas y vestidos. Lo que afectará la participación en el mercado y hace sensible la demanda de los mismos.

Análisis de la competencia

Competencia directa:

El producto que se elaborará son prendas de ropa femenina algunas empresas que ofrecen estos productos son:

Tabla 50. Análisis resumen de la competencia

NOMBRE ALMACEN	TIPO DE ROPA	TIPO DE CLIENTE	ESTRATEGIA MERCADO	PRECIO DE VENTA	UBICACION	PLUS O BENEFICIOS ADICIONALES
 	Formal Informal Convencional	Clásico-moderno	Diseño : Innovadores marcan tendencias Distribución: están en las principales centros comerciales nacional y local Marca: su marca esta posicionada y reconocida	52.000 hasta 90.000	Se encuentra en las principales centros comerciales local y nacional	Diseños que marcan tendencias
	Informal	Clásico Moderno	Precio: su precios son cómodos Distribución: centros comerciales y catálogos	35.000 hasta 90.000	Local ubicados en los centros comerciales de la ciudad	Tarjeta de crédito Tempus Catalogo mensual de colecciones
	Convencional	Vanguardia Pop Abstracto	Diseño: especializado en Una técnica batik forma de arte utilizada por los hindúes	52.000 hasta 219.000	Nacional y local	Diseño

Fuente. Autores

Pronóstico de la demanda

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta se realizó el pronóstico de la demanda basados en la frecuencia de compra del consumidor, como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 51. Pronóstico de Faldas

Faldas		
Frecuencia de compra	Personas encuestadas	Compras anuales
Quincenal	16	384
Mensual	57	684
Trimestral	72	288
Semestral	163	326
Anual	5	5
Total	313	4132

Fuente. Autores

Tabla 52. Pronóstico de Blusas

Blusas		
Frecuencia de compra	Personas enci	Compras anuales
Quincenal	70	1680
Mensual	90	1080
Trimestral	51	204
Semestral	99	198
Anual	3	3
Total	313	8016

Fuente. Autores

Estos valores corresponden al pronóstico para el año 2016, para realizar el pronóstico de los siguientes basados en que el sector confecciones según el DANE tiene un crecimiento esperado del 2,5%. Se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 53. Pronóstico a cinco años

Item	2016	2017	2018	2019	2020
Blusas	8016	8216	8422	8632	8848
Faldas	4132	4235	4341	4450	4561

Fuente. Autores

ESTUDIO TÉCNICO

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Ficha técnica blusa

FICHA TÉCNICA																	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Creación:</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Vainilla Clothes</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Nombre de diseño:</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Blusa</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Clase de prenda:</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">Informal, casual</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Colección:</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">2016</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Descripción:</td> <td style="padding: 2px;">Blusa manga corta - cola de pato</td> </tr> </table>	Creación:	Vainilla Clothes	Nombre de diseño:	Blusa	Clase de prenda:	Informal, casual	Colección:	2016	Descripción:	Blusa manga corta - cola de pato						
Creación:	Vainilla Clothes																
Nombre de diseño:	Blusa																
Clase de prenda:	Informal, casual																
Colección:	2016																
Descripción:	Blusa manga corta - cola de pato																
Especificaciones:																	
<p>Composición: Tela poliester común.</p> <p>Apariencia y color: Colores variados.</p> <p>Técnica: Producción manual asistida por maquinaria para su confección.</p> <p>Peso: 130 g</p> <p>Dimensiones: U</p> <p>Presentación: Unidad</p> <p>Vida útil: 6 a 8 meses (Olor en la tela 2 meses).</p> <p>Información adicional: Se debe lavar en frío para conservar el aroma.</p>																	
Detalles:																	
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Botones</td> <td style="width: 20px; border: 1px solid black; height: 15px;"></td> <td style="width: 50%; padding: 2px;">Broche</td> <td style="width: 20px; border: 1px solid black; height: 15px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Cierre</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> <td style="padding: 2px;">Ojales</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Hebilla</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> <td style="padding: 2px;">Correa</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Gancho</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> <td style="padding: 2px;">Cremallera</td> <td style="border: 1px solid black; height: 15px;"></td> </tr> </table>	Botones		Broche		Cierre		Ojales		Hebilla		Correa		Gancho		Cremallera		
Botones		Broche															
Cierre		Ojales															
Hebilla		Correa															
Gancho		Cremallera															

Fuente. Autores.

Ficha técnica falda

FICHA TÉCNICA



Creación:
Vainilla Clothes

Nombre de diseño:
Faldas

Clase de prenda:
Informal, casual

Colección:
2016

Descripción:
falda tipo A

Especificaciones:

Composición: Tela poliéster común.

Apariencia y color: estampado flores, y colores

Técnica: Producción manual asistida por maquinaria para su confección.

Peso: 150 g

Dimensiones: U

Presentación: Unidad

Vida útil: 6 a 8 meses (Olor en la tela 2 meses).

Información adicional: Se debe lavar en frío para conservar el aroma.

Detalles:

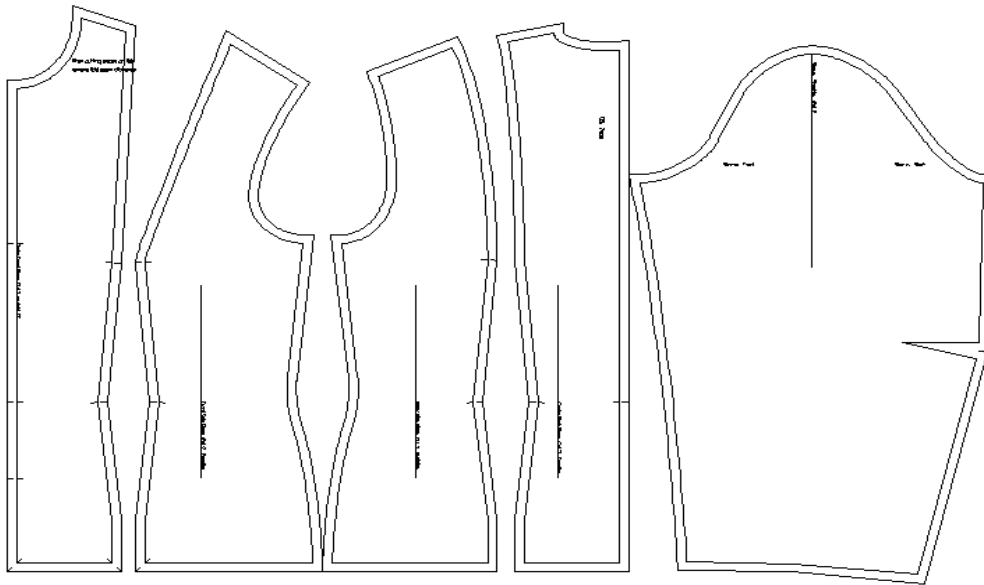
Botones	1
Cierre	
Hebilla	
Gancho	

Broche	
Ojales	1
Correa	
Cremallera	1

Fuente. Autores.

Patronaje de la blusa

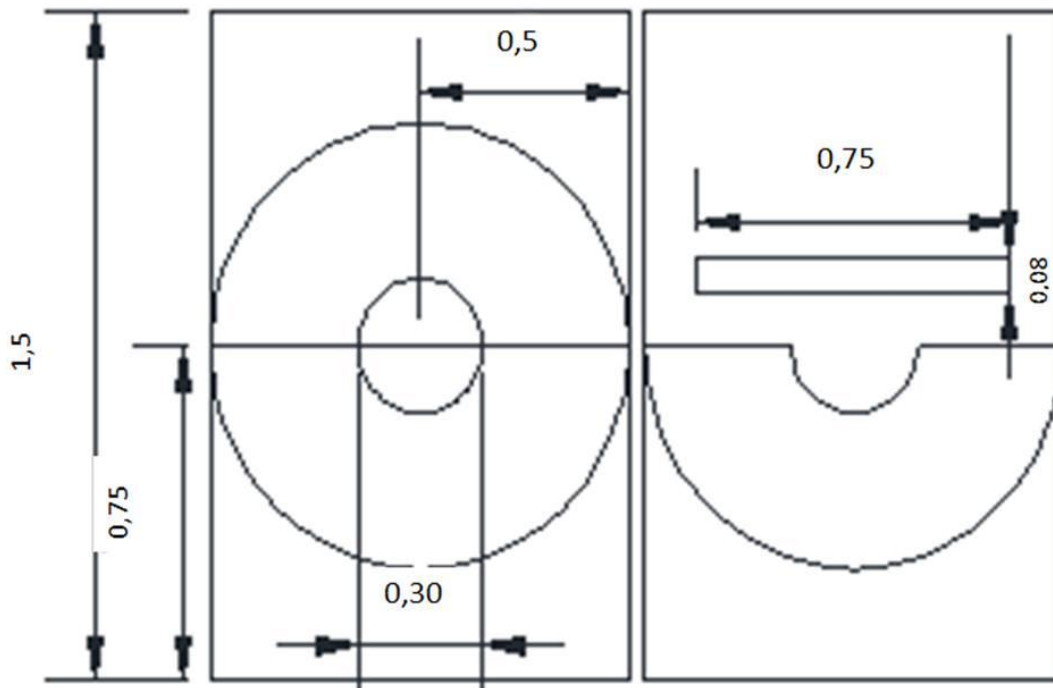
Ilustración 34. Patrón de la blusa



Fuente. Autores.

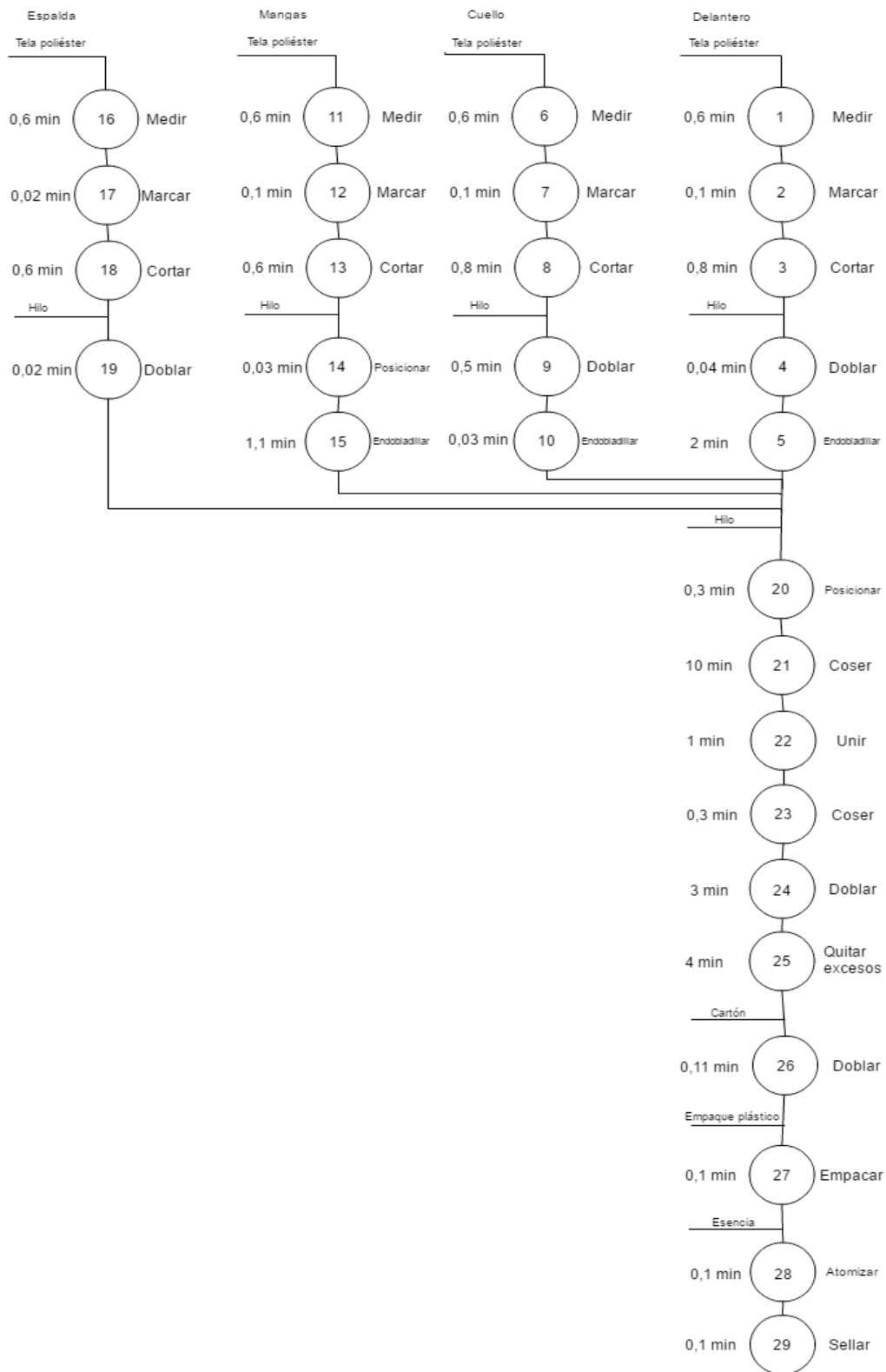
Patronaje de la falda

Ilustración 35. Patrón de la falda



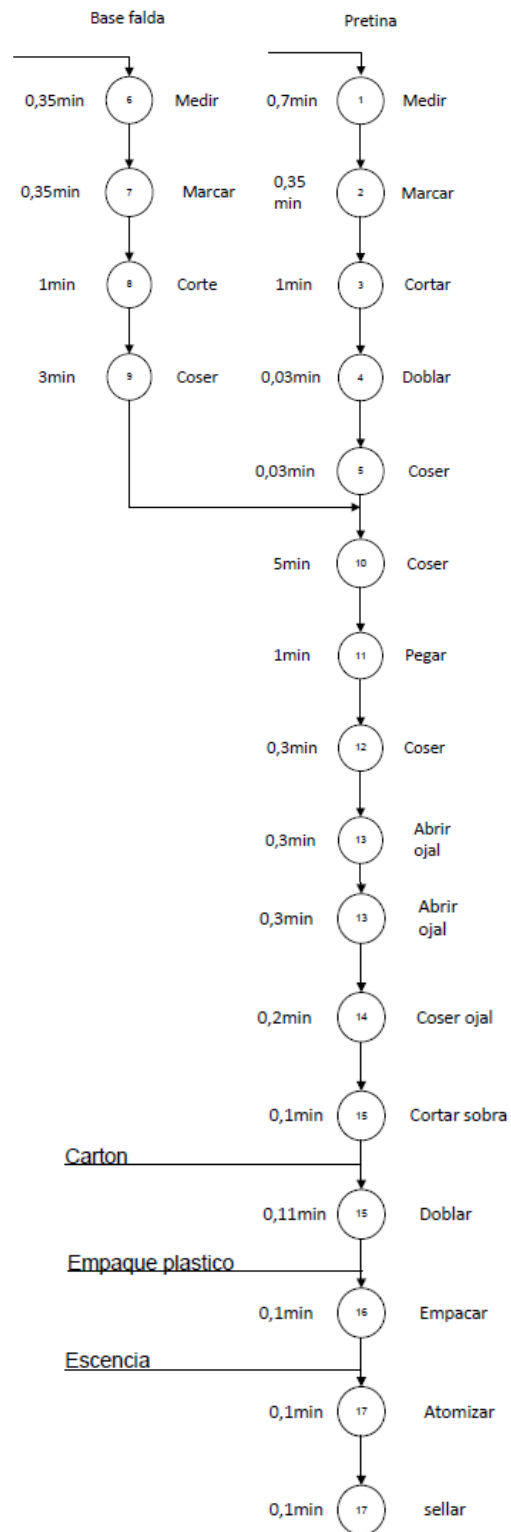
Fuente. Autores.

Diagrama de proceso blusa



Fuente: Autores

Diagrama de proceso falda



Fuente: Autores

PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN

Balanceo de línea

La tabla de balanceo que a continuación se muestra, se explica de la siguiente manera:

Operación: Actividad dentro del proceso de fabricación del producto.

Tiempo por unidad: Es el valor en minutos que se necesita para realizar esa operación.

Recurso humano-maquinaria: Se determina si es una operación manual o asistida por la máquina.

Dato de Balanceo: Se estima teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$\textit{Producción real} = \frac{\textit{Jornada Laboral}}{\textit{Tiempo/unidad}}$$

$$DB = \frac{\textit{Producción requerida (Demanda)}}{\textit{Producción real}}$$

$$BL = \frac{\textit{Producción requerida (Demanda)}}{8 \textit{ horas} * 60 \textit{ min}} \times \frac{\textit{Tiempo por unidad}}{85\%}$$

Número de operarios: Cantidad de operarios necesarios para realizar el proceso completo del producto.

Tabla 54. Balanceo de línea blusa

Operación	Tiempo por unidad	Recurso humano maquinaria	Dato de balace
Espalda			
Medir	0,6	Manual	0,0425
Marcar	0,02	Manual	0,0014
Corte	0,6	Cortadora	0,0425
Posicionar	0,02	Manual	0,0014
Cuello			
Medir	0,6	Manual	0,0425
Marcar	0,1	Manual	0,0071
Cortar	0,8	Cortadora	0,0567
Doblar	0,5	Manual	0,0354
Posicionar	0,03	Manual	0,0021
Mangas			
Medir	0,6	Manual	0,0425
Marcar	0,1	Manual	0,0071
Cortar	0,6	Cortadora	0,0425
Posicionar	0,03	Manual	0,0021
Endobladillar	1,1	Máquina	0,0779
Delantero			
Medir	0,6	Manual	0,0425
Marcar	0,1	Manual	0,0071
Cortar	0,8	Cortadora	0,0567
Doblar	0,04	Manual	0,0028
Endobladillar	2	Máquina	0,1417
Ensamble			
Posicionar pieza	0,3	Manual	0,0213
Coser unir	10	Máquina	0,7083
Pegar	1	Manual	0,0708
Coser terminado	0,3	Máquina	0,0213
Doblar	3	Manual	0,2125
Quitar excesos	4	Maquina	0,2833
Doblar caras	0,11	Manual	0,0078
Empacar	0,1	Manual	0,0071
Atomizar	0,1	Manual	0,0071
Sellar	0,1	Manual	0,0071
Total	28,25		2,3542

Fuente. Autores

Tabla 55. Balanceo de línea falda

Operación	Tiempo por unidad	Recurso humano maquinaria	Dato de balace
Base falda			
Medir	0,35	Manual	0,0131
Marcar	0,35	Manual	0,0131
Corte	1	Cortadora	0,0375
Coser	3	Máquina	0,1125
Pretina			
Medir	0,7	Manual	0,0263
Marcar	0,35	Manual	0,0131
Cortar	1	Cortadora	0,0375
Doblar	0,03	Manual	0,0011
Coser	0,03	Máquina	0,0011
Ensamble			
Coser	5	Máquina	0,1875
Pegar	1	Manual	0,0375
Coser	0,3	Máquina	0,0113
Abrir ojal	0,3	Manual	0,0113
Coser ojal	0,2	Manual	0,0075
Cortar sobra	0,1	Manual	0,0038
Doblar caras	0,11	Manual	0,0078
Empacar	0,1	Manual	0,0071
Atomizar	0,1	Manual	0,0071
Sellar	0,1	Manual	0,0071
Total	14,12		0,6229

Fuente. Autores.

Secuenciación de trabajos

Tabla 56. Secuenciación de trabajos blusa

Operación	Tiempo por unidad minutos/unidad	Recurso humano maquinaria	Producción real día unidad día	Dato de balance general	Dato de balance recurso humano	Dato de balance asignado maquinaria
Espalda						
Medir	0,6	Manual	800	0,0125	0,0125	
Marcar	0,02	Manual	24000	0,0004	0,0004	
Corte	0,6	Cortadora	800	0,0125		0,0125
Posicionar	0,02	Manual	24000	0,0004	0,0004	
Cuello						
Medir	0,6	Manual	800	0,0125	0,0125	
Marcar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Cortar	0,8	Máquina	600	0,0167		0,0167
Doblar	0,5	Manual	960	0,0104	0,0104	
Posicionar	0,03	Manual	16000	0,0006	0,0006	
Mangas						
Medir	0,6	Manual	800	0,0125	0,0125	
Marcar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Cortar	0,6	Máquina	800	0,0125		0,0125
Posicionar	0,03	Manual	16000	0,0006	0,0006	
Endobladillar	1,1	Máquina	436,3636364	0,0229		0,0229
Delantero						
Medir	0,6	Manual	800	0,0125	0,0125	
Marcar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Cortar	0,8	Máquina	600	0,0167		0,0167
Doblar	0,04	Manual	12000	0,0008	0,0008	
Endobladillar	2	Máquina	240	0,0417		0,0417
Ensamble						
Posicionar pieza	0,3	Manual	1600	0,0063	0,0063	
Coser unir	10	Máquina	48	0,2083		0,2083
Pegar	1	Manual	480	0,0208	0,0208	
Coser terminaci	0,3	Máquina	1600	0,0063		0,0063
Doblar	3	Manual	160	0,0625	0,0625	
Quitar excesos	4	Maquina	120	0,0833		0,0833
Doblar caras	0,11	Manual	4363,636364	0,0023	0,0023	
Empacar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Atomizar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Sellar	0,1	Manual	4800	0,0021	0,0021	
Total	28,25					

Fuente. Autores.

Tabla 57. Secuenciación de trabajos blusa

Operación	Tiempo por unidad	Recursos H-M	Producción real diaria	Dato de balanceo	Dato balance rrrh	Dato balance Máquina
Base falda						
Medir	0,35	Manual	1371,428571	0,004375	0,004375	
Marcar	0,35	Manual	1371,428571	0,004375	0,004375	
Corte	1	Cortadora	480	0,0125	0,0125	1
Coser	3	Máquina	160	0,0375	0,0375	1
Pretina						
Medir	0,7	Manual	685,7142857	0,00875	0,00875	
Marcar	0,35	Manual	1371,428571			
Cortar	1	Cortadora	480	0,0125	0,0125	1
Doblar	0,03	Manual	16000	0,000375	0,000375	
Coser	0,03	Máquina	16000	0,000375	0,000375	1
Ensamble						
Coser	5	Máquina	96	0,0625	0,0625	1
Pegar	1	Manual	480	0,0125	0,0125	
Coser	0,3	Máquina	1600	0,00375	0,00375	1
abrir ojal	0,3	Manual	1600	0,00375	0,00375	
coser ojal	0,2	Manual	2400	0,0025	0,0025	
Cortar sobra	0,1	Manual	4800	0,00125	0,00125	
Total	13,71			0,167	0,167	

Fuerza de trabajo

Tabla 58. Fuerza de trabajo requerida

Fuerza laboral	Manual	Hombre máquina Coser	Hombre máquina Cortadora	Total
Fuerza laboral necesaria blusas	0,5702	1,2325	0,1983	2,3542
Fuerza laboral necesaria faldas	0,1558	0,3124	0,0425	0,6229
Fuerza laboral necesaria total	0,7260	1,5449	0,2408	2,9771
Fuerza laboral aproximada	1	2	1	

Fuente. Autores.

	Manual	Hombre máquina Coser	Hombre máquina Cortadora	Ocioso
Tiempo en Horas	5,808	12,359	1,9267	0,8

Capacidad de la empresa

Tenemos un tiempo ocioso del empleado del 10%. Teniendo en cuenta que trabaja a un 85% de efectividad donde se incluyen las necesidades básicas y el rendimiento decreciente a lo largo de la jornada. Se determina que la producción puede aumentar en blusas un 6,25% y un 3,75% en faldas.

Selección de proveedores

Para la selección de proveedores se utilizó el Modelo de selección de Lehman y O'Shaugnessy, el cual se basa en el cálculo de la media ponderada de 17 atributos, que tienen una importancia distinta según el tipo de producto y la actividad de la empresa.

Atributos:

1. Reputación general del proveedor
2. Condiciones financieras.
3. Flexibilidad del suministrador para ajustarse a las necesidades de la empresa
4. Experiencia con el suministrador en situaciones análogas.
5. Servicio técnico ofrecido.
6. Confianza con el vendedor
7. Comodidad en el suministro del pedido.
8. Datos sobre la adecuación del pedido
9. Precio
10. Especificaciones técnicas.
11. Facilidad de uso
12. Preferencias del usuario principal del producto.
13. Formación ofrecida por el suministrador.
14. Tiempo de formación requerido.
15. Confianza en la fecha de entrega prometida.
16. Facilidad de mantenimiento.

17. Servicio posventa.

Se seleccionan los atributos que aplican a la selección de proveedores y se llena la tabla de la siguiente forma:

- El peso se califica de (0 – 1) de tal manera que la suma de 1
- Cada una de las variables en las diferentes opciones de proveedores se califican de (1-5)

Tabla 59. Modelo de selección de proveedores

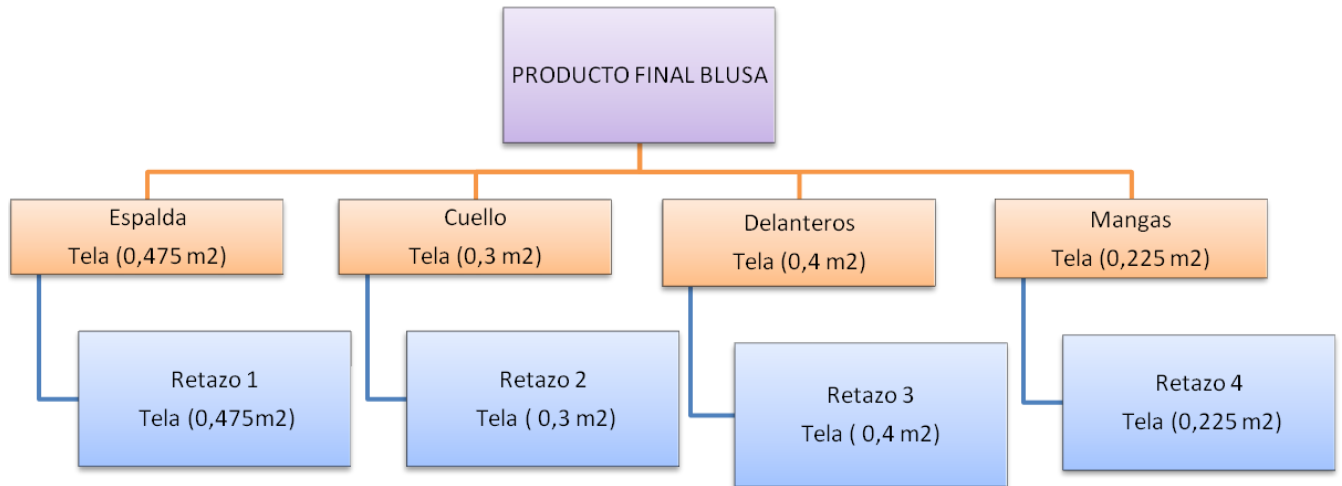
Modelo de selección de Lehman y O`Shaughnessy					
Variables	Peso	Facol	Coltelvilla	J&R Textiles	Negocios locales
2. Condiciones financieras.	0,3	4	3	4	3
3. Flexibilidad del suministrador para	0,1	3	3	3	3
6. Confianza con el vendedor.	0,03	3	5	5	4
7. Comodidad en el suministro del p	0,03	3	5	4	3
9. Precio	0,2	4	3	3	5
10. Especificaciones técnicas.	0,03	4	4	4	2
12. Preferencias del usuario principa	0,1	4	3	3	4
13. Formación ofrecida por el sumin	0,03	3	3	4	1
15. Confianza en la fecha de entrega	0,2	4	5	5	3
Total	1	3,83	3,525	3,825	3,45

Fuente. Autores

Los datos obtenidos en el modelo de selección de Lehman y O`Shaughnessy nos dieron un empate entre **Facol y Contejer S.A** por lo cual se selecciono la primera debido a que en cuanto al peso y calificación la variable Precio es mayor en dicha empresa.

Plan de requerimientos de materiales.

Ilustración 36. Diagrama boom Blusas



Fuente. Autores

Areas cm2		Costo	
Tela en bruto	1,4	Costo tela	6.500,00 COP
Delantero	0,4	Costo aromatizante	
Espalda	0,475		
Mangas	0,225		
Cuello	0,3		

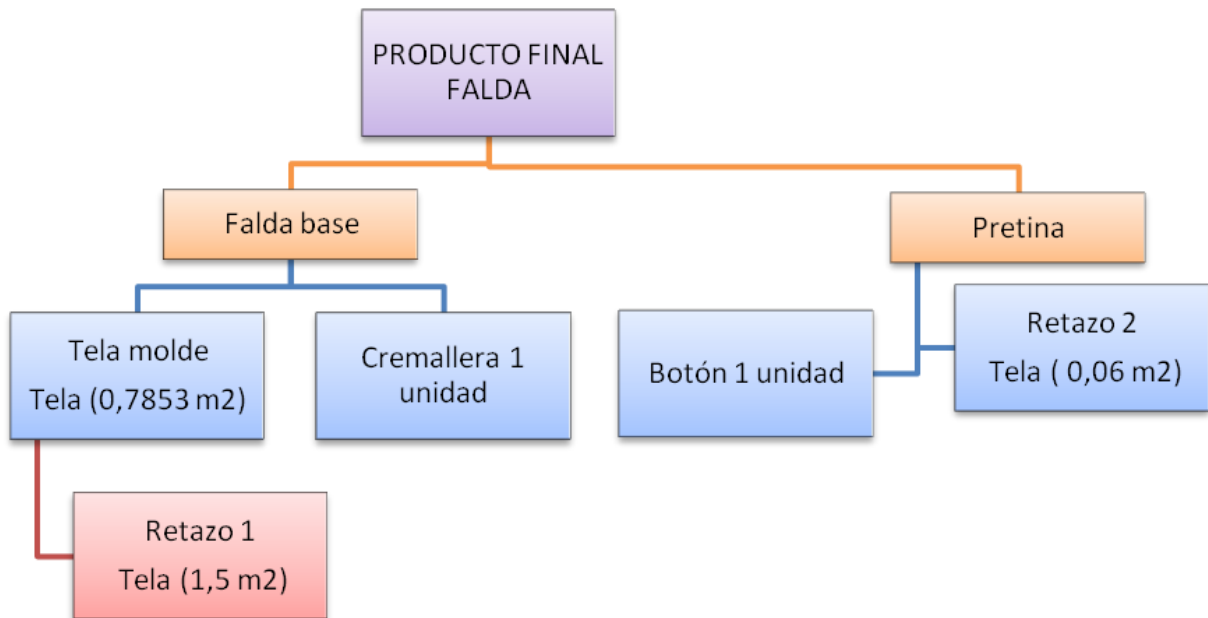
Referencia	Area usada	Diferencia	Desperdicio	Q requerida	Unidad de medida	Costo unitario
Delantero	0,38	1,02	0,73	0,657	cm2	3.049,69 COP
Espalda	0,475	0,545	0,39	0,660	cm2	3.063,87 COP
Mangas	0,225	0,32	0,23	0,276	cm2	1.283,42 COP
Cuello	0,3	0,02	0,01	0,304	cm2	1.412,76 COP
Aromatizante				0,068	mL	1,76 COP
						8.811,50 COP

MRP	Unidades	10
Tela en bruto	1,4	14
Espalda	0,4	4
Delantero	0,3	3
Manga	0,225	2,25
Cuello	0,3	3
Aromatizante	0,068	0,68

Valor h de trabajo
2.873,00 COP
Tiempo de proceso
28,25

Costo Total	10.164,20 COP
-------------	---------------

Ilustración 37. Diagrama boom Faldas



Fuente. Autores.

Areas cm2		Costo	
Tela en bruto	1,5	Costo tela	5.900,00 COP
Cir Base	0,708	Costo botones	100,00 COP
Pretina	0,0624	Costo Cremallera	300,00 COP
		Costo aromatizante	25,900 COP

Referencia	Area usada	Diferencia	Desperdicio	Q requerida	Unidad de medida	Costo unitario
Cir Base	0,708	0,792	0,53	1,082	cm2	4.255,17 COP
Pretina	0,0624	0,7296	0,49	0,093	cm2	0,09 COP
Boton				1,000	Unidad	100,00 COP
Cremallera				1	Unidad	300,00 COP
Aromatizante				0,068	mL	1,76 COP
						4.657,03 COP

MRP	Unidades	
Tela en bruto	1,5	9
Base falda	1,082	6,490944
Pretina	0,093	0,5565082
Boton	1,00	6
Cremallera	1,00	6
Aromatizante	0,068	0,408

Valor h de trabajo
2.873,00 COP
Tiempo de proceso
14,04

Costo Total	5.329,31 COP
-------------	--------------

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión inicial

Inversión inicial – Alternativa Planta Propia

INVERSIÓN INICIAL			
Concepto	Valor unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Costos producción			
Material			
Tela falda (metro)	\$ 5.900,00	\$ 1.062.000,00	\$ 12.744.000,00
Tela blusa (metro)	\$ 6.500,00	\$ 1.820.000,00	\$ 21.840.000,00
Insumos falda (unidad)	\$ 401,76	\$ 48.211,20	\$ 578.534,40
Insumos blusa (unidad)	\$ 1,76	\$ 704,00	\$ 8.448,00
Mano de obra			
Corte y confección falda	\$ 672,28	\$ 80.673,84	\$ 968.086,08
Corte y confección blusa	\$ 1.352,70	\$ 270.540,83	\$ 3.246.490,00
Total costos de Producción		\$ 3.282.129,87	\$ 39.385.558,48
Máquinas			
Máquina de coser		\$ 1.960.000,00	\$ 1.960.000,00
Cortadora		\$ 1.217.000,00	\$ 1.217.000,00
Total maquinaria		\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00
Otros Costos			
Empaque (unidad)	\$ 250,00	\$ 80.000,00	\$ 960.000,00
Fletes		\$ 77.700,00	\$ 932.400,00
Papelería	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 360.000,00
Prestaciones sociales			
Servicios públicos		\$ 861.114,29	\$ 10.333.371,52
Arriendo		\$ 1.600.000,00	\$ 19.200.000,00
Total otros costos de producción		\$ 2.648.814,29	\$ 31.785.771,52
			\$ -
Preoperativos			
			\$ -
Gastos legales			
			\$ -
Camara de comercio - Constitución	\$ 92.500,00	\$ 92.500,00	\$ 1.110.000,00
Registro libros	\$ 174.000,00	\$ 174.000,00	\$ 2.088.000,00
Total pre operativos		\$ 266.500,00	\$ 3.198.000,00
Publicidad			
Página web	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Catálogos	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00	\$ 480.000,00
Total Publicidad		\$ 190.000,00	\$ 2.280.000,00
Total inversión inicial		\$ 9.564.444,17	\$ 79.826.330,00

Inversión Inicial – Alternativa Outsourcing

INVERSIÓN INICIAL			
Concepto	Valor unitario	Valor total	Valor total anual
Costos producción			
Material			
Tela falda (metro)	\$ 5.900,00	\$ 1.062.000,00	\$ 12.744.000,00
Tela blusa (metro)	\$ 6.500,00	\$ 1.820.000,00	\$ 21.840.000,00
Insumos falda (unidad)	\$ 401,76	\$ 48.211,20	\$ 578.534,40
Insumos blusa (unidad)	\$ 1,76	\$ 704,00	\$ 8.448,00
Mano de obra			
Corte y confección falda	\$ 672,28	\$ 80.673,84	\$ 968.086,08
Corte y confección blusa	\$ 1.352,70	\$ 270.540,83	\$ 3.246.490,00
Total costos de Producción		\$ 3.282.129,87	\$ 39.385.558,48
Otros Costos			
Empaque (unidad)	\$ 250,00	\$ 80.000,00	\$ 11.250.000,00
Fletes		\$ 77.700,00	\$ -
Papelería	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ -
Servicios públicos		\$ 299.800,00	\$ 3.597.600,00
Arriendo		\$ 450.000,00	\$ 2.088.000,00
Total otros costos de producción		\$ 937.500,00	\$ 16.935.600,00
Preoperativos			
Gastos legales			
Camara de comercio - Constitución	\$ 92.500,00	\$ 92.500,00	\$ 480.000,00
Registro libros	\$ 174.000,00	\$ 174.000,00	\$ 2.280.000,00
Total pre operativos		\$ 266.500,00	\$ 2.760.000,00
Publicidad			
Página web	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Catálogos	\$ 20.000,00	\$ 40.000,00	\$ 480.000,00
Total Publicidad		\$ 190.000,00	\$ 2.280.000,00
Total inversión inicial		\$ 4.676.129,87	\$ 61.361.158,48

Balance General

Balance General – Alternativa Planta propia

BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS						
ACTIVO	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente						
Efectivo	\$ 46.871.768,99	\$ 187.487.075,95	\$ 202.943.039,40	\$ 203.490.383,13	\$ 209.364.884,65	\$ 219.646.286,50
Total Activo Corriente	\$ 46.871.768,99	\$ 187.487.075,95	\$ 202.943.039,40	\$ 203.490.383,13	\$ 209.364.884,65	\$ 219.646.286,50
Activos Fijos						
Maquinaria y equipo de operación	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00
Depreciación acumulada			-\$ 317.700,00	-\$ 635.400,00	-\$ 953.100,00	-\$ 1.270.800,00
Total activos fijos	\$ 3.177.000,00	\$ 3.177.000,00	\$ 2.859.300,00	\$ 2.541.600,00	\$ 2.223.900,00	\$ 1.906.200,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 50.048.768,99	\$ 190.664.075,95	\$ 205.802.339,40	\$ 206.031.983,13	\$ 211.588.784,65	\$ 221.552.486,50
PASIVO						
CORRIENTE						
Impuestos gravámenes y tasas						
Impuesto a las ventas		\$ 21.559.868,13	\$ 39.468.344,78	\$ 42.873.369,00	\$ 47.689.208,04	\$ 53.380.060,51
De renta y complementarios		\$ 9.400.258,58	\$ 7.712.267,90	\$ 9.641.630,58	\$ 11.928.786,59	\$ 14.657.027,25
Gastos administrativos		\$ 51.454.680,00	\$ 54.774.001,61	\$ 58.688.118,17	\$ 63.290.616,91	\$ 68.696.846,93
Gastos de publicidad		\$ 270.000,00	\$ 287.833,50	\$ 308.862,62	\$ 333.590,16	\$ 362.635,85
Intereses bancarios		\$ 14.536.093,77	\$ 13.126.950,71	\$ 9.668.362,44	\$ 6.868.228,04	\$ 3.144.049,28
Otros pasivos		\$ 35.700.571,52	\$ 34.551.690,29	\$ 36.933.609,59	\$ 39.724.791,24	\$ 42.993.585,53
Obligaciones financieras	\$ 44.048.768,99	\$ 39.778.638,50	\$ 29.298.068,00	\$ 20.812.812,23	\$ 9.527.422,06	\$ -
TOTAL DEL PASIVO	\$ 44.048.768,99	\$ 172.700.110,50	\$ 179.219.156,79	\$ 178.926.764,62	\$ 179.362.643,05	\$ 183.234.205,36
PATRIMONIO						
Capital	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Reserva legal		\$ 1.196.396,55	\$ 981.561,37	\$ 1.227.116,62	\$ 1.518.209,20	\$ 1.865.439,83
Reservas ocasionales						
Utilidad de ejercicios anteriores		\$ -	\$ 10.767.568,92	\$ 8.834.052,32	\$ 11.044.049,57	\$ 13.663.882,83
Utilidad del ejercicio		\$ 10.767.568,92	\$ 8.834.052,32	\$ 11.044.049,57	\$ 13.663.882,83	\$ 16.788.958,49
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 6.000.000,00	\$ 17.963.965,47	\$ 26.583.182,61	\$ 27.105.218,51	\$ 32.226.141,60	\$ 38.318.281,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 50.048.768,99	\$ 190.664.075,96	\$ 205.802.339,40	\$ 206.031.983,13	\$ 211.588.784,65	\$ 221.552.486,50

Balance General – Alternativa Outsourcing

BALANCE GENERAL PROYECTADO A 5 AÑOS						
ACTIVO	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente						
Efectivo	\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23	\$ 264.550.219,83
Total Activo Corriente	\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23	\$ 264.550.219,83
Activos Fijos						
Maquinaria y equipo de operación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23	\$ 264.550.219,83
PASIVO						
CORRIENTE						
Impuestos gravámenes y tasas						
Impuesto a las ventas		\$ 19.637.087,97	\$ 22.454.251,78	\$ 25.827.264,00	\$ 29.861.745,79	\$ 34.688.388,13
De renta y complementarios		\$ 24.764.700,58	\$ 22.616.352,94	\$ 25.651.092,79	\$ 29.238.312,33	\$ 33.494.385,87
Gastos administrativos		\$ 51.454.680,00	\$ 54.774.001,61	\$ 58.688.118,17	\$ 63.290.616,91	\$ 68.696.846,93
Gastos de publicidad		\$ 270.000,00	\$ 287.833,50	\$ 308.862,62	\$ 333.590,16	\$ 362.635,85
Intereses bancarios		\$ 10.887.738,64	\$ 7.294.784,89	\$ 4.887.505,88	\$ 3.274.628,94	\$ 2.194.001,39
Otros pasivos		\$ 2.723.700,00	\$ 34.551.690,29	\$ 36.933.609,59	\$ 39.724.791,24	\$ 42.993.585,53
Obligaciones financieras	\$ 32.993.147,40	\$ 26.624.249,21	\$ 19.460.948,94	\$ 11.765.399,28	\$ 3.713.242,53	\$ -
TOTAL DEL PASIVO	\$ 32.993.147,40	\$ 136.362.156,39	\$ 161.439.863,96	\$ 164.061.852,32	\$ 169.436.927,89	\$ 182.429.843,69
PATRIMONIO						
Capital	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Reserva legal		\$ 3.151.870,98	\$ 2.878.444,92	\$ 3.264.684,54	\$ 3.721.239,75	\$ 4.262.921,84
Reservas ocasionales						
Utilidad de ejercicios anteriores		\$ -	\$ 28.366.838,84	\$ 25.906.004,28	\$ 29.382.160,83	\$ 33.491.157,76
Utilidad del ejercicio		\$ 28.366.838,84	\$ 25.906.004,28	\$ 29.382.160,83	\$ 33.491.157,76	\$ 38.366.296,54
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 6.000.000,00	\$ 37.518.709,82	\$ 63.151.288,04	\$ 64.552.849,65	\$ 72.594.558,34	\$ 82.120.376,13
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23	\$ 264.550.219,83

Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo – Alternativa Planta Propia

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO EFECTIVO OPERATIVO						
Utilidad operacional		\$ 57.334.795,56	\$ 52.367.405,38	\$ 59.155.268,97	\$ 67.169.260,02	\$ 76.667.646,95
Depreciaciones		\$ 317.700,00	\$ 317.700,00	\$ 317.700,00	\$ 317.700,00	\$ 317.700,00
Impuestos		-\$ 30.960.126,71	-\$ 47.180.612,68	-\$ 52.514.999,57	-\$ 59.617.994,64	-\$ 68.037.087,77
Neto Flujo de Caja Operativo		\$ 26.692.368,85	\$ 5.504.492,70	\$ 6.957.969,40	\$ 7.868.965,39	\$ 8.948.259,19
FLUJO DE EFECTIVO DE INVERSIÓN						
Inversión en maquinaria y equipo	-\$ 3.177.000,00					
Neto Flujo de Caja Inversión	-\$ 3.177.000,00					
FLUJO DE EFECTIVO FINANCIAMIENTO						
Desembolso fuente externa de financiamiento	\$ 44.048.768,99					
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-\$ 4.796.910,94	-\$ 6.379.891,55	-\$ 8.485.255,77	-\$ 9.527.422,06	-\$ 11.285.390,17
Intereses pagados		-\$ 14.536.093,77	-\$ 13.126.950,71	-\$ 9.668.362,44	-\$ 6.868.228,04	-\$ 3.144.049,28
Capital	\$ 6.000.000,00					
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$ 50.048.768,99	-\$ 19.333.004,71	-\$ 19.506.842,26	-\$ 18.153.618,21	-\$ 16.395.650,10	-\$ 14.429.439,45
Neto Periodo	\$ 46.871.768,99	\$ 140.615.306,97	\$ 15.455.963,44	\$ 547.343,74	\$ 5.874.501,51	\$ 10.281.401,86
Saldo anterior		\$ 46.871.768,99	\$ 187.487.075,95	\$ 202.943.039,40	\$ 203.490.383,13	\$ 209.364.884,65
Saldo siguiente	\$ 46.871.768,99	\$ 187.487.075,95	\$ 202.943.039,40	\$ 203.490.383,13	\$ 209.364.884,65	\$ 219.646.286,50

Flujo Efectivo – Alternativa Outsourcing

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO EFECTIVO OPERATIVO						
Utilidad operacional		\$ 59.277.110,40	\$ 54.489.775,23	\$ 61.489.634,92	\$ 69.753.546,69	\$ 79.547.179,97
Depreciaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos		-\$ 44.401.788,54	-\$ 45.070.604,73	-\$ 51.478.356,79	-\$ 59.100.058,11	-\$ 68.182.774,00
Neto Flujo de Caja Operativo		\$ 14.875.321,86	\$ 9.419.170,50	\$ 10.011.278,12	\$ 10.653.488,57	\$ 11.364.405,97
FLUJO DE EFECTIVO DE INVERSIÓN						
Inversión en maquinaria y equipo	\$ -					
Neto Flujo de Caja Inversión	\$ -					
FLUJO DE EFECTIVO FINANCIAMIENTO						
Desembolso fuente externa de financiamiento	\$ 32.993.147,40					
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-\$ 3.592.953,75	-\$ 2.407.279,01	-\$ 1.612.876,94	-\$ 1.080.627,55	-\$ 724.020,46
Intereses pagados		-\$ 10.887.738,64	-\$ 7.294.784,89	-\$ 4.887.505,88	-\$ 3.274.628,94	-\$ 2.194.001,39
Capital	\$ 6.000.000,00					
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$ 38.993.147,40	-\$ 14.480.692,39	-\$ 9.702.063,90	-\$ 6.500.382,82	-\$ 4.355.256,49	-\$ 2.918.021,85
Neto Periodo	\$ 38.993.147,40	\$ 134.887.718,82	\$ 50.710.285,78	\$ 4.023.549,98	\$ 13.416.784,26	\$ 22.518.733,59
Saldo anterior		\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23
Saldo siguiente	\$ 38.993.147,40	\$ 173.880.866,22	\$ 224.591.152,00	\$ 228.614.701,98	\$ 242.031.486,23	\$ 264.550.219,83

Razones financieras

Razones financieras – Alternativa Planta Propia

RAZONES FINANCIERAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	3,62471215	3,68572967	3,44916605	3,29064823	3,18053767
Nivel de endeudamiento total	91%	87%	87%	85%	83%
Rentabilidad operacional	27%	22%	23%	24%	24%
Rentabilidad neta	10%	7%	8%	9%	10%
Rentabilidad Patrimonio	60%	33%	41%	42%	44%
Rentabilidad del activo	6%	4%	5%	6%	8%

Razones financieras – Alternativa Outsourcing

INDICADORES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	3,36166152	4,0788897	3,87502375	3,80407863	3,83075878
Nivel de endeudamiento total	78%	72%	72%	70%	69%
Rentabilidad operacional	28%	23%	24%	24%	25%
Rentabilidad neta	26%	22%	23%	23%	24%
Rentabilidad Patrimonio	76%	41%	46%	46%	47%
Rentabilidad del activo	16%	12%	13%	14%	15%

Estado de pérdidas y ganancias

Estado de perdidas y ganancias - Alternativa Planta Propia

Estado de perdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 214.752.000,00	\$ 234.659.778,84	\$ 258.099.122,84	\$ 285.731.602,08	\$ 318.375.508,99
(-) Devoluciones y descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Costo de ventas	\$ 105.962.524,44	\$ 115.785.382,90	\$ 127.350.779,55	\$ 140.985.145,04	\$ 157.092.239,66
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 108.789.475,56	\$ 118.874.395,94	\$ 130.748.343,28	\$ 144.746.457,04	\$ 161.283.269,33
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ -	\$ 11.732.988,94	\$ 12.904.956,14	\$ 14.286.580,10	\$ 15.918.775,45
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 107.589.475,56	\$ 105.941.406,99	\$ 116.643.387,14	\$ 129.259.876,94	\$ 144.164.493,88
(+) Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos no operacionales	\$ 35.704.071,52	\$ 34.573.023,79	\$ 36.975.972,21	\$ 39.791.881,40	\$ 43.089.721,38
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 71.885.404,05	\$ 71.368.383,20	\$ 79.667.414,94	\$ 89.467.995,54	\$ 101.074.772,50
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 25.159.891,42	\$ 24.978.934,12	\$ 27.883.595,23	\$ 31.313.798,44	\$ 35.376.170,37
(-) Impuesto CREE	\$ 6.469.686,36	\$ 6.423.154,49	\$ 7.170.067,34	\$ 8.052.119,60	\$ 9.096.729,52
UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 40.255.826,27	\$ 39.966.294,59	\$ 44.613.752,36	\$ 50.102.077,50	\$ 56.601.872,60
(-) Reservas	\$ 4.025.582,63	\$ 3.996.629,46	\$ 4.461.375,24	\$ 5.010.207,75	\$ 5.660.187,26
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 36.230.243,64	\$ 35.969.665,13	\$ 40.152.377,13	\$ 45.091.869,75	\$ 50.941.685,34

Estado de pérdidas y ganancias – Alternativa Outsourcing

Estado de pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$ 214.752.000,00	\$ 234.659.778,84	\$ 258.099.122,84	\$ 285.731.602,08	\$ 318.375.508,99
(-) Devoluciones y descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Costo de producción	\$ 104.020.209,60	\$ 113.663.013,06	\$ 125.016.413,61	\$ 138.400.858,37	\$ 154.212.706,64
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 110.731.790,40	\$ 120.996.765,78	\$ 133.082.709,23	\$ 147.330.743,70	\$ 164.162.802,35
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ -	\$ 11.732.988,94	\$ 12.904.956,14	\$ 14.286.580,10	\$ 15.918.775,45
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 109.531.790,40	\$ 108.063.776,84	\$ 118.977.753,09	\$ 131.844.163,60	\$ 147.044.026,90
(+) Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos no operacionales	\$ 2.993.700,00	\$ 3.088.973,09	\$ 3.191.696,75	\$ 3.302.836,86	\$ 3.423.575,73
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 106.538.090,40	\$ 104.974.803,76	\$ 115.786.056,33	\$ 128.541.326,75	\$ 143.620.451,17
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 37.288.331,64	\$ 36.741.181,32	\$ 40.525.119,72	\$ 44.989.464,36	\$ 50.267.157,91
(-) Impuesto CREE	\$ 9.588.428,14	\$ 9.447.732,34	\$ 10.420.745,07	\$ 11.568.719,41	\$ 12.925.840,61
UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 59.661.330,62	\$ 58.785.890,10	\$ 64.840.191,55	\$ 71.983.142,98	\$ 80.427.452,66
(-) Reservas	\$ 5.966.133,06	\$ 5.878.589,01	\$ 6.484.019,15	\$ 7.198.314,30	\$ 8.042.745,27
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 53.695.197,56	\$ 52.907.301,09	\$ 58.356.172,39	\$ 64.784.828,68	\$ 72.384.707,39

Tabla de decisión

Tabla de decisión – Alternativa Planta Propia

Indicadores Alternativa Planta Propia	Resultado	Conclusión
Tasa mínima de rendimiento esperada (TMAR)	13,40%	
Tasa interna de retorno (TIR)	6%	Se rechaza
Valor presente neto (VPN)	-\$ 4.322.425,36	Se rechaza
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	4,341844633	Años
Punto de equilibrio Faldas	3378	Unidades
Punto de equilibrio Blusas	4615	Unidades

Tabla de decisión – Alternativa Outsourcing

Indicadores Alternativa Outsourcing	Resultado	Conclusión
Tasa mínima de rendimiento esperada (TMAR)	13,40%	
Tasa interna de retorno (TIR)	69%	Se acepta
Valor presente neto (VPN)	\$ 78.807.118,15	Se acepta
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	1,410187092	Años
Punto de equilibrio Faldas	258	Unidades
Punto de equilibrio Blusas	352	Unidades

Análisis de sensibilidad

Escenario positivo

valor presente neto										
1		2		3		4		5		
r	6.600.000	F	17.205.601	F	44.055.211	F	132.700.435	F	162.727.726	
n	1	n	2	n	4	n	8	n	16	
	Egresos			Ingresos						
TIO	1	2	Suma	1	2	3	4	Suma	TIO	VPN
13,18%	76.022.344	5.831.419	81.853.763	13.431.684	26.848.407	49.285.008	22.446.391	112.011.490	13,18%	30.157.727
15,00%	76.022.344	5.739.130	81.761.474	13.009.906	25.188.710	43.380.008	17.389.861	98.968.484	15,00%	17.207.010
17,00%	76.022.344	5.641.026	81.663.370	12.568.924	23.510.066	37.790.745	13.197.381	87.067.116	17,00%	5.403.746
18,00%	76.022.344	5.593.220	81.615.564	12.356.794	22.723.188	35.303.380	11.517.267	81.900.629	18,00%	285.065
18,06%	76.022.344	5.590.450	81.612.794	12.344.555	22.678.197	35.163.719	11.426.322	81.612.793	18,06%	0
TIR										

Escenario negativo

valor presente neto									
1		2		3		4		5	
r	5.400.000	F	14.077.310	F	36.045.173	F	108.573.083	F	133.140.866
n	1	n	2	n	4	n	8	n	16

TIO	Egresos			Ingresos				Suma	TIO	VPN
	1	2	Suma	1	2	3	4			
13,18%	76.022.344	4.771.161	80.793.505	10.989.559	21.966.879	40.324.097	18.365.229	91.645.764	13,18%	10.852.259
14,00%	76.022.344	4.736.842	80.759.186	10.832.033	21.341.636	38.061.277	16.361.901	86.596.847	14,00%	5.837.661
15,00%	76.022.344	4.695.652	80.717.996	10.644.468	20.608.945	35.492.733	14.228.068	80.974.214	15,00%	256.218
15,01%	76.022.344	4.695.244	80.717.588	10.642.617	20.601.778	35.468.053	14.208.287	80.920.735	15,01%	203.147
15,05%	76.022.344	4.693.678	80.716.022	10.635.520	20.574.308	35.373.533	14.132.660	80.716.022	15,05%	0
TIR										

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Misión

Somos una empresa ubicada en la ciudad de Bogotá que se dedica a la producción y comercialización de faldas y blusas perfumadas, en base a la innovación e investigación en tendencias de los principales países e iconos de moda, conocidos por ofrecer productos económicos, de calidad, accesibles al usuario gracias a las diversas alianzas estratégicas que favorecen el acceso de nuestros productos al consumidor.

Visión

Ser la empresa líder en producción de ropa innovadora con diseños e ideas nuevas para el año 2020, no solo en la ciudad de Bogotá sino en todo el territorio Colombiano.

Análisis DOFA

La matriz DOFA permite identificar las diferentes situaciones posibles en la empresa que requieren de una atención especial ya sea para corregir una situación o falencia, o para sacar provecho de una oportunidad. Cualquiera sea el objetivo, se requiere del diseño de unas estrategias para lograrlo. Si hablamos de fortalezas se deben diseñar estrategias encaminadas a utilizar tales fortalezas con lo que se puede minimizar los efectos de las posibles amenazas que se presenten. Mediante un correcto uso de planes de contingencia y demás.

La importancia de la matriz DOFA radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer.

Matriz Dofa:

MATRIZ DOFA Amenazas Oportunidades Debilidades Fortalezas	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con un plan de mercadeo • Producto de calidad • Punto de ventas propio • Los procesos de producción están claros • Capacidad de surtir a otras ciudades 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • No cuentas con buenas prácticas de publicidad. • No implementa última tecnología
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de mano de obra barata. • Se podría desarrollar nuevos productos. • Asequibilidad a la materia prima • No hay competidores formales • Márgenes de ganancia son altas , puesto que la materia prima es de bajo costos • Se puede extender a otras ciudades 	ESTRATEGIAS – FO <ul style="list-style-type: none"> • Compra de maquinaria y equipo para hacer más eficaz los productos • Mayor capacitación para agregar valor agregado al producto. 	ESTRATEGIAS – DO <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de más canales de distribución
AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • vulnerabilidad contra grandes compañías más grandes. • El contrabando que puede llegar a competir deslealmente. • Más impuestos por parte del estado 	ESTRATEGIAS – FA <ul style="list-style-type: none"> • Comprarle a productores de tela nacionales. • Hacer donaciones para reducir los impuestos 	ESTRATEGIAS – DA <ul style="list-style-type: none"> • Hacer donaciones para reducir los impuestos • Hacer publicidad en periódicos y redes sociales.

Fuente: Autores

Políticas de calidad

Queremos implementar una nueva filosofía de administración, estableciendo políticas enfocadas a los procesos de la compañía y orientadas al mercado, para ello es necesario que nuestros mayores esfuerzos estén centrados en el cliente y el medio ambiente razón de nuestra permanencia como empresa y en reforzar nuestros valores éticos y morales para que inspiren nuestros actos.

➤ SERVICIO AL CLIENTE

Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes al tener un producto económico pero a su vez de calidad.

➤ MEJORAMIENTO CONTINUO

Mantener una cultura proactiva e innovadora en nuestros procesos y servicios.

➤ FACTOR HUMANO

Mantener un equipo humano competente con sentido de pertenencia y compromiso por la empresa y el medio ambiente.

➤ UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS

Hacer uso adecuado de los recursos físicos para el desarrollo de las actividades de la organización.

➤ MEDIO AMBIENTE

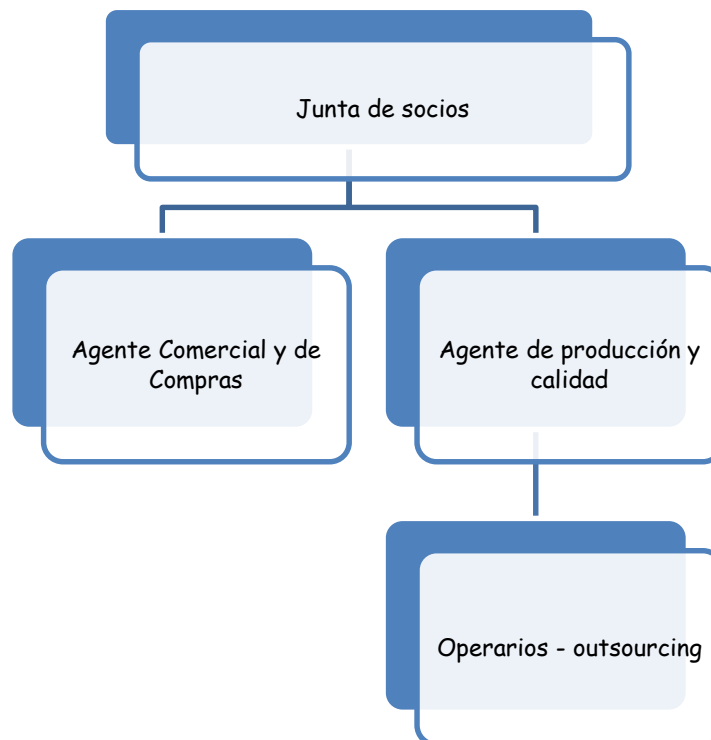
Trabajar continuamente por minimizar los riesgos ambientales al hacer nuestros productos.

➤ SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL.

Asegurar el bienestar físico de todos nuestros, colaboradores, contratistas y visitantes, minimizando y controlando los riesgos relacionados con la Salud Ocupacional y la Seguridad Industrial

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama



Fuente: Autores

Manual de perfiles y funciones

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1.1 Nombre del cargo:	Agente de Producción y calidad
Departamento :	Producción
Reportar a:	Junta de Socios
Supervisar a:	Operarios - Outsourcing
1.2 Se relaciona internamente con:	Junta de Socios
2. FINALIDAD DEL CARGO	
DEFINICIÓN:	<p>2.1 Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.</p> <p>2.2 Responsable del mantenimiento del clima laboral adecuado.</p> <p>2.3 Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción.</p> <p>2.4 Garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad y seguridad industrial en la manufactura y acondicionamiento de los productos.</p>

3. FUNCIONES GENERALES Y PERIÓDICAS

3.1 Mantener una comunicación interdepartamental fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos.

3.2 Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa

3.3 Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del departamento.

3.4 Programar las actividades de su departamento de acuerdo al plan de producción suministrado por la Gerencia, a fin de optimizar las entregas de producto terminado a tiempo.

3.5 Elaborar, revisar y mantener actualizadas las descripciones de puestos del personal a su cargo.

3.6 Además de las funciones descritas anteriormente el Gerente de Producción estará en la disposición de desempeñar cualquier función especial asignada por su jefe inmediato, siempre y cuando la misma no vaya en contra de los principios trazados por las Buenas Prácticas de Manufactura. También se encuentra en el deber de colaborar, en lo posible, con el buen desempeño de su área y demás compañeros de trabajo.

4. DISPOSICIONES GENERALES

4.1 Todas las tareas ejecutadas por este cargo se hallan sujetas a políticas y reglamentos de la empresa.

4.2 Realizar tareas normales de su área y de la empresa en general, de acuerdo a reglamentos y disposiciones vigentes.

4.3 En ausencia temporal del titular, las actividades del Gerente de Producción podrán ser confirmadas por los Supervisores y/o Coordinadores de Producción.

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1.1 Nombre del cargo:	Agente Comercial y de Compras
Departamento :	Comercial
Reportar a:	Junta de Socios
Se relaciona internamente con:	Agente de producción y calidad

2. FINALIDAD DEL CARGO	
DEFINICIÓN:	<p>2.1 Responsable de integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de las áreas del depto. comercial garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos.</p> <p>2.2 Responsable de la parte de ventas.</p> <p>2.3 Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que impliquen nuevos clientes.</p>
3. FUNCIONES GENERALES Y PERIÓDICAS	
<p>3.1- Elaborar los indicadores Comerciales</p> <p>3.2 Elaborar las ofertas de servicio de los clientes y mantenerlas actualizadas</p> <p>3.3 Diligenciar el cuadro de control de Ofertas</p> <p>3.4 Hacer seguimiento a las ofertas y clientes potenciales</p> <p>3.5 Mantener actualizado el cuadro de clientes potenciales</p>	

2. Esquema de contratación:

a. Selección y reclutamiento:

Para la selección y reclutamiento se tendrán en cuenta que los operarios deben cumplir con ciertas especificaciones para aplicar al cargo:

AGENTE DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD	
Estudios:	Profesional con estudios de nivel universitario. Idioma Inglés Técnico a nivel de lectura para interpretar. Manejo de Utilitarios (Word, Excel).
Experiencia:	Mínimo tres años en la Industria con experiencia en cargos similares.
Grado de responsabilidad directa en:	Información confidencial, valores, equipos/ productos / instalaciones.
Relaciones funcionales:	Tiene contactos externos ocasionales
Complejidad y dirección:	Tarea compleja: Supervisa Departamento.
OPERARIO	
ESTUDIOS:	Bachiller y/o estudio en el SENA
EXPERIENCIA:	Mínimo un año en la Industria con experiencia en cargos similares.

GRADO DE RESPONSABILIDAD DIRECTA EN:	Equipos/ productos / instalaciones.
---	-------------------------------------

AGENTE COMERCIAL Y DE COMPRAS	
ESTUDIOS:	Profesional con estudios de nivel universitario. Idioma Inglés Técnico a nivel de lectura para interpretar. Manejo de Utilitarios (Word, Excel).
EXPERIENCIA:	Mínimo un año en la Industria con experiencia en cargos similares.
GRADO DE RESPONSABILIDAD DIRECTA EN:	Información confidencial, valores, equipos/ productos / instalaciones.
RELACIONES FUNCIONALES:	Tiene contactos externos ocasionales
COMPLEJIDAD Y DIRECCIÓN:	Tarea compleja: Supervisa Departamento.

Nomina

Nomina Agente comercial y de compras

Sueldo	1.200.000		
Aux. transporte	77.700		
Horas extras	-		
Salario	1.277.700		
Aportes Sociales	Empleado	Empresa	Total
Salud	4%	8,5%	12,5%
Pensión	4%	12%	16%
Fondo sol. Pension	1%		1%
ARP	0%	4,5%	4,500%
Cesantías		8,33%	8,33%
Int. Cesantías		1%	1%
Prima		8,33%	8,33%
Vacaciones		4,17%	4,17%
Caja comp. familiar		4%	4%
ICBF		3%	3%
Prima		2%	2%
Vacaciones			
Costos nómina para la empresa		56%	
Seguridad Social	%	IBC	VALOR
Salud	8,5%	1.200.000	102.000
Pensión	12%	1.200.000	144.000
ARP	4,5%	1.200.000	54.000
TOTAL			300.000
Prestaciones Soc	%	SBL	VALOR
Cesantías	8,33%	1.277.700	106.475
Int. Cesantías	1%	106.475	1.065
Prima	8,33%	1.277.700	106.475
Vacaciones	4,17%	1.200.000	50.040
TOTAL			264.055
Parafiscales	%	IBC	VALOR
Caja comp. familiar	4%	1.200.000	48.000
ICBF	3%	1.200.000	36.000
SENA	2%	1.200.000	24.000
TOTAL			108.000
Costo Mano de Obra			1.949.755
VR. Hora			12.186

Agente de producción y calidad

Sueldo	1.200.000		
Aux. transporte	74000		
Horas extras	-		
Salario	1.200.000		
Aportes Sociales	Empleado	Empresa	Total
Salud	4%	8,5%	12,5%
Pensión	4%	12%	16%
Fondo sol. Pension	1%		1%
ARP	0%	4,500%	4,500%
Cesantías		8,33%	8,33%
Int. Cesantías		1%	1%
Prima		8,33%	8,33%
Vacaciones		4,17%	4,17%
Caja comp. familiar		4%	4%
ICBF		3%	3%
Prima		2%	2%
Vacaciones			
Costos nómina para la empresa		56%	
Seguridad Social	%	IBC	VALOR
Salud	8,5%	1.200.000	102.000
Pensión	12%	1.200.000	144.000
ARP	4,5%	1.200.000	54.000
TOTAL			300.000
Prestaciones Soc	%	SBL	VALOR
Cesantías	8,33%	1.200.000	100.000
Int. Cesantías	1%	100.000	1.000
Prima	8,33%	1.200.000	100.000
Vacaciones	4,17%	1.200.000	50.040
TOTAL			251.040
Parafiscales	%	IBC	VALOR
Caja comp. familiar	4%	1.200.000	48.000
ICBF	3%	1.200.000	36.000
SENA	2%	1.200.000	24.000
TOTAL			108.000
Costo Mano de Obra			1.859.040
VR. Hora			11.619

Nomina Operario

Sueldo	689.455		
Aux. transporte	77.700		
Horas extras	-		
Salario	767.155		
Aportes Sociales	Empleado	Empresa	Total
Salud	4%	8,5%	12,5%
Pensión	4%	12%	16%
Fondo sol. Pension	1%		1%
ARP	0%	4,500%	4,500%
Cesantías		8,33%	8,33%
Int. Cesantías		1%	1%
Prima		8,33%	8,33%
Vacaciones		4,17%	4,17%
Caja comp. familiar		4%	4%
ICBF		3%	3%
Prima		2%	2%
Vacaciones			
Costos nómina para la empresa		56%	
Seguridad Social	%	IBC	VALOR
Salud	8,5%	689.455	58.604
Pensión	12%	689.455	82.735
ARP	4,5%	689.455	31.025
TOTAL			172.364
Prestaciones Soci	%	SBL	VALOR
Cesantías	8,33%	767.155	63.930
Int. Cesantías	1%	63.930	639
Prima	8,33%	767.155	63.930
Vacaciones	4,17%	689.455	28.750
TOTAL			157.249
Parafiscales	%	IBC	VALOR
Caja comp. familiar	4%	689.455	27.578
ICBF	3%	689.455	20.684
SENA	2%	689.455	13.789
TOTAL			62.051
Costo Mano de Obra			1.158.818
VR. Hora			7.243

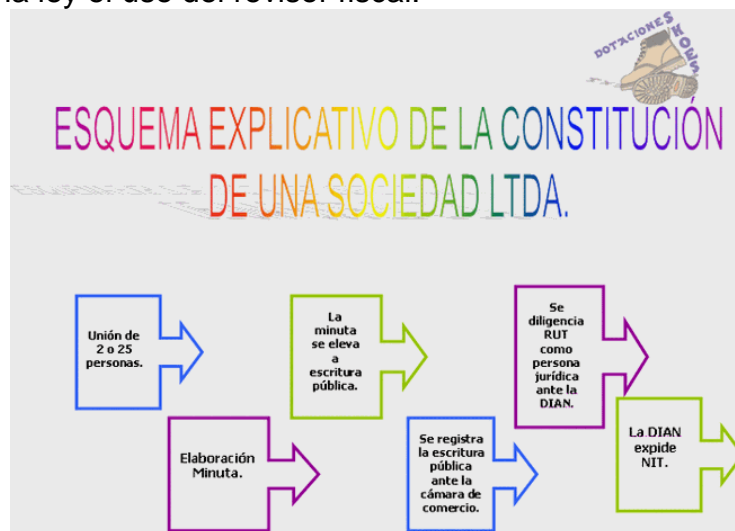
Vainilla clothes sociedad limitada

La sociedad de limitada es una empresa mercantil en la que el capital está dividido en cuotas sociales de distinto valor, con títulos innegociables ni denominales acciones y en la que la responsabilidad de los socios se circunscribe exclusivamente al capital aportado por cada uno; el número de accionistas es de mínimo 2 y máximo 25.

La constitución se hace por escritura pública que contiene los estatutos de la sociedad y se debe solicitar registros ante la autoridad aduanera y la Cámara de Comercio donde corresponda.

En la razón social de este tipo de sociedad debe dejarse en claro que la sociedad se trata de una de responsabilidad limitada, de omitirse esta circunstancia los socios responden solidariamente de las obligaciones de la sociedad.

Las resoluciones en la sociedad las adoptan los socios. Estos individuos son los creadores de este tipo de sociedad. El contrato deberá establecer de qué forma se adoptarán dichas decisiones. Lo habitual es que las decisiones sean adoptadas en la Reunión de Socios. Cuando la decisión tuviera que ver con la modificación del contrato social, si alguno de los socios tuviera la mayoría necesaria para tomar por sí sólo la decisión, la cuál varía según que el contrato lo hubiera previsto (más de la mitad del capital social) o no (tres cuartas partes del capital social), la ley exige el voto de otro socio en el mismo sentido. Es obligatorio cuando los ingresos o activos de la sociedad durante el año anterior excedan del monto establecido en la ley el uso del revisor fiscal.



Documentos sociedad limitada

A continuación se citan los documentos necesarios para la creación de la Vainilla Clothes Limitada, para más detalles. Ver Anexos. Página 115 a la 130.

- Acta de constitución de Vainilla Clothes Limitada.
- Acta de constitución N° 1. Definición miembros junta directiva.
- Acta número N° 2. Definición de cargos en la empresa.
- Acta de nombramientos N° 3. Aprobación de la minuta.
- Acta número N° 4. Nombramientos oficiales.
- Minuta
- Clasificación por actividad económica dado por la cámara de comercio

CONCLUSIÓN

Como resultado de la formulación y evaluación del proyecto de producción y comercialización de ropa femenina perfumada en la ciudad de Bogotá se determina que para la demanda establecida lo indicado es optar por la alternativa dos, es decir, por la tercerización (outsourcing) debido principalmente a los resultados de la tabla de decisión que la determinó viable.

La viabilidad de proyecto está dada por tres variables fundamentales que dan soporte a la puesta en marcha del proyecto, las cuales son: la demanda obtenida por el estudio de mercado de la población bogotana, el VPN del proyecto para los periodos estudiados junto a sus puntos de equilibrio y finalmente el periodo de recuperación de inversión notablemente corto comparado con la alternativa uno de plata propia, además de la rentabilidad evaluada en un ambiente positivo (en donde se pueda elevar el precio de venta en un 10%) y en un ambiente negativo (en donde por diversas circunstancias sea necesario disminuir en 10% el precio de venta). Estos indicadores muestran que hasta el momento el proyecto es viable desde el punto de vista técnico y financiero.

ANEXOS

Información cantidad y precios de las faldas en el mercado colombiano para el año 2016. Datos base para la elaboración de la gráfica de la demanda.

Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
1	35999	Dafiti	7	35999	Dafiti
1	89900	Mango	7	89900	Mango
1	34900	Avon	7	26000	Avon
1	59800	Ragged	7	59800	Ragged
1	79900	Tennis	7	79900	Tennis
1	30495	Zanzea	7	28220	Zanzea
1	79900	Falabella	7	79900	Falabella
1	87900	Naf Naf	7	87900	Naf Naf
1	55000	It Girls	7	55000	It Girls
1	56900	Gef	7	56900	Gef
1	39900	Stradivarius	7	39900	Stradivarius
1	59900	Patprimo	7	59900	Patprimo
1	27000	Babalu	7	26000	Babalu
1	66950	Derek	7	66950	Derek
1	35000	Mattelsa	7	35000	Mattelsa
1	39900	Bershka	7	39900	Bershka
1	44900	Carmel	7	44900	Carmel
1	14900	Koaj	7	14900	Koaj
1	26400	Forever 21	7	26400	Forever 21
1	25000	Tienda LZ	7	25000	Tienda LZ
1	15000	Bkul	7	15000	Bkul
Promedio 1	47883		Promedio 7	47303	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
10	35999	Dafiti	12	34999	Dafiti
10	89900	Mango	12	89900	Mango
10	26000	Avon	12	26000	Avon
10	59800	Ragged	12	59800	Ragged
10	79900	Tennis	12	79900	Tennis
10	26000	Zanzea	12	26000	Zanzea
10	79900	Falabella	12	79900	Falabella
10	87900	Naf Naf	12	87900	Naf Naf
10	52000	It Girls	12	52000	It Girls
10	56900	Gef	12	56900	Gef

10	39900	Stradivarius	12	35910	Stradivarius
10	59900	Patprimo	12	52113	Patprimo
10	26000	Babalu	12	26000	Babalu
10	66950	Derek	12	54995	Derek
10	35000	Mattelsa	12	35000	Mattelsa
10	39900	Bershka	12	33900	Bershka
10	44900	Carmel	12	44900	Carmel
10	14900	Koaj	12	13000	Koaj
10	26400	Forever 21	12	25000	Forever 21
10	25000	Tienda LZ	12	22000	Tienda LZ
10	15000	Bkul	12	15000	Bkul
Promedio 10	47055		Promedio 12	45291	

Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
20	34999	Dafiti	30	34999	Dafiti
20	89900	Mango	30	59900	Mango
20	26000	Avon	30	26000	Avon
20	59800	Ragged	30	54800	Ragged
20	79900	Tennis	30	67900	Tennis
20	26000	Zanzea	30	26000	Zanzea
20	79900	Falabella	30	69900	Falabella
20	87900	Naf Naf	30	79110	Naf Naf
20	52000	It Girls	30	52000	It Girls
20	56900	Gef	30	36900	Gef
20	35910	Stradivarius	30	35910	Stradivarius
20	52113	Patprimo	30	52113	Patprimo
20	26000	Babalu	30	26000	Babalu
20	54995	Derek	30	54995	Derek
20	31000	Mattelsa	30	31000	Mattelsa
20	33900	Bershka	30	33900	Bershka
20	44900	Carmel	30	39900	Carmel
20	13000	Koaj	30	13000	Koaj
20	25000	Forever 21	30	22000	Forever 21
20	22000	Tienda LZ	30	22000	Tienda LZ
20	15000	Bkul	30	12000	Bkul
Promedio 20	45101		Promedio 30	40492	

Cantidad	Precio	Empresa
100	24000	Dafiti
100	60000	Mango
100	23300	Avon
100	39900	Ragged
100	53300	Tennis

100	20330	Zanzea
100	53300	Falabella
100	58600	Naf Naf
100	36700	It Girls
100	38000	Gef
100	26600	Stradivarius
100	40000	Patprimo
100	18000	Babalu
100	44700	Derek
100	23400	Mattelsa
100	26600	Bershka
100	30000	Carmel
100	10000	Koaj
100	17600	Forever 21
100	16700	Tienda LZ
100	10000	Bkul
Promedio 100	31954	

Información cantidad y precios de las blusas en el mercado colombiano para el año 2016. Datos base para la elaboración de la gráfica de la demanda.

Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
1	30000	Falabella	6	30000	Falabella
1	25000	Valyjen	6	20000	Valyjen
1	5000	Terrasanta	6	5000	Terrasanta
1	19900	Carmel	6	19900	Carmel
1	40499	Dafiti	6	40499	Dafiti
1	34900	Jumbo	6	34900	Jumbo
1	34900	Patprimo	6	34900	Patprimo
1	41900	Totto	6	41900	Totto
1	32900	Bizarro	6	32900	Bizarro
1	55200	Chocolate	6	55200	Chocolate
1	89900	Fuera de serie	6	89900	Fuera de serie
1	39900	Stopjeans	6	39900	Stopjeans
1	32500	yoyo	6	32500	yoyo
1	15000	bligo	6	15000	bligo
1	40000	willdi	6	40000	willdi
1	83500	The North Face	6	83500	The North Face
1	50000	Axastore	6	50000	Axastore
1	32900	Fiorita	6	32900	Fiorita
1	28500	Forever 21	6	28500	Forever 21

1	24900	TechPro	6	24900	TechPro
1	24990	Parfait	6	24990	Parfait
Promedio 1	37252		Promedio 6	37014	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
7	30000	Falabella	10	30000	Falabella
7	20000	Valyjen	10	20000	Valyjen
7	3500	Terrasanta	10	3500	Terrasanta
7	19900	Carmel	10	19900	Carmel
7	40499	Dafiti	10	40499	Dafiti
7	34900	Jumbo	10	34900	Jumbo
7	34900	Patprimo	10	34900	Patprimo
7	41900	Totto	10	41900	Totto
7	32900	Bizarro	10	32900	Bizarro
7	55200	Chocolate	10	55200	Chocolate
7	89900	Fuera de serie	10	89900	Fuera de serie
7	39900	Stopjeans	10	34900	Stopjeans
7	32500	yoyo	10	32000	yoyo
7	15000	bligo	10	15000	bligo
7	40000	willdi	10	40000	willdi
7	83500	The North Face	10	83500	The North Face
7	50000	Axastore	10	50000	Axastore
7	32900	Fiorita	10	32900	Fiorita
7	28500	Forever 21	10	28500	Forever 21
7	24900	TechPro	10	24900	TechPro
7	24990	Parfait	10	24990	Parfait
Promedio 7	36942		Promedio 10	36680	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
12	30000	Falabella	15	30000	Falabella
12	20000	Valyjen	15	20000	Valyjen
12	3500	Terrasanta	15	3500	Terrasanta
12	17990	Carmel	15	17990	Carmel
12	40499	Dafiti	15	40499	Dafiti
12	34900	Jumbo	15	34900	Jumbo
12	34900	Patprimo	15	32900	Patprimo
12	41900	Totto	15	41900	Totto
12	27900	Bizarro	15	27900	Bizarro
12	55200	Chocolate	15	46920	Chocolate
12	89900	Fuera de serie	15	89900	Fuera de serie
12	34900	Stopjeans	15	34900	Stopjeans
12	32000	yoyo	15	32000	yoyo

12	15000	bligo	15	15000	bligo
12	39000	Willdi	15	39000	willdi
12	83500	The North Face	15	83500	The North Face
12	50000	Axastore	15	50000	Axastore
12	32900	Fiorita	15	32900	Fiorita
12	25900	Forever 21	15	25900	Forever 21
12	24900	TechPro	15	24900	TechPro
12	24990	Parfait	15	24990	Parfait
Promedio 12	36180		Promedio 15	35690	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
20	30000	Falabella	30	27000	Falabella
20	20000	Valyjen	30	20000	Valyjen
20	3500	Terrasanta	30	3500	Terrasanta
20	17990	Carmel	30	17990	Carmel
20	40499	Dafiti	30	26999	Dafiti
20	34900	Jumbo	30	34900	Jumbo
20	32900	Patprimo	30	32900	Patprimo
20	41900	Totto	30	41900	Totto
20	27900	Bizarro	30	27900	Bizarro
20	46920	Chocolate	30	46920	Chocolate
20	89900	Fuera de serie	30	71800	Fuera de serie
20	34900	Stopjeans	30	34900	Stopjeans
20	32000	Yoyo	30	32000	yoyo
20	15000	Bligo	30	15000	bligo
20	39000	Willdi	30	39000	willdi
20	83500	The North Face	30	69500	The North Face
20	50000	Axastore	30	37500	Axastore
20	32900	Fiorita	30	26900	Fiorita
20	25900	Forever 21	30	25900	Forever 21
20	20000	TechPro	30	20000	TechPro
20	24990	Parfait	30	21250	Parfait
Promedio 20	35457		Promedio 30	32084	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
48	27000	Falabella	50	27000	Falabella
48	20000	Valyjen	50	20000	Valyjen
48	3500	Terrasanta	50	3500	Terrasanta
48	17990	Carmel	50	17990	Carmel
48	26999	Dafiti	50	26999	Dafiti
48	34900	Jumbo	50	34900	Jumbo

48	32900	Patprimo	50	32900	Patprimo
48	35900	Totto	50	35900	Totto
48	27900	Bizarro	50	27900	Bizarro
48	46920	Chocolate	50	46920	Chocolate
48	71800	Fuera de serie	50	71800	Fuera de serie
48	34900	Stopjeans	50	34900	Stopjeans
48	32000	yoyo	50	32000	yoyo
48	15000	bligo	50	12000	bligo
48	39000	willdi	50	39000	willdi
48	69500	The North Face	50	69500	The North Face
48	37500	Axastore	50	37500	Axastore
48	26900	Fiorita	50	26900	Fiorita
48	25900	Forever 21	50	25900	Forever 21
48	20000	TechPro	50	20000	TechPro
48	21250	Parfait	50	21250	Parfait
Promedio 48	31798		Promedio 50	31655	
Cantidad	Precio	Empresa	Cantidad	Precio	Empresa
60	27000	Falabella	100	20000	Falabella
60	20000	Valyjen	100	16600	Valyjen
60	3500	Terrasanta	100	3500	Terrasanta
60	17990	Carmel	100	13300	Carmel
60	26999	Dafiti	100	27000	Dafiti
60	29900	Jumbo	100	23300	Jumbo
60	32900	Patprimo	100	25400	Patprimo
60	35900	Totto	100	28000	Totto
60	27900	Bizarro	100	22000	Bizarro
60	46920	Chocolate	100	36800	Chocolate
60	71800	Fuera de serie	100	60000	Fuera de serie
60	34900	Stopjeans	100	26600	Stopjeans
60	32000	yoyo	100	27700	yoyo
60	12000	bligo	100	10000	bligo
60	39000	willdi	100	26700	willdi
60	69500	The North Face	100	55700	The North Face
60	37500	Axastore	100	33400	Axastore
60	26900	Fiorita	100	22000	Fiorita
60	25900	Forever 21	100	19000	Forever 21
60	20000	TechPro	100	16600	TechPro
60	21250	Parfait	100	16660	Parfait

Promedio 60	31417	Promedio 100	25250
-------------	-------	--------------	-------

Tasa de uso por tipo de puntadas en las confecciones

Clase de Puntada	Descripción	Uso Total de Hilo (cm por cm de costura) / Razón de Hilo	Número de Agujas	Porcentaje de Hilo de Aguja	Porcentaje de Hilo del looper/ Inferior (incl. Cubierta) Hilos
301	Pespunte	2.5	1	50	50
101	Cadeneta	4.0	1	100	0
401	Putada de Cadena de Dos Hilos	5.5	1	25	75
304	Puntada Zig Zag	7.0	1	50	50
503	Puntada de Canto de Dos Hilos	12.0	1	55	45
504	Puntada de Canto de Tres Hilos	14.0	1	20	80
512	Puntada Falsa de Seguridad de Cuatro Hilos	18.0	2	25	75
516	Puntada de Seguridad de Cinco Hilos	20.0	2	20	80
406	Puntada Cubierta de Tres Hilos	18.0	2	30	70
602	Puntada Cubierta de Cuatro Hilos	25.0	2	20	80
605	Puntada Cubierta de Cinco Hilos	28.0	3	30	70

Sobre el por qué el uso del aroma a vainilla en las prendas

El Marketing olfativo y los usos en que podemos utilizar este aroma para potenciar efectos beneficiosos en nuestro negocio.

La Vainilla se extrae de un planta originaria de Mexico perteneciente a la familia de las Orquídeas, sus beneficios son muchos y existen cientos de tratamientos que utilizan la Vainilla como base en sus tratamientos.

Propiedades de la Vainilla: Afrodisíaco, Antiséptico, Antidepresivo, Balsámico, Calmante, Cicatrizante, Estimulante, Digestivo, Desodorante, Relajante, Tranquilizante...

En el marketing olfativo este aroma es utilizado en ambientes femeninos por su efecto afrodisíaco, pero el uso de este aroma va mucho más allá de un simple uso afrodisíaco.

La Vainilla podemos utilizarla en ambientes tensos, donde lograremos estabilizar esta tensión aportando un plus revitalizador sobre las personas expuestas al mismo.

Su efecto relajador nos transporta a momentos agradables de nuestra infancia provocando un efecto estimulante y reavivando nuestros recuerdos y sentimientos mas profundos y placenteros.

Al mismo tiempo la Vainilla alivia la depresión, la tristeza y la soledad aportándonos el calor que necesitamos en este tipo de situaciones emocionales.

Como afrodisiaco es un potente excitante sexual si su aplicación esta acompañada con pequeños detalles visuales y auditivos.

Con la Vainilla logramos liberar nuestra sensualidad mas escondida y actúa directamente en el subconsciente, también nos aporta una mayor seguridad y confianza.

Estos efectos estimulantes son provocados en ambos géneros sin importar la sexualidad atrayendo igualmente a hombre que a mujeres.¹¹

Costos energía

Máquina de coser



MOTOR INDUSTRIAL ABORRADOR DE ENERGIA PARA MAQUINA PLANA, FILETEADORA, COLLARIN,
20C



CARACTERISTICAS:
* POTENCIA 550 W
* ARTICULO NUEVO

¹¹ Tomado de Higiene industrial y control de olores. Blog Jafqui. Vease en: <http://blog.jafqui.com/usos-vainilla-marketing-olfativo/>

Energía requerida 0,35 Kw/h

Consumo por día 0,35 Kw * 8 =10,8 Kw

Costo por día. 10,8 Kw*422,66=\$4.564,72

Costo por mes. 4564,72*20=\$91.294,56

Cortadora



[Más](#) [Ficha técnica](#) [Comentarios](#) [Product video](#)

- MODELO: CZD-3 8"
- Maxima Velocidad : 3400 RPM
- HZ: 50/60
- WATTS: 750 W
- VOLTIOS 220V
- PROCEDENCIA: CHINA (Tecnología Japonesa)
- PESO: 19 KG
- DIMENSIONES DE PAQUETE: 76 X 40 X 32,5
- USOS: Esta maquina es ideal para cortes en algodón, lino, seda, fibras químicas, esponjas, etc.



CORTADORA DE TELA ZJ-3 ZOJE

Ahora:
\$1.217.000
 Antes:
~~\$1.337.297~~

Energía requerida 0,70 Kw/h

Consumo por día 0,70 Kw * 0,3 =0,21 Kw

Costo por día. 10,8 Kw*422,66=\$88,75

Costo por mes. 88,75*20=\$17750, 17

mercado libre

arriendos bogota

Solo en Inmuebles

Regístrate Ingresar Vender

Filtrado por

- 50 a 80 m² cubiertos
- Arriendo

Inmueble

- Apartamentos (1481)
- Oficinas (262)
- Locales (171)
- Casas (36)
- Bodegas (7)
- Habitaciones (4)
- Lotes y Casales (1)
- Hoteles y Resorts (1)
- Negocios (1)
- Otros Inmuebles (2)

Ubicación

- Bogotá D.C. (1963)
- Cundinamarca (3)

Rango de precios

- Hasta \$1.000.000 (315)
- \$1.000.000 a \$2.000.000 (806)**
- Más de \$2.000.000 (845)

Min. - Máx. \$1.000.000 a \$2.000.000

Vendedor

Publicidad | Quiere Vivir En Miami - miami.pfsrealty.com - Conozca Todos Los Costos Mensuales De Vivir En Miami | Anuncia aquí

Foto	Precio	Descripción	Características
	\$ 200.000	Casa en arriendo	80 m²
	\$ 850.000	Apartamento en arriendo	70 m² 3 amb
	\$ 1.600.000	Bodega en arriendo	70 m²

Video fabricación blusa

Video fabricación falda

<https://www.youtube.com/watch?v=wuvzCisl6Ok>

Actas de constitución

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE VAINILLA CLOTHES LIMITADA.

En la ciudad de Bogotá D.C., a los tres (3) días de Abril del Año Dos Mil Dieciséis (2016) a las 8:30 a.m., en la Calle 101 N° 11-34, se reunieron; LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1015396511 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1020781379 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); manifestaron su voluntad de asociarse y constituirse en una sociedad limitada con el nombre de VAINILLA CLOTHES Limitada que tendrá como objeto social es diseño, producción y comercialización de ropa perfumada.

Que para tal efecto acogerán las correspondientes disposiciones que regulan las sociedades limitadas en Colombia, de la misma forma que las Normas Vigentes del Código de Comercio.

Los aportes de los asociados serán en dinero y tendrá la siguiente disposición: Lina Alejandra Murcia Barrera realizará aportes por la cuantía de \$3.000.000 y Rodolfo González Rodríguez realizará aportes por la cuantía de \$3.000.000; la sociedad contará con un capital inicial total de seis millones (\$6.000.000) representados en 2 cuotas partes con un valor igual a tres millones de pesos cada una (\$3.000.000).

El término de vigencia establecido para la sociedad será de 10 años contados a partir de la fecha de la escritura pública, pero podrá prorrogarse o disolverse y liquidarse en cualquier tiempo.

Se nombra como secretaria de la junta a la señorita Lina Alejandra Murcia Barrera por decisión unánime de la junta de socios.

Se levanta la sesión siendo las 10:00 a.m., se elabora esta acta aprobada y firmada como señal de aceptación por todos los asistentes.

Lina Alejandra Murcia Barrera

Rodolfo Héctor González Rodríguez

ACTA DE CONSTITUCIÓN No. 01

En la ciudad de Bogotá D.C., a los trece (13) días de Abril del Año Dos Mil Dieciséis (2016) a las 8:00 a.m., en la Calle 101 N° 11-38, LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1015396511 expedida en BOGOTÁ D.C., de estado civil Soltero(a); RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1020761379 expedida en BOGOTÁ D.C., de estado civil Soltero(a); con el objetivo de nombrar los miembros de la junta directiva de VAINILLA CLOTHES Limitada .

Teniendo en cuenta lo anterior se nombran los miembros de la junta directiva de la siguiente manera:

Nombre	Identificación
Lina Alejandra Murcia Barrera	CC 1015396511
Rodolfo Héctor González Rodríguez	CC 1020761379

Se levanta la sesión a las 9:00 a.m. se elabora acta aprobada y firmada por los asistentes.

Lina Alejandra Murcia Barrera

Rodolfo Héctor González Rodríguez

ACTA NUMERO 2

En la ciudad de Bogotá D.C., a los quince (15) días de Abril del Año Dos Mil Dieciséis (2016) a las 3:00 p.m., en la Calle 101 N° 11-38, se reunieron LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1015396511 expedida en BOGOTÁ D.C., de estado civil Soltero(a); RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1020761379 expedida en BOGOTÁ D.C., de estado civil Soltero(a); con el fin de efectuar los nombramientos para los cargos de Junta de socios, Representante Legal, subgerente ineludibles para desarrollar y continuar con la constitución de la sociedad VAINILLA CLOTHES Limitada.

La Junta de socios estará Integrada por: Lina Alejandra Murcia Barrera y Rodolfo Héctor González Rodríguez, quienes serán la mayor autoridad de la sociedad.

Siguiendo con la continuidad se procede al nombramiento del representante legal por voto unánime al señor Rodolfo Héctor González Rodríguez que cumplirá a cabalidad las funciones que se hayan impuesto en los estatutos, además de tener el compromiso y función la obtención de la persona jurídica ante la cámara de comercio de Bogotá y de los demás trámites necesarios para el auténtico desarrollo de la sociedad. Como subgerente se designo a la señorita Lina Alejandra Murcia Barrera quien sustituirá al gerente en calamidades presentadas.

Se prosigue a la realización de la minuta por aprobación de los socios Lina Alejandra Murcia Barrera y Rodolfo Héctor González Rodríguez.

Se levanta la sesión siendo las 5:00 p.m., se elabora esta acta y se firma como señal de aceptación por todos los asistentes.

Lina Alejandra Murcia Barrera

Rodolfo Héctor González Rodríguez

APROBACIÓN DE LA MINUTA DE CONSTITUCIÓN

En la ciudad de Bogotá D.C., a los dieciséis (16) días de Abril del Año Dos Mil Dieciséis (2016) a las 3:00 p.m., en la Calle 101 a N° 11-38, se reunieron LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1015396511 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1020781379 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); con el fin de aprobar y firmar la minuta de constitución de VAINILLA CLOTHES Limitada.

Una vez verificado el quórum, se procedió a la lectura de la minuta de constitución por la señorita Lina Alejandra Murcia Barrera, siguiendo el orden se realizó su aprobación por unanimidad para luego pasarla a la notaría 19 del círculo de Bogotá.

Se levanta la sesión siendo las 5:00 p.m., se elabora esta acta y se firma como señal de aceptación por todos los asistentes.

Lina Alejandra Murcia Barrera

Rodolfo Héctor González Rodríguez

ACTA NÚMERO 4

En la ciudad de Bogotá D.C., a los diecisiete (17) días de Abril del Año Dos Mil Dieciséis (2016) a la 1:00 p.m., en la Calle 101 a N° 11-38, se reunieron LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1015396511 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, mayor de edad, vecino(a) de esta ciudad, identificado(a) con la cédula de ciudadanía 1020781379 expedida en BOGOTÁ DC, de estado civil Soltero(a); con el fin de efectuar el nombramiento del revisor fiscal y su fiscal suplente para VAINILLA CLOTHES Limitada.

Por unanimidad y luego de discusión de los socios, se nombra a la señora Clara Inés Rodríguez Gelvez identificada con CC 63.368.368 de Bogotá como Revisora Fiscal y al señor Dieferson Chicuasque Dimate identificado con CC 1.024.534.569 como Suplente de la revisora fiscal.

Se levanta la sesión siendo las 3:30 p.m., se elabora esta acta y se firma como señal de aceptación por todos los asistentes.

Lina Alejandra Murcia Barrera

Rodolfo Héctor González Rodríguez

Minuta

MINUTA

En la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca, República de Colombia, a diecisiete días de abril de dos mil dieciséis, la señora Una Alejandra Murcia Barrera y el señor Rodolfo Héctor González Rodríguez mayores de edad, con domicilio en Bogotá, identificadas con las cédulas de ciudadanía números 1.015.396.511, 1.020.781.379 obrando en nombre propio, manifestaron que constituirán una sociedad de responsabilidad limitada la cual se registrará por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la sociedad se denominará "Vanilla Clothes Limitada".

Artículo 2: Domicilio: El domicilio principal será en el municipio de Mosquera, Departamento de Cundinamarca, República de Colombia, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: La compañía tiene por objeto social: diseño, producción y comercialización de ropa para dama. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comerciales, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravámenes, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, cambio, descuento, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la sociedad: Se fija en 10 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire.

Artículo 5: El capital de la sociedad es la suma de \$6.000.000

Artículo 6: Cuotas: El capital social se divide en 2 cuotas partes de un valor igual a tres millones de pesos colombianos cada una, cuotas y cuotas que se encuentran pagadas en su totalidad de la siguiente forma: La Socia Una Alejandra Murcia Barrera, suscribe el cincuenta por ciento (50%) en una cuota de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$3.000.000 y el Socio Rodolfo Héctor, González Rodríguez, suscribe el cincuenta por ciento (50%) en una

cuota de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$3.000.000; así los aportes han sido pagados íntegramente a la sociedad.

Artículo 7: Responsabilidades: La responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes.

Artículo 8: La sociedad llevará un libro de registro de socios, registrado en la cámara de comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes y secciones que se hubieren efectuado aun por vía de remate.

Artículo 9: Aumento del capital: El capital de los socios puede ser aumentando por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios o por la acumulación que se hicieron de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios.

Artículo 10: Cesión de cuotas: Las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en el mercado, pero sí pueden cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

Artículo 11: El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito con el fin que dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso, los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean en este caso que alguno(s) no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresaran en la oferta.

Artículo 12: Si los socios interesados en adquirir las cuotas, discrepan respecto del precio o del plazo, se designaran peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El juicio y el plazo determinados serán obligatorios para las partes. Sin embargo estas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueran más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

Artículo 13: Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 9, ni se obtiene el voto de la mayoría del cincuenta y uno por ciento (51%) de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta (60) días hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes no se perfecciona la sesión, los socios optaran por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas que se liquidaran en la forma indicada en los artículos anteriores.

Artículo 14: La administración y dirección de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar la sociedad. Esta delegación no impide que la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, según la voluntad de los socios. Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio de los siguientes actos o funciones:

1. Disponer de una parte de las utilidades líquidas con destino a enanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades.
2. La sociedad podrá bien tener un revisor fiscal cuando así dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos de veinte por ciento (20%) del capital.

Artículo 15: Reuniones: La junta de socios se reunirá ordinariamente una vez por año, al primer día hábil de Febrero a las diez (10:00) de la mañana en las oficinas del domicilio de la compañía.

Artículo 16: Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la situación de las utilidades y acordar todas las providencias necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevisas o urgentes de la compañía así lo exijan, por convocatoria del gerente (y del revisor fiscal si lo hubiere) o a solicitud de un número de socios representantes de la cuarta parte por lo menos del capital social. La convocatoria para las reuniones extraordinarias se hará mediante comunicación por escrita dirigida a cada uno de los socios, pero con

una anticipación de cinco días (5) comunes a menos que en ellas hayan de aprobarse cuentas y balances generales de fin de ejercicio, pues entonces la convocatoria se hará con anticipación de quince (15) días hábiles.

Artículo 17: Las reuniones de la junta general de socios se efectuarán en el domicilio social. Sin embargo, podrán reunirse válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de las cuotas que integran el capital.

Artículo 18: Con el aviso de convocatoria para las reuniones extraordinarias, se especificaran los asuntos sobre los que se deliberará y decidirá, sin que puedan tratarse temas distintos a menos así lo disponga el sesenta por ciento (70%) de las cuotas representadas, una vez agotado el orden del día. En todo caso, podrá remover a los administradores y demás funcionarios cuya designación les corresponda.

Artículo 19: Si se convoca a la junta general de socios y la reunión no se efectúa por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que seionara y decidirá válidamente con un número plural de socios, cualquiera que sea la cantidad de cuotas que esté representada. La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez (10) primeros días hábiles contados desde la fecha fijada desde la primera reunión. Cuando la junta se reúna en sesión ordinaria por derecho propio el primer día hábil del mes de febrero también podrá deliberar y decidir válidamente en los términos anteriores. En todo caso, las reformas estatutarias se adoptaran con la mayoría requerida por la ley o por estos estatutos cuando así la misma ley lo dispusiere.

Artículo 20: Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como extraordinarias con un número plural de socios que representen el cincuenta por ciento (50%) de las cuotas en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa con la misma salvaded, las reformas estatutarias se adoptaran con el voto favorable de un número plural de socios que representen el cincuenta por ciento (50%) de las cuotas correspondientes al capital social para estos efectos, cada cuota dará derecho a un (1) voto sin restricción alguna.

Artículo 21: Votos: En todas las reuniones de la junta de socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomaran por número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las

cuotas en que se halla dividido el capital de la sociedad, salvo que de acuerdo con estos estatutos se requiera unanimidad.

Artículo 22: Todo socio podrá hacerse representar en las reuniones de la junta general de socios mediante poder otorgado por escrito, en el que se indique el nombre del apoderado, la persona en que en este poder sustituirlo y la fecha de reunión para la cual se confiere, así como los demás requisitos señalados en los estatutos. El poder otorgado podrá contener dos o más reuniones de la junta de socios.

Artículo 23: Las decisiones de la junta general de socios se harán constar en actas aprobadas por las mismas, o por las personas que se designen en la reunión para tal efecto, y firmadas por el presidente y el secretario de la misma, en las cuales deberá indicarse su número, el lugar, la fecha y la hora de la reunión, el número de cuotas en que se divide el capital, la forma y antelación de la convocatoria, la lista de los asistentes, con la indicación de número de cuotas propias o ajenas que representen, los asuntos tratados, las decisiones adoptadas y el número de votos emitidos a favor, en contra o en blanco, las constancias escritas presentadas por los asistentes durante la reunión; las designaciones afectadas, y la fecha y hora de su clausura.

Artículo 24: Son funciones de la junta de socios:

- Estudiar y aprobar las reformas de estatutos; examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deben rendir los administradores; disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en los estatutos y en la ley.
- Elegir y remover libremente al gerente y a su suplente, así como fijar la remuneración del primero, elegir, mover libremente y fijar la remuneración que corresponda a los demás funcionarios de su elección; considerar los informes que debe presentar el gerente en las juntas ordinarias y cuando la misma junta se lo solicite.
- Constituir las reservas que se deba hacer la sociedad e indicar su inversión provisional; resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios, decidir sobre el registro y exclusión de socios, ordenar las sanciones que correspondan contra los administradores de los bienes sociales, el representante legal, el revisor fiscal (si lo hubiere), o contra cualquiera otra persona que hubiera incumplido sus obligaciones o causado daños y perjuicios a la sociedad; autorizar la solicitud de declaración de concurso preventivo testamentario;

liquidadores con sus respectivos suplentes, cuyos nombramientos deberán registrarse en la Cámara de Comercio del domicilio de la ciudad. Parágrafo Si al tiempo de la liquidación, existieren bienes en especie para ser distribuidos entre los socios, estos bienes se evaluarán por el liquidador y serán adjudicados a prorrata a lo que correspondiera a cada socio como utilidades o participación.

Artículo 34: La liquidación del patrimonio social se hará por un liquidador o por varios liquidadores nombrados por la junta general de socios. Por cada liquidador se nombrará un suplente. El nombramiento se inscribirá en el registro público de comercio. Si la junta no nombra liquidador o liquidadores, la liquidación la hará la persona que figura inscrita como representante legal de la sociedad en el registro de comercio y será su suplente quien figure como tal en el mismo registro. No obstante lo anterior, podrá hacerse la liquidación por los mismos socios, si así lo acuerdan ellos unánimemente. Quien administre bienes de la sociedad y sea designado liquidador no podrá ejercer el cargo sin que previamente se aprueben las cuentas de su gestión por la junta general de socios. Por tanto, si transcurridos treinta (30) días hábiles desde día fecha en que se designó liquidador, no se hubieren aprobado las mencionadas cuentas, se procederá a nombrar nuevo liquidador.

Artículo 35: Los liquidadores deberán informar a los acreedores sociales del estado de liquidación en que se encuentra la sociedad, una vez disuelta, mediante aviso que se publicará en un periódico que circula regularmente en el lugar del domicilio social y que se fijará en lugar visible de las oficinas y establecimientos de Comercio de la sociedad. Además tendrán los deberes funciones adicionales que determine la ley.

Artículo 36: Durante el período de liquidación la junta general de socios se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para las sesiones ordinarias y, así mismo, cuando sea convocada por los liquidadores (y por el revisor fiscal si lo hubiere).

Artículo 37: Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna a los socios, pero podrá distribuirse entre ellos la parte de los activos que exceda el costo del pasivo inventariado y no cancelado al momento de hacerse la distribución.

Artículo 38: El pago de las obligaciones sociales se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos. Cuando haya obligaciones

condicionales se hará una reserva adecuada en poder de los liquidadores para atender dichas obligaciones si llegaran a hacerse exigibles, la que se distribuirá entre los socios en caso contrario.

Artículo 25: La sociedad tendrá un gerente y un suplente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos elegidos por la junta de socios para períodos de un año, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en estos estatutos. En particular tendrá las siguientes funciones:

- Usar de la firma o razón social
- Designar al secretario de la compañía, que lo será también de la junta de socios.
- Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la compañía y señalar su remuneración, excepto cuando se trate de aquellos que por ley o por estos estatutos, deban ser designados por la junta general de socios.
- Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios en sus reuniones ordinarias y el balance general de fin de ejercicio con un proyecto de distribución de utilidades.
- Convocar a la junta general de socios a reuniones ordinarias y extraordinarias.
- Nombrar los árbitros que correspondan a la sociedad en virtud de compromisos, cuando así autorice la junta general de socios y de la cláusula compromisoria que en estos estatutos se pacta.
- Y constituir los apoderados judiciales necesarios para la defensa de los intereses sociales.

Parágrafo: El gerente requerirá autorización previa de la junta de socios, para la ejecución de todo acto o contrato que exceda los cien millones de pesos (\$ 100.000.000).

Artículo 26: La sociedad tendrá un secretario de libre nombramiento y remoción del gerente. Corresponderá al secretario llevar los libros de registro de socios y de actas de la junta general de socios y tendrá, además, las funciones adicionales que le encomiendan la misma junta y el gerente.

Artículo 27: Inventarios y Balances: Mensualmente se hará un Balance de prueba de la sociedad. Cada año a 31 de Diciembre se contarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el Balance de la junta de socios.

Artículo 39: Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales entre los socios a prorrata de sus aportes. La distribución se hará constar en acta en que se exprese el nombre de los socios, el valor de sus correspondientes cuotas y la suma de dinero o los bienes que reciba cada uno a título de liquidación. La junta general de socios podrá aprobar la adjudicación de bienes en especie a los socios con el voto de un número plural de socios que represente el cincuenta por ciento (50%) de las cuotas en que se divide el capital social. El acta se protocolizará en una notada del domicilio principal.

Artículo 40: Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios correspondía, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta a que se refiere el artículo anterior. Estas decisiones podrán adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurren, cualquiera que sea el valor de las cuotas que representen en la sociedad. Si hecha debidamente la convocatoria no concurre ningún socio, los liquidadores convocarán en su misma forma a una segunda reunión, para dentro de los diez (10) días hábiles siguientes; si a dicha reunión tampoco concurre ninguno, se tendrán por aprobadas las cuentas de los liquidadores, las cuales no podrán ser posteriormente impugnadas.

Artículo 41: Aprobada la cuenta final de la liquidación, se entregará a los socios lo que les correspondía, y si hay ausentes o son numerosos, los liquidadores los citarán por medio de avisos que se publicarán por lo menos tres (3) veces, con intervalo de ocho (8) a diez (10) días hábiles, en un periódico que circule en el lugar de domicilio social. Hecha la citación anterior y transcurridos diez (10) días hábiles después de la última publicación, los liquidadores entregarán a la junta departamental de beneficencia del lugar del domicilio social y, a falta de ésta en dicho lugar, a la que funcione en el lugar más cercano, los bienes que correspondan a los socios que no se hayan presentado a recibirlos, quienes sólo podrán reclamar su entrega dentro del año siguiente, transcurrido el cual los bienes pasarán a ser de propiedad de la entidad de beneficencia para lo cual el liquidador entregará los documentos de despacho que haya lugar.

Artículo 42: Toda diferencia o controversia relativa a este contrato y a su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento designado

Artículo 28: Reserva Legal: aprobado el Balance y demás documentos, de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un diez por ciento (10%) de reserva legal, hasta completar el treinta por ciento (30%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de los ejercicios siguientes hasta que la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

Artículo 29: La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas. Antes de formar cualquier reserva, se harán las apropiaciones necesarias para atender el pago de impuestos, hechas las deducciones por este concepto y las reservas que acuerde la junta general de socios, incluida la reserva legal, el remanente de las utilidades líquidas se repartirá entre los socios en proporción a las cuotas que poseen.

Artículo 30: En caso de pérdidas, éstas se enjugarán con las reservas que se hayan constituido para ese fin y, en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuere la de aporrear determinadas pérdidas no se podrán emplear para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida la junta general de socios. Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar el déficit de capital, se aplicarán a este fin los beneficios sociales de los ejercicios siguientes.

Artículo 31: La sociedad se disolverá por:

- La expiración del plazo señalado para su duración si antes no fuere prorrogado válidamente.
- La pérdida de un 50% del capital aportado.
- Por acuerdo unánime de los socios.
- Cuando el número de socios exceda de veinticinco.
- Por demás causas señaladas en la ley.

Artículo 32: En los casos previstos en el Código de Comercio, podrá evitarse la disolución de la sociedad adoptando las modificaciones que sean del caso, según la causal ocurrida, con observancia de las reglas establecidas para las reformas de estatutos, a condición de que el acuerdo se formalice dentro de los seis (6) meses siguientes a la ocurrencia de la causal.

Artículo 33: Liquidación: disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente salvo que la junta de socios reservara designar uno o más

por la cámara de comercio de Bogotá mediante sorteo entre los árbitros inscritos en las listas que lleva dicha cámara. El tribunal así constituido se sujetará a lo dispuesto por el Decreto 2279 de 1969 y a las demás disposiciones legales que lo modifiquen o adicionen, de acuerdo con las siguientes reglas:

- El tribunal estará integrado por tres árbitros;
- La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas para el efecto por el centro de arbitraje de la cámara de comercio de Bogotá;
- El tribunal decidirá en derecho;
- El tribunal funcionará en la ciudad de Bogotá en el centro de arbitraje de la cámara de comercio de esta ciudad.

LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA
C.C. 1.015.996.511 DE BOGOTÁ

RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ
C.C. 1.015.996.405 DE BOGOTÁ

Certificado de existencia y representación legal

CODIGO: 08110 Comercio al por mayor a cambio de una retribución o por consejo de prácticas industriales.
CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDAD ECONÓMICA DADO POR LA CÁMARA DE COMERCIO

CODIGO: C1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
CODIGO: C4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados.
Estructura Societal: Usar

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL



CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
SEDE NOROCCIDENTAL
ABRIL 19 DE 2016 HORA 11:40:27
02NA060609003PAV1124 HOJA 001

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.
LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRÍCULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL,

CERTIFICA:

NOMBRE: VANILLA CLOTHES LIMITADA
NIT: 900841170-3
DOMICILIO: BOGOTÁ D.C.

CERTIFICA:

MATRÍCULA NO. 01133910

CERTIFICA:

FUNCIONES PROPIAS DE LA NATURALEZA DE SU CARGO, Y EN ESPECIAL, LAS SIGUIENTES:
1.- REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LOS SOCIOS, ANTE TERCEROS Y ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES DEL ORDEN ADMINISTRATIVO Y JURISDICCIONAL.
2.- EJECUTAR TODOS LOS ACTOS U OPERACIONES CORRESPONDIENTES AL OBJETO SOCIAL, DE CONFORMIDAD CON LO PREVISTO EN LAS LEYES Y EN ESTOS ESTATUTOS, Y PARA ELLO CELEBRAR TODO... LOS ACTOS O CONTRATOS QUE FUEREN NECESARIOS PARA DESARROLLAR EL OBJETO SOCIAL.
3.- AUTORIZAR CON SU FIRMA TODOS LOS DOCUMENTOS PÚBLICOS O PRIVADOS QUE DEBAN OTORGARSE EN DESARROLLO UO LAS ACTIVIDADES SOCIALES O EN INTERÉS DE LA SOCIEDAD.
4.- PRESENTAR A LA ASAMBLEA GENERAL, EN SUS REUNIONES ORDINARIAS, UN INVENTARIO Y UN BALANCE DE FIN DE EJERCICIO, JUNTO CON UNO SOBRE LA SITUACIÓN DE LA SOCIEDAD, EN DETALLE CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y UN PROYECTO DE UTILIDADES OBTENIDAS.
5.- NOMBRAR Y REMOVER LOS CARGOS CUYO NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN LE DELEGUE LA JUNTA DIRECTIVA.
6.- TOMAR TODAS LAS MEDIDAS QUE REQUIERA LA CONSERVACIÓN DE LOS BIENES SOCIALES, VIGILAR LA ACTIVIDAD DE LOS EMPLEADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD E IMPARTIR LAS ORDENES— E— INSTRUCCIONES QUE DUALA LA BUENA MARCHA DE LA COMPAÑÍA.
7.- CONVOCAR LA ASAMBLEA GENERAL A REUNIONES EXTRAORDINARIAS CUANDO LO JUZGUE CONVENIENTE O NECESARIO Y HACER LAS CONVOCATORIAS DEL CASO CUANDO LO ORDENEN LOS ESTATUTOS, LA JUNTA DIRECTIVA O EL REVISOR FISCAL DE LA SOCIEDAD.
8.- CONVOCAR LA JUNTA DIRECTIVA CUANDO LO CONSIDERE NECESARIO O CONVENIENTE Y MANTENERLA INFORMADA DEL CURSO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES.
9.- CUMPLIR LAS ORDENES E INSTRUCCIONES QUE LE IMPARTAN LA ASAMBLEA GENERAL O LA JUNTA DIRECTIVA.
10.- CUMPLIR O HACER QUE SE CUMPLAN OPORTUNAMENTE TODOS LOS REQUISITOS O OBLIGACIONES LEGALES QUE SE RELACIONEN CON EL FUNCIONAMIENTO DE ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD.
11.- EL PRESIDENTE DEBERÁ OBTENER AUTORIZACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA PARA TODO ACTO O CONTRATO QUE EXCEDA EN SU

CONSTITUCIÓN, QUE POR ESCRITURA PÚBLICA NO. 12.835 DE NOTARÍA 19 DE BOGOTÁ D.C. DEL 8 DE OCTUBRE DE 2006, INSCRITA EL 9 DE OCTUBRE DE 2006 BAJO EL NÚMERO 00796602 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA: VANILLA CLOTHES

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE LA SOCIEDAD NO SE HALLA DISUELTA, DURACIÓN HASTA EL 8 DE OCTUBRE DE 2016.

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ COMO OBJETO PRINCIPAL, DISEÑO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA DAMA, EN EL DESARROLLO Y CUMPLIMIENTO DE TAL OBJETO PUEDE HACER EN SU PROPIO NOMBRE O POR CUENTA DE TERCEROS O CON PARTICIPACIÓN DE ELLOS, TODA CLASE DE OPERACIONES COMERCIALES, SOBRE BIENES MUEBLES O INMUEBLES Y CONSTRUIR CUALQUIER CLASE DE GRAVAMEN, CELEBRAR CONTRATOS CON PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS, CAMBIO, DESCUENTO, DAR O RECIBIR GARANTÍAS Y ENDOSAR, ADQUIRIR Y NEGOCIAR TÍTULOS VALORES.

CERTIFICA:

CAPITAL Y SOCIOS: \$ 6.000.000 DIVIDIDO EN 2 CUOTAS CON VALOR NOMINAL DE \$ 3.000.000. CADA UNA DISTRIBUIDO ASÍ:

- SOCIOS CAPITALISTAS

MURCIA BARRERA LINA ALEJANDRA C.C. 0153396511
GONZÁLEZ RODRÍGUEZ RODOLFO HECTOR C.C. 1020781379

CERTIFICA:

“NOMBRAMIENTO JUNTA DIRECTIVA”

QUE POR ACTA NO. 2 DE LA JUNTA DE SOCIOS DEL 13 DE ABRIL DE 2016, INSCRITA EL 16 DE ABRIL DE 2016 BAJO EL NÚMERO 0090194 DEL LIBRO IX, FUERON NOMBRADOS(S):

NOMBRE IDENTIFICACIÓN

MURCIA BARRERA LINA ALEJANDRA C.C. 0153396511
GONZÁLEZ RODRÍGUEZ RODOLFO HECTOR C.C. 1020781379

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ UN GERENTE QUE PODRÁ SER O NO MIEMBRO DE LA JUNTA DIRECTIVA, CON UN SUPLENTE QUE REEMPLAZARÁ AL PRINCIPAL, EN SUS FALTAS ACCIDENTALES, TEMPORALES O ABSOLUTAS.

CERTIFICA:

“NOMBRAMIENTOS”

QUE POR ACTA NO. 03 DE LA JUNTA DIRECTIVA DEL 15 DE MAYO DE 2016, INSCRITA EL 18 DE MAYO DE 2016 BAJO EL NÚMERO 0090194 DEL LIBRO IX, FUERON NOMBRADOS(S):

NOMBRE IDENTIFICACIÓN

REPRESENTANTE LEGAL
RODOLFO HECTOR GONZÁLEZ RODRÍGUEZ C.C. 1020781379
SUBGERENTE
LINA ALEJANDRA MURCIA BARRERA C.C. 0153396511

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: EL GERENTE, O QUIEN HAGA SUS VECES ES EL REPRESENTANTE LEGAL, DE LA SOCIEDAD PARA TODOS LOS EFECTOS, EL GERENTE PODRÁ EJERCER TODAS LAS

CUANTÍA DEL CINCUENTA POR CIENTO (50%) DEL CAPITAL PAGADO QUE TUVIERE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA:

“REVISOR FISCAL”

QUE POR ACTA NO. 8 DE JUNTA DE SOCIOS DEL 7 DE ABRIL DE 2016 INSCRITA EL 17 DE ABRIL DE 2016 BAJO EL NÚMERO 00879807 DEL LIBRO IX (EJERON) NOMBRADOS(S):

NOMBRE IDENTIFICACIÓN

REVISOR FISCAL

RODRÍGUEZ GELVEZ CLARA INES C.C. 0093390368

QUE POR ACTA NO. 5 DE JUNTA DE SOCIOS DEL 7 DE ABRIL DE 2016 INSCRITA EL 17 DE MAYO DE 2006 BAJO EL NÚMERO 00879807 DEL LIBRO IX, (FUE/RO) NOMBRADOS(S):

NOMBRE IDENTIFICACIÓN

REVISOR FISCAL SUPLENTE

CHICHAQUIQUE DIAMATE DIERPSON C.C. 0102830499

CERTIFICA:

DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN JUDICIAL: CALLE 4 NO. 84-38
MUNICIPIO: MOSQUERA
DIRECCIÓN COMERCIAL: CALLE 4 NO. 84-38
MUNICIPIO: MOSQUERA
EMAIL:

CERTIFICA:

QUE NO FIGURAN INSCRIPCIONES ANTERIORES A LA FECHA DEL PRESENTE CERTIFICADO, QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE SU CONTENIDO.

DE CONFORMIDAD CON LO CONCERTUADO POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, LOS ACTOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRMES CINCO (5) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE PUBLICACIÓN EN EL BOLETÍN DEL

REGISTRO DE LA CORRESPONDIENTE SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS EN LA VÍA GUBERNATIVA.

EL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO,

“VALOR”

ESTE CERTIFICADO TIENE UN COSTO DE \$ 2.700.000 DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA AUTORIZACIÓN IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 19 DE NOVIEMBRE DE 1996. LA FIRMA MECÁNICA QUE APARECE A CONTINUACIÓN TIENE PLENA VALIDEZ PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES.

BIBLIOGRAFÍA

LEGICOMEX ORG. Inteligencia de Mercados-Textiles y confecciones en Colombia. Legicomex.2012.

AKTIVA, Servicios financieros. Estudios sectoriales. [En línea]. Disponible en internet: <http://aktiva.com.co/blog/Estudios%20sectoriales/2013/confeccion.pdf>

BANCO DE LA REPUBLICA. Comunicado de prensa. Abril 2012. Bogotá D.C. [En línea]. [Consultado julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.banrep.gov.co/sala-prensa/com2012.html>

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. Administración. Un nuevo panorama competitivo. 6 ed. México, D.F.: McGraw Hill. 2005. 585 p.

[1] BELTRAN JARAMILLO, Jesús Mauricio. Indicadores de gestión. 2 ed. Santafé de Bogotá: 3R Editores, 1998. 144 p.

[2] BENITEZ, Carlos Humberto. Planeación estratégica Pollos La Maravilla [CDROM]. Trabajo de grado Profesional en Ingeniería Industrial. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad Ingeniería, 2005. 1 CD-ROM.

BUREAU OF LABOR STATISTICS. Inflación y precios al consumidor. [En línea]. [Consultado julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.bls.gov/news.release/cpi.toc.htm>

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos. 8 ed. México: McGraw Hill Internacional. 2007.

DANE. Boletín Censo 2005. Necesidades insatisfechas. [En línea]. [Consultado julio de 2012] Disponible en Internet: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/censo/Bol_nbi_censo_2005.pdf

DANE. Mercado Laboral. [En línea]. [Consultado julio de 2012] Disponible en Internet: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_sex0_ene_mar_12.pdf.

DAVID, Fred R. Administración Estratégica. 5 ed. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 1997. 355 p.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Balance Sector Industrial 2011. [En línea]. [Consultado julio de 2012]. Disponible en Internet: http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=v7DGHcl_gbw%3D&tabid=1436 El

colombiano. [En línea]. [Consultado julio de 2012]. Disponible en Internet: http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/mas_inversion_en_tecnologia/mas_inversion_en_tecnologia.asp.

ESTRADA GONZALEZ, Álvaro José. Análisis del sistema de costeo de Confecciones Salome Ltda. Pasantía institucional para optar al título de profesional en Administrador de Empresas. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2010.

GARCIA HERRERA, Iván Darío. Desarrollo de una Planeación estratégica para la cadena productiva de servicios médicos especializados de estética del Valle del Cauca. [CD-ROM]. Trabajo de grado Profesional en Administración de Empresas. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2007. 1 CD-ROM.

JONHSON Gerry; SCHOLLES Kevan y WHITTINGTON Richard. Dirección Estratégica. 7 ed. Madrid: Pearson Education, 2006. 712 p.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. Cuadro de mando integral. 2ed. Colombia: Editorial Planeta Colombiana S.A., 1996. 321 p.

KOONTZ, Mary; WEIHRICH, Heinz. Administración. 11 ed. México, D.F.: McGraw Hill Interamericana. 2001. 796 p. KOONTZ, Mary; WEIHRICH, Heinz. Administración. 12 ed. México, D.F.: McGraw Hill Interamericana. 2004. 804 p.

MENDEZ A., Carlos E. Metodología. 2 ed. Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S.A., 1988. 171 p.

Ministerio TIC. [En línea]. [Consultado julio de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.mintic.gov.co/index.php/quienes>.

MOSQUERA, Paola Ximena. Plan Estratégico para la empresa Frutícola Las Delicias. [CD-ROM]. Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de ciencias económicas y administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas, 2007. 1 CD-ROM.

Murray R. Spigel & Larry J. Stephens. Estadística Shawn, 4 Edición. 2005.

NACIONES UNIDAS. Situación y perspectivas de la economía mundial 2012. [En línea]. [Consultado julio de 2012] Disponible en Internet: <http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/index.shtml>

PORTER, Michael E. La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires: Ediciones B Argentina s.a., 1991. 1025 p.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Informe Nacional. [En línea]. [Consultado julio de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=aEa020081--&s=a&m=a&e=D&c=02008>

SERNA GOMEZ, Humberto. Gerencia Estratégica. 10 ed. Bogotá, D.C.: 3R Editores, 2008. 420 p.

SINCROEXPORT, Exportaciones colombianas 2014 y 2015. [En línea]. [Consultado mayo de 2015]. <http://sincroexport.com/exportaciones-colombianas-2014-2015-sector-textil-y-confecciones/>

STEINER, George A. Planeación estratégica. 17 ed. México: Continental S.A. de C.V., 1994. 366 p.

THOMPSON, Arthur A.; STRICKLAND III, A.J. Dirección y administración estratégicas. 5 ed. México, D.F.: McGraw Hill. 1994. 1034 p.